



Portularia

ISSN: 1578-0236

portularia@uhu.es

Universidad de Huelva

España

Gómez Núñez, Nicolás
INTRODUCCIÓN A LAS REDES SOCIOTÉCNICAS DE "REVENDEDORES" Y "PRODUCTORES"
QUE HABITAN MEDIOS SOCIALES URBANOS EN SANTIAGO DE CHILE

Portularia, vol. VIII, núm. 1, 2008, pp. 169-182

Universidad de Huelva

Huelva, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=161017350010>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

INTRODUCCIÓN A LAS REDES SOCIOTÉCNICAS
DE “REVENDEDORES” Y “PRODUCTORES” QUE
HABITAN MEDIOS SOCIALES URBANOS
EN SANTIAGO DE CHILE

INTRODUCTION TO SOCIOTECHNICAL
NETWORKS OF “TOUTS” AND “PRODUCERS”
THAT INHABIT URBAN SOCIAL SPACES
IN SANTIAGO DE CHILE

NICOLÁS GÓMEZ NÚÑEZ
paralelo7@hotmail.com

Universidad Católica Silva Henríquez. Chile

RECIBIDO: 11/12/07; ACEPTADO: 23/3/08

RESUMEN

El artículo revisa la organización económica ubicada en la pobreza desde la tecnología social que es creada y reproducida por la confianza que está entre los individuos que la integran; además, plantea que la tecnología social se inscribe en redes sociotécnicas.

La reflexión se sostiene en los antecedentes aportados por las mujeres que han participado en programas de micro crédito en las comunas de la región Metropolitana de Chile, entre 2001 a 2003.

ABSTRACT

The article reviews the economical organization among poverty from the social technology point of view, which is created and reproduced for the confidence of the individuals who form part of it; furthermore, it states that social technology is inscribed within sociotechnical networks.

This thought is sustained on the information given by women who have participated in microcredit programs in different communities in the Metropolitan region in Chile, between 2001 and 2003.

PALABRAS CLAVE: Tecnología Social, Red Sociotécnica, Confianza

KEYWORDS: Social Technology, Social Technical Network, Trust

INTRODUCCIÓN

En el presente artículo se plantea que la noción de red permite observar que “hacer negocio” desde la pobreza y en medios sociales diferenciados, desiguales y segmentados, supone distinguir modos de participación eficiente según las cualidades normativas de los mercados, lo cual es factible si los individuos saben hacerse parte de varios registros de códigos socioculturales para crear y gestionar las reglas de las interacciones que delimitan los vínculos de las redes sociotécnicas.

Esta manera de abordar las actividades de la economía informal reviste importancia práctica y analítica si, por un lado, constatamos que los programas implementados tanto por los Estados como por las organizaciones no gubernamentales han avanzado incorporando a los beneficiarios, o población objetivo, como sujetos de derechos económicos, sociales y culturales, lo que ha permitido dejar de apreciarlos como carentes de capacidades y asumir que ellos son los principales gestores de las maneras que les ayudan a dar respuesta a su situación.

En esta perspectiva, el uso de la categoría de red no sólo facilita explicar el desarrollo local desde sus bases económicas (González, 1993:226-227), sino que, además, genera una ruptura epistemológica en la concepción de la protección social en tanto se torna relevante la sociabilidad como recurso que da acceso a las redes (Márquez, 2002:79) donde se reproducen las representaciones sociales y los sistemas de comunicación (Castells, 1999:111); y permite implementar una “gestión territorial de lo social” (González, 1993:225).

De esta manera, si el foco es la reproducción de la sociabilidad, la forma de estar en ella implica. Primero, la creciente probabilidad de resignificar el rol de los equipos técnicos que ahí intervienen. En este sentido, los trabajadores sociales se vuelven vulnerables al verse obligados a dejar el modelo de capacitación técnica y profesional que los convencía de ser los que “lideran” (Castells, 2002:157) el proceso de empoderamiento de los receptores de sus servicios, por tanto, serían desplazados hacia la “calificación social” (Perret y Roustang, 2000:91) que los sitúa en una posición similar a la que tienen los que se asocian para poner en marcha iniciativas que colectivamente se han sancionado como pertinentes.

Segundo, se aprecia la consecuente modificación en los supuestos de uso de las técnicas y herramientas para la intervención, por ejemplo: es cada vez más difícil el desempeño de los diseños de investigación que sostienen que las estrategias de sobrevivencia surgen sin estar inscritas en “acuerdos básicos, socialmente definidos y concretamente aplicados” (Forni, Benenci y Neiman, 1991:77). Pero, la crudeza de esta modificación es más evidente si revisamos los quehaceres que requieren una teoría práctica, debido a que su saber sobre cómo se desenvuelve lo que hacen, es inmediatamente demandado por los asuntos del contexto donde se encuentran (Durkheim, 1997:10), por lo que no es posible que los equipos técnicos hagan un paréntesis en el acontecer y se detengan a preparar respuestas que orienten conductas, o descansen en la misión de expresar lo real como sí lo hace la ciencia.

Tercero, el aprehender a desempeñarse en las “reglas” (Winch, apud., García, 1994:94) o en las “tradiciones” (Gadamer, apud., García, 1994:94) que son necesarias para adecuar los tiempos sociales (Bourdieu, 2006:62-65), al menos: el de la implementación del programa y el de la vida cotidiana de los beneficiarios, supone abandonar las categorías que permitían representar a los beneficiarios en la planificación, especialmente cuando se idea desde la noción de “suburban way of life” (Fava, apud., Castells, 1999:121) como si existiese una cultura urbana homogénea creada por la relación entre el habitat y los que son parte de las poblaciones objetivo.

Por otro lado, a nivel del análisis que permite construir conocimiento sobre lo que es “hacer negocio” cuando se lo revisa desde la noción de red, es necesario suponer que los vínculos no son sólo nodos que pueden ser investigados de manera aislada, mas bien ellos deben ser considerados como arreglos normados de interacciones con tradición que se expresan como una “tecnología social” (Forni, 1988:59; Sen, 2000:68-74) que, siendo creada por la actividad de la organización económica, se inscribe en “redes sociotécnicas” (Latour, 2007:170-177). Este tipo de redes estaría conformado, además, por la movilización que los trabajadores de esas organizaciones hacen de símbolo, objetos, artefactos, maquinarias, contratos y entidades divinas que dan coherencia a la realidad en la cual desempeñan sus labores.

Al revisar de esta forma la organización económica, ella refuta el supuesto que indica que sólo es necesario “levantarse una mañana diciendo: hoy comienzo a trabajar” (Samuelson, 1968:88), y abre la entrada a otras variables que habitualmente no se ajustan a las de tipo y monto de capital, cantidad y calidad de los recursos humanos y envergadura de ventas. Entre estas variables se encuentra la cultura de la organización económica que da sustento a la gestión de los arreglos sociales y, en particular, al tipo de vínculos que adquieren los valores que facilitan interpretar los contenidos de la sociabilidad donde se desempeñan las actividades eventuales y normales del “negocio”.

En este artículo trataremos este asunto ligándolo a las configuraciones de la red que se especifican en los encuentros de mayor proximidad social, o confianza, entre los individuos que están en la trayectoria de la organización económica, debido a que la tecnología social de la organización económicas se presenta siempre que suceden, previamente, experiencias donde se transfiere el “saber hacer negocio”, y estas situaciones están basadas en dos dimensiones de la confianza: “expectativas sobre los encuentros” (Vélez-Ibañez, 1993:29) y “procesos de negociación” (Márquez, 2002:81) mediante los cuales se clausuran o reducen las incertidumbres dentro de los contextos pragmáticos.

Por tanto, el tratamiento de la confianza no sólo nos permite explicar el surgimiento de las relaciones de reciprocidad (Durston, 2001) e interdependencia de redes sociotécnicas, sino que, especialmente, hace posible suponer que las reducciones de los costos de las transacciones que están en el “hacer negocio” son resultados posibles porque la presencia de la confianza amplía los intercambios dinámicos entre los integrantes de la organización económica y de ellos con los demás grupos, lo cual potencia sus recursos (Dabas, 1993; González, 1993). De esta forma, la red (Kliksberg, 2000; Durston, 2000; Dirven, 2001 y Espinoza, 2002) y específicamente la sociotécnica, se manifiesta como la infraestructura del capital social pero, debido a las peculiaridades que adquiere la confianza, es factible sostener que el capital social no está distribuido de manera similar en cada organización económica ubicada en medios sociales urbanos, sino que, por el contrario, su distribución es diferenciada y desigual (Espinoza, 2002:96; Lechner, 2004).

Antes de continuar es importante señalar que en esta reflexión no se abordarán las variaciones en las estructuras temporales que definen la inversión y el ahorro en el “hacer negocio”, los conflictos que se generan entre los individuos que cooperan en la reproducción de los arreglos sociales que constituyen la tecnología social, y también se dejará de lado la desigual distribución de los beneficios materiales y simbólicos (¹).

¹ En una primera indagación esta desigual distribución la hemos visto condicionadas por los roles de género presentes en el grupo que está en la red de la organización, y por la ubicación que cada individuo tienen en los

1. ORGANIZACIONES ECONÓMICAS Y DESTINO DE LOS INGRESOS MONETARIOS DE LAS FAMILIAS

Los argumentos que continúan se apoyan en la interpretación de los datos aportados por las unidades de análisis seleccionadas desde los registros de dos Programas de Micro Crédito (PMC) ⁽²⁾: Programa de Ayuda al Trabajo Independiente y Solidario de la Fundación Solidaridad Trabajo Para un Hermano (PMC PATIS-TPH) y programa de la Fundación Ayuda y Esperanza (PMC AyE); y durante la implementación de las herramientas de relevo de información se observaron cinco cualidades que las especifican: a) la mujer desempeña un papel importante tanto en el inicio como en la gestión de la organización económica, su presencia fue de 91% en los casos que usaron los servicios del PMC PATIS-TPH y de 77% en los del PMC AyE; b) las organizaciones económicas se ubican principalmente en el sector comercio (los cuales serán nombrados como revendedores), luego en el productivo (los cuales serán nombrados como productores) y pocos casos se encontraron en el de servicios; c) la mayor parte de las organizaciones presentaba más de un año de funcionamiento al momento de la aplicación de las herramientas del estudio (70% en las del PMC PATIS-TPH y 61% en las del PMC AyE) y, de dichos casos, 29% de las organizaciones que usaron los servicios del PMC PATIS-TPH se encontraban con una trayectoria que temporalmente ya abarcaba más de tres años, mientras que en el PMC AyE esos casos representaron el 42%, d) el desempeño de las organizaciones se desenvuelve principalmente al interior de la vivienda donde está la familia de la mujer que se declara representante de los que trabajan en la organización (67% en los casos del PMC PATIS-TPH y 76% de los del PMC AyE); y e) las opiniones de las entrevistadas, especialmente las del PMC AyE, indican que sus actividades son “muy comunes donde viven” (44%), “poco comunes” (28%) y “únicas donde vive” (13%).

A partir de la revisión de los ingresos monetarios aportados a la economía familiar por las organizaciones cuyos miembros han usado los servicios del PMC PATIS-TPH, se constata que cuando la organización se mantiene en funcionamiento el ingreso promedio familiar es el doble más alto que el ingreso de aquellas familias que ya no cuentan con el “negocio”. Así, para el grupo que cesó sus actividades el ingreso promedio es de \$ 70.833 pesos chilenos (135 dólares americanos) ⁽³⁾, mientras que para los que mantienen sus actividades es de \$143.673 pesos chilenos (274 dólares americanos).

Esta diferencia si bien es alentadora en la evaluación de la importancia de la organización económica en la vida de las familias, también presenta un límite al crecimiento de los aportes que la organización puede llegar a hacer debido a que las entrevistadas que

órdenes jerárquicos establecidos desde la posesión de información técnica. Es importante indicar que Sen, en el artículo indicado en la bibliografía de este documento, presenta varias investigaciones que llegan a conclusiones similares, por lo que es posible señalar que la forma en la cual los roles están construidos en la cultura de las organizaciones económicas, conforma una variable para estimar que es factible que existan roles de género que son habitados independientemente del sexo y edad de los individuos.

² Los argumentos del presente artículo se basa en los datos del estudio: “La relevancia social y económica de los programas de micro crédito”, realizado entre enero de 2002 y mayo de 2003, desde el Programa de Magister en Desarrollo Humano de la Universidad de la Frontera, Temuco, Chile. Este estudio utilizó tres muestras: a) una conformada por 43 de las 60 personas que han participado en el PMC PATIS-TPH de la comuna de Huechuraba; las que corresponden al 70% del total de casos que hasta 2002 tenía el programa; b) una muestra de 130 casos del PMC AyE, los que representan al 24% de los 532 usuarios del PMC que tenían información confiable para ser ubicados, y c) una muestra intencional de 11 casos seleccionados según sexo y actividades económicas con mayor presencia entre las personas que han hecho uso de los servicios de los PMC.

³ La convertibilidad se calcula asumiendo que \$ 1 dólar americano es equivalente a \$523 pesos chilenos.

indican variaciones al alza en sus ingresos monetarios reconocen que dichas utilidades sólo les permiten “darse vuelta” (Ver tabla: I-1 en anexo).

En cuanto al uso de los recursos económicos y considerando sólo las opiniones de las usuarias del PMC AyE, el 76% señaló que los destina a cubrir el pago de los servicios y productos que satisfacen las necesidades básicas de la familia: el 75% gasta más de \$35.000 pesos chilenos (66 dólares americanos) en alimentación, 56% indicó que ocupa entre \$10.000 (19 dólares americanos) a \$25.000 pesos chilenos (47 dólares americanos) en el pago de energía eléctrica y agua potable, y 8% mencionó haberlos invertido en la actividad económica.

De ahí que podamos anticipar dos conclusiones. Primera, el total de recursos monetarios que logran las familias les ayuda a reproducir las rutinas que hacen posible que sus miembros participen en las plazas laborales del mercado formal, asistan al cumplimiento de las labores domésticas en la casa, mantengan las actividades del “negocio”, resistan la situación de cesantía y participen en los sistemas educacionales. Segunda, este tipo de economía familiar es precariamente eficiente para afrontar las necesidades del presente y es impertinente para hacer inversiones que sustenten una mejor calidad de vida, debido a que las entrevistadas señalaron que destinan menos de \$1.000 pesos chilenos (2 dólares americanos) para vivienda (68%) y salud (88%); y no contribuye a que los miembros de la familias salgan desde la satisfacción de las necesidades básicas y pasen a satisfacer otras necesidades como las de esparcimiento por ejemplo, la cual representó un gasto menor a \$1.000 pesos chilenos (2 dólares americanos) en el 93% de los casos.

Otro aspecto significativo dentro de los criterios que orientan el destino de los recursos monetarios lo conforma el ahorro. El 68% de las entrevistas que hacen uso de los servicios del PMC AyE indicaron que ahorran para adquirir una vivienda, lo cual se explica por la situación habitacional de las personas (64%), donde 27% vive de “allegada”, 17% está pagando la vivienda, 15% arrienda y 5% está ocupando un sitio de manera irregular; mientras que los demás casos (35%) se encuentran en una de las siguientes situaciones: habita en una casa pagada (23%) o en una cedida gratuitamente (12%). Además, el 23% mantiene ahorros para los imprevistos, 5% los destina a la compra de bienes para la casa, 3% los utilizará en la educación de los hijos y 3% lo prevé para la vejez.

2. CONSTRUCCIÓN DE LAS REDES SOCIOTÉCNICAS DE LOS “REVENDEDORES” Y “PRODUCTORES”

La organización económica presenta engañosos límites sobre la envergadura de las relaciones que la mantienen en funcionamiento y, en particular, sobre el tipo de individuos que la componen. En un primer acercamiento sólo se podría observar a un conjunto poco numeroso de personas que regularmente se reúne a desempeñar las actividades de la gestión: comprar, producir, vender, limpiar, calcular las ganancias y pérdidas, entre otros quehaceres; y en los casos en los cuales “hacer negocio” se desenvuelve a partir de la reventa de productos por ejemplo, es probable que fijemos nuestra atención en un trabajador que espera la clientela, con lo cual nos permitimos suponer que es él quien autogestiona su plaza laboral y trabaja por cuenta propia, por ende, es él el medio de vinculación del “negocio” con las instancias colectivas que están más allá de la intimidad de su organización.

Esta primera impresión, sin embargo, es sólo una elaboración de sentido común que cae por el peso de los datos que se comienzan a confeccionar en la medida que accedemos a las estrategias que habitualmente usan los que trabajan en la organización, debido a que ese primer orden es posible en la medida que hay complejos de relaciones que trascienden

al “negocio”, y que organizan las rutinas de los encuentros según jerarquías articuladas en base a contraprestaciones de reciprocidad (Mauss, 1979:254-255; Bourdieu, 2006:56) que son construidas tanto por los vínculos de los miembros de las familias de los que trabajan en la organización como por los que surgen a medida que ellos descubren, participan, desechan y vuelven a retomar las redes de donación que se les presentan como disponibles en un momento de su propia trayectoria como habitantes de distintas organizaciones.

En esas extensiones sociales de la organización económica es destacable ver como los trabajadores no son seres sociales que exclusivamente se constituyen como tales para y desde su desempeño en las rutinas del “negocio”, mas bien ellos cumplen cargos en otras instancias asociativas. Indudablemente, estas participaciones presentan regularidades debido a que son solidarias con sus desempeños laborales y, por lo mismo, sus formas de saber hacer “negocio” incorporan disposiciones culturales que siendo manejadas pertinentemente en esos contextos distintos, son puestos en uso dentro de la organización económica.

Al establecer la descripción de la organización económica desde esta ubicación es difícil mantener el supuesto que: “hacer negocio” sólo se define por la historia de las relaciones de un grupo de trabajo que revisa su proceder de manera hermética y que, por esa condición, se vuelve invulnerable a lo que acontece más allá de sus desempeños. Por el contrario, es factible sostener que la participación de cada uno de los trabajadores en otros ámbitos de la vida cotidiana permite introducir conocimiento que contribuyen a dotar de cualidades específicas a la cultura de la organización y, al mismo tiempo, el ingreso de individuos que facilita iniciar y proyectar la trayectoria, o “cooperadores”, amplía los vínculos de la organización con otras formas organizadas como, por ejemplo, los distintos mercados en los cuales ellos se encuentran.

Sin embargo, cabe esperar que las posibilidades de participación de esos individuos sean más estrechas de las que habitualmente se supone, y mas bien ellos tendrían mayores probabilidades de acceder a espacios de sociabilidad conformados por organizaciones que hacen economía social (Donovan, Bravo y González, 2004:150-157) y cuya red sociotécnica se caracteriza por la pobreza de sus relaciones informales (Bennett M. Berger, apud., Castells, 2002:122) y por sostenerse en “redes de familia, amigos y vecinos que se interpenetran profundamente” (Gutkind, apud., Castells, 2002:123).

Esto hace difícil establecer en qué momento los miembros de las familias dejan de estar ausentes en la construcción y reproducción de los arreglos sociales que sostienen a la tecnología del “negocio”, especialmente porque hemos identificado que ellos participan: acercando información que se constituye en parámetros de comparación para ampliar las opciones de compra de insumos, estimar inversiones y captar nuevos clientes; se convierten en inversionistas al entregar un espacio físico, su fuerza de trabajo, su saber hacer y/o sus ingresos monetarios para que la organización supere los problemas que no logra resolver mediante la venta de productos y servicios; y “cooperan” reemplazando en las tareas domésticas: preparación de alimentos, aseo de casa, educación de los niños, cuidado de enfermos, a los que se asumen como responsables de la organización y tienen a su cargo los miembros dependientes de sus familias.

Además, hemos identificado casos en los cuales la participación de un miembro de la familia en la toma de decisiones sobre los recursos disponibles deja de ser pertinente con la trayectoria de la gestión económica, por lo cual, los que están “haciendo negocio” lo ubican en una categoría que se articula desde la mayor lejanía social con respecto al obrar de los trabajadores de la organización.

“Entrevistador: Después que recibió el dinero (préstamo o micro crédito) de la Fundación, ¿Qué es lo que hizo?”

Entrevistada: Nada. Porque me lo robaron. Me la robó mi querido y amado esposo. Y ahí me dejó con los brazos cruzados. Todo empezó cuando yo quedé embarazada de mi hija, de la más chica. Ahí empezaron los problemas. Se puede decir que vivíamos juntos, llegaba cuando él quería y daba plata cuando él quería. Él era maestro del aluminio.

Entrevistada: Claro. Yo le decía: Mamá, me quiero separar, estoy aburrida, yo a él ya no lo quiero de tanto daño que me hizo, tú misma te diste cuenta.

Ella me decía que yo lo tenía que ayudar, que salga. Y si yo le daba otra oportunidad y me fallaba. Ella me decía que tenía que luchar porque recién estoy empezando.

Pero la rabia que a mí me da es que lo miran a él no más. Ella nunca me ha preguntado: ¿Cómo te sentí? Nunca me ha preguntado como me siento como persona, como mujer, nunca me han preguntado.” (Reconstrucción del discurso II-1: Miembros de las familias en la situación de lejanía social)

Esta categoría de individuos se caracteriza porque: a) desconocen tanto la composición como el ritmo que tienen las relaciones que contribuyen a sustentar la trayectoria del “negocio”; b) no se sienten parte de las actividades de la organización económica y, a nivel cultural, c) los valores de inversión y ahorro no son nociones interpretativas que les permiten prever el futuro probable de la trayectoria del “negocio”.

Centrando la atención sólo en el tipo de relación que mantienen las organizaciones económicas con los individuos “cooperadores”, y basándonos en las opiniones de los que han participado en los servicios del PMC AyE, hemos podido observar que ellos cuentan con un diagnóstico favorable sobre el estado de la confianza a nivel macro social, debido a que el 60% indicó que sí se podía confiar en las personas. Sin embargo, esta evaluación no se traduce en posibilidades inmediatas de ayuda cuando las entrevistadas debe afrontar problemas en sus “negocios” como, por ejemplo: ausencia de herramientas, falta de materias primas, carencia de recursos monetarios, impedimentos para el transporte de servicios y productos, dificultad para obtener orientación en asuntos administrativos, posibilidades para atraer clientes y contratar a nuevos trabajadores, debido a que más de la mitad señaló que no cuenta con “cooperadores” en estas materias; y en los casos en que sí existen, ellos se encuentran entre los parientes cercanos y vecinos con los cuales se mantiene una rutina de reciprocidades (Ver tabla II-1 en anexo).

Si consideramos a las organizaciones en las cuales participan los que se asumen como responsables de la organización económica. Primero observamos que ellos no mantienen una asistencia regular en otros tipos de organizaciones. Segundo, cuando la participación se manifiestan como importante para los trabajadores se aprecian diferencias entre los que “hacen negocio” mediante la reventa de productos y los que se dedican a la producción de lo que venden, debido a que los primeros se orientan a constituir organizaciones que nacen desde los que habitan en el “barrio” para dar respuesta a las necesidades recreativas como los clubes deportivos dedicados especialmente al foot ball; y a las necesidades de creencias religiosas (75% se ubicó en la Iglesia Católica, 19% en la Iglesia Evangélica, 6% en “otra Cristiana” y 2% en la Mormona); mientras que los “productores” asisten especialmente a conformar organizaciones que les permiten enfrentar los problemas del “hacer negocio” y cuyo desempeño va más allá de sus relaciones de vecindad como, por ejemplo: sindicatos (Ver tabla II-2 en anexo).

Tercero, tanto “revendedores” como “productores” son similares en su participación en cuanto se presentan dispuestos a asistir a organizaciones que deben resolver cuestiones relativas a la convivencia, especialmente la seguridad pública; y formalizar jurídicamente la membresía de un “vecino” a una unidad territorial delimitada geopolíticamente, o, Juntas de Vecinos.

Si nos detenemos a sopesar las consecuencias de las posibilidades de vinculación que tienen tanto “revendedores” como “productores”, suponemos que los primeros presentan una cultura económica que está abierta a reinterpretar los contenidos de la sociabilidad que se recrea en el “barrio”.

Esta forma de habitar permite que la organización económica desempeñe varias funciones que son solidarias con las de venta, por tanto, también asiste creativamente a conformar otros complejos de relaciones no mercantiles que constituyen al mercado (Mauss, 1979:252), lo que conlleva a sostener que los “revendedores” ingresan a redes sociotécnicas que transfieren recursos que serán transformados en inversión, ahorro o consumo; consolidan interacciones no monetarias entre consumidores y proveedores, contribuyen a sostener actividades de capacitación para que los que ahí se involucran aprehendan a gestionar las relaciones sociales (⁴); y se hacen parte de universos simbólicos articulados por los valores de cooperación, confianza, innovación y cohabitación que “reintegran la economía a la sociabilidad” (Perret y Roustang, 2000:269).

“Sí. Yo les digo que pongan no más todo lo que quieran, todavía hay un cartel de un Jardín Infantil. ¿Cómo le voy a quitar eso?, me piden por favor que se los ponga; para no llevarme mal con la gente, no vale la pena. A veces vienen vecinos y me dicen si le puedo entregar la llave a los chiquillos o (me dice) véamelo un poquito para que no vayan a dejar la puerta abierta. Si uno puede hacer algo, lo tiene que hacer.”(Reconstrucción del discurso II-2: Redes sociales de los negocios de reventa de productos)

Así, las organizaciones económicas de “reventa”: bazares, paqueterías y verdulerías, se ubica en un lugar de privilegio en el sistema de posiciones de la red del “barrio” e, inmediatamente, esa forma de estar en el espacio público nos permite observar su multifuncionalidad al ser una [garita] del control y una instancia de difusión de las actividades de las organizaciones que coexisten con ella.

Esta multifuncionalidad es pertinente según las actividades que debe desenvolver la organización porque el “negocio” gana en ubicación en el mercado de consumo pero, también, funciona negativamente al verse transformada en una despensa del “barrio” cuando sus “vecinos” consideran que las “cosas” obtenidas por “fiado” (sistema de crédito local) pueden no ser pagadas, lo que lleva a la quiebra de la organización.

Por el contrario, las organizaciones que producen lo que venden: ropa, velas, alimentos y muebles, se caracterizan porque ellas definen sus relaciones asumiendo que deben permitirles ampliar la demanda de sus productos y acercar las oportunidades que favorecen especializar sus quehaceres. De ahí que sus capacidades asociativas son los

⁴ Los estudios realizados en Chile como los de Hardy (1985) y Razeto, Klenner, Ramírez y Urmeneta (1990), permiten suponer que las organizaciones económicas presentan relaciones importantes con otras formas asociativas que buscan soluciones a los problemas inmediatos derivados de la falta de recursos económicos y sociales, y que generan instancias de aprendizaje distintas y distantes a la de los sistemas educacionales formales, especialmente porque en ellas se valoran las capacidades de las personas en su lucha contra las condiciones de marginación política y escasez de oportunidades para generar ingresos económicos.

aspectos centrales de su gestión y las interacciones en las cuales entran, los medios que aseguran su trayectoria. En estos casos, la forma de construir la tecnología social no se ve absolutamente determinada por la cultura del “barrio” y, por esta razón, el saber hacer en la organización económica está constantemente incorporando las particularidades de los universos simbólicos que sustentan las demandas de los distintos mercados (5).

Es importante indicar que la participación en los mercados tanto para los “productores” como para los “revendedores” implica asumir las condiciones que imperan en la economía informal, por ende, ellos habitan una categoría que articula el espacio local y que es solidaria con otros desempeños y necesidades que sólo se satisfacen mediante su existencia.

“Yo pertenezco a la agrupación de microempresarios. De esa institución, el noventa por ciento son informales y no van a ser nunca formales por la forma de pensar que tienen. Bueno, yo soy informal en todo, somos los que no tenemos patentes, vamos y nos instalamos a vender sin permiso, así trabajo yo y así he trabajado todo este tiempo. En este minuto yo estoy tramitando la patente y ni si quiera tengo plata para pagar la patente, incluso ya llegó la resolución y no tengo para pagar.

El drama es que como somos microempresarios y la mayoría somos informales, no pagamos impuestos, no tenemos como demostrarles a ellos cuanta plata recibimos mensualmente, entonces para que me ayuden en algún proyecto todos tenemos que estar formales y la gente le tiene terror a Impuestos Internos por varias razones. Primero, porque tienes que estar pagando todos los meses el IVA (referencia al impuesto por venta presunta), tienes que pagar a una persona que te lleve las cuentas y nosotros no somos vendedores en grandes.” (Reconstrucción de discurso II-3: Productores Informales)

Esta ubicación indica que dentro de las organizaciones económicas hay un sector de su cultura que se organiza desde el contenido de un rol cuyo indicador más visible es el nombre del rótulo que le asignan los clientes y/o los miembros de las organizaciones del sector formal de la economía, por tanto, ser parte del sector informal supone conocer las maneras apropiadas para que dicha condición de integración subordinada no de resultados adversos que detenga la trayectoria de la propia organización, para lo cual se hace necesario que la cultura contenga y reporte una imagen del espacio comercial en donde se ubican los tipos de organizaciones según si ellas son del sector formal o informal; y se precisen las formas regulares de sus encuentros.

Es en este nivel donde apreciamos una segunda diferencia entre “revendedores” y “productores” en la medida que los primeros ubican a sus pares poniendo énfasis en su calidad de competencia, mientras que los “productores” tienen una “necesidad” que los conduce a relacionarse con otras organizaciones económicas para satisfacer la demanda que van obteniendo y para “postular” a la adjudicación de recursos: información, mercado, monetarios y políticos.

⁵ En la descripción que hace Rebecca (1993) sobre un apicultor que mantiene su organización económica en la comuna de Huechuraba, no sólo se constata que la familia es la que conforma su principal red de “cooperadores”, además, cada miembro de la familia permite el acceso a redes y registros socioculturales que dotan de contenido al “negocio”: “ella vende joyas y artesanía en alambre y cuero que él fabrica en su taller. También compra fardos de ropa usada que lava, plancha y pone en una linda bolsa de plástico. Los días de feria en Huechuraba, Roberto la lleva en un furgón japonés. Ella participa además en la feria de artesanía en la calle Santo Domingo, como además de hacer artesanía, Roberto sabe de carpintería, él va confeccionando los cajones, alzas, centrifugas y otros implementos necesarios a la ampliación de sus familias de abejas y confección de miel.” (Rebecca, 1993:241)

Estos elementos inherentes a los “productores” originan un ordenamiento según la menor distancia social, por tanto, los “talleres” pueden llegar a ser ubicados en la categoría de “socios”, lo que abre la posibilidad de establecer relaciones comerciales, o circuitos sociotécnicos más amplios y diversos de los que pueden tener los “revendedores” (ver tabla II-3 en anexo).

Ser “socios” implica ser “amigos”, conocerse y reconocerse por esta proximidad social. Sin embargo, es de suponer que esta categoría no adquiere su contenido sólo porque existe alguien que la enuncia, por el contrario, suponemos que antes de esa actividad de ordenamiento, los que trabajan en las organizaciones económicas de producción elaboran su contenido a medida que los compromisos son realizados según el pacto acordado. Por ende, dichas relaciones de asociatividad van promoviendo una tradición de trabajo y unas reglas de interacción que se institucionalizan en el repertorio de la imagen simbólica de la cultura de los que trabajan en esos desempeños económicos.

De ahí que cabe sostener que es muy probable que nos encontremos ante una tecnología social que se reproduce en la medida que la confianza permite distribuir información sobre cómo se ingresa y actúa en los contratos entre organizaciones, lo cual especifica la acción colectiva. Y que si bien dicha dimensión se presenta variable según se trate de “productores” o “revendedores”, ella implica que la organización económica no sólo es la reunión de individuos, sino que, fundamentalmente, una red sociotécnica donde se transfieren y aprehenden los contenidos de la participación eficiente que mantiene su trayectoria.

3. CIERRE DE LA REFLEXIÓN Y BÚSQUEDA DE CONCLUSIONES

Para cerrar el argumento de este artículo es necesario presentar algunas interrogantes que permitan ir en búsqueda de hechos y procesos para estimar conclusiones. Estas cuestiones se ubican en dos niveles, el primero está referido a la conformación de la tecnología social y su ubicación en redes sociotécnicas, en donde es importante plantarse: ¿Qué procesos indican variaciones en la administración de los recursos humanos y materiales en la trayectoria de las organizaciones económicas gestionadas en medios sociales urbanos?

Algunas pistas pueden ser encontradas si asumimos que el espacio local donde se encuentran las organizaciones económicas no necesariamente está conformado por redes delimitadas de producción económica, por el contrario, según González (1993), sería necesario observar que dichas redes presentan contornos difusos y, por ende, no son realidades centradas en sí mismas. De esta manera, la misma noción de espacio local puede verse desbordada por las relaciones reales o virtuales que presentan las redes sociotécnicas de los individuos que trabajan en la organización económica.

Por tanto, los procesos que indican variación en la forma de administrar la gestión de la organización económica deberían ser revisados a la luz de los circuitos ligados a la producción, es decir: los que son conformados por organizaciones económicas y consumidores, entre ofertas de trabajo y organizaciones económicas y los articulados por las organizaciones económicas y la agregación de las variables anteriores (González, 1993:219)

Otra forma de organizar respuestas posibles es a través del reconocimiento de medios sociales que reportan experiencias significativas a los trabajadores. Uno de ellos está conformado por la relación, muchas veces precaria, de la familia con los sistemas educacionales donde asisten los niños y jóvenes, debido a que en ellos se aprenderían otros significados de lo económico y de las posibilidades de su participación en los mercados.

El segundo nivel de cuestiones está ubicado en la cultura de las organizaciones económicas y ahí es interesante iniciar el recorrido, al menos, a través de la siguiente pregunta: ¿El universo simbólico de la organización económicas está limitado sólo por las nociones de éxito y fracaso social, a partir de lo cual, los trabajadores evalúan sus desempeños y revisan el obrar de la sociedad en la cual ellos se encuentran; o además contempla distinciones relativas a: futuros deseados y probables, espacios sagrados y profanos y estancamiento e innovación?

Las posibles respuestas revisten interés si concluimos que la trayectoria de una organización económica juega parte de su viabilidad cuando los trabajadores deciden por el empleo de un tipo de tecnología social entre las varias que ellos pueden conocer; y por hacerse parte de alguna de las redes sociotécnicas que descubren, por lo cual, los modos de vinculación de las informaciones técnicas que hacen posible asignarle un valor a las relaciones de cooperación y reciprocidad y que le facilitan a los trabajadores organizar simbólicamente el espacio local, requieren una especial atención.

Y en este asunto es necesario ver si posee capacidad interpretativa la noción de cultura que la supone como un conjunto articulado de valores que promueve sentidos de acción, los que pueden presentarse distintos u opuestos en relaciones sociales similares (Bourdieu, 1995:82-97); y plantea la posibilidad que una red sociotécnica cree y reproduzca estructuras simbólicas que reportan soportes recurrentes para consolidar mandatos culturales que dotan de coherencia a la organización económica en un período de su trayectoria.

Por lo que se ha revisado en este artículo parece haber una alta probabilidad de que existan sistemas de relaciones que consolidan sentidos de acción, especialmente cuando los que trabajan en la organización económica establecen categorías en las cuales ubican a individuos según su mayor o menor distancia con el obrar del “negocio” y cuya existencia no es inmediatamente observable en la cotidianidad de la organización económica, debido a que esas categorías sólo emergen cuando exploramos en la biografía de la organización o enfrentamos a sus trabajadores preguntándoles cómo ellos elaboran el futuro si se presentan los problemas que afectan la vida comercial.

REFERENCIAS

- Bourdieu, P. (1995). *Por una Antropología Reflexiva*. Santa Fe de Bogotá: Grijalbo.
- (2006). Argelia 60. *Estructuras económicas y estructuras temporales*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Castells, R. (1999). *La Cuestión Urbana*. Madrid: Siglo XXI.
- (2002). ¿Qué significa estar protegidos?, en Dabas, E. et. al., *Redes. El lenguaje de los vínculos. Hacia la reconstrucción y el fortalecimiento de la sociedad civil*. Buenos Aires: Paidós; 151-158.
- Dabas, E. (1999). *Redes Sociales*. Buenos Aires: Grijalbo.
- Dirven, M. (2001). *Entre el Ideario y la Realidad: Capital Social y Desarrollo Agrícola*. Santiago de Chile, mimeografiado.
- Donovan, P; Bravo, G., Y González, R. (2004). *Économie Populaire, Sociale y Solidaire au Chili (1980-2003)*. En *Le Sud et le Nord dans la mondialisation, quelles alternatives, le renouvellement des modes de développement*, P.U.Q et KARTHALA; 138-159.
- Durkheim, E. (1997). *La educación moral*. Buenos Aires: Losada.
- Durston, J. (2000). *¿Qué es el capital social comunitario?* Serie Políticas Sociales CEPAL, División de Desarrollo Social, N° 38, 47-60.

- Espinoza, V. (2002). La movilidad ocupacional en el Cono Sur. Acerca de las raíces estructurales de la desigualdad social. *Proposiciones N° 34: Pobreza y desigualdades en América Latina*, 89-100.
- Forni, F. (1988). *Formulación y evaluación de proyectos de acción social*. Buenos Aires: Humanitas.
- Forni, F; Benencia, R. y Neiman, G. (1991). *Empleo, Estrategias de vida y Reproducción. Hogares rurales en Santiago del Estero*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- García, J. (1994). *La racionalidad en política y Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- González, R. (1993). Desarrollos productivos locales y pequeña producción. *Proposiciones N° 23: Microempresa y desarrollo*; 218-232.
- Hardy, C. (1985). *Hambre + Dignidad = Olla Común*. Santiago: PET.
- Kliksberg, B. (2000). Diez falencias sobre los problemas sociales en América Latina. *Socialismo y Participación*, 89; 65-76.
- Márquez, F. (2002). Cultura y movilidad en los noventa: Buenos Aires, Santiago y Montevideo. *Proposiciones*, 34: Pobreza y desigualdades en América Latina; 77-88.
- Mauss, M. (1979) *Sociología y Antropología*. Madrid: Tecnos.
- Latour, B. (2007). *Nunca fuimos modernos. Ensayo de antropología simétrica*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Lechner, N. (2004). Desafíos de un Desarrollo Humano: individualización y capital social. *Instituciones y Desarrollo*, 7, (www.iigov.org).
- Perret, B. y Roustang, G. (2000). *La economía contra la sociedad. Crisis de integración social y cultural*. Santiago: Fondo de Cultura Económica.
- Razeto, L; Klenner, A; Ramírez, A., y Urmeneta, R. (1990). *Las organizaciones económicas populares*. Santiago: Programa de Economía del Trabajo.
- Rebecca, F. (1993). Microempresa y desarrollo regional: algunas experiencias. *Proposiciones*, 23: Microempresa y desarrollo; 233-252.
- Samuelson, P. (1968). *Curso de Economía Moderna. Una descripción analítica de la realidad económica*. Madrid: Aguilar.
- Sen, A. (2000). Género y conflictos cooperativos. En Navarro, M. *Cambios sociales, económicos y culturales*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica; 59-110.
- Vélez-Ibáñez, C. (1993). *Lazos de confianza. Los sistemas culturales y económicos de crédito en las poblaciones de los Estados Unidos y México*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.

ANEXO

Tabla I-1:- La evaluación de los aportes de las organizaciones económicas a la economía familiar.

Dimensión	Productores	Revendedores
Evaluación de la incidencia del negocio en la economía familiar	<p>“Vendíamos a un precio adecuado porque estamos en una población que económicamente no está bien. Gracias a dios hemos salido adelante. Es poco lo que se gana, porque hay que ser sincera, es poco lo que se gana uno y al menos nos alcanza para comer; nos damos vueltas para la comida.</p> <p>Algunas veces decimos mejor cerremos el negocio que para qué si sabemos que es para puro comer y para pagar las deudas y, a la vez, digo que con eso nos ayudamos y sin ese negocio como me ayudaría”.</p> <p>(3:3 (31:38) Economía familiar) + (3:9 (193:196) [Economía familiar])</p>	<p>“Mucho, porque claro, él me da la palta de la comida y yo lo que voy juntando de mi negocito, primero mi negocio. Voy comprando lo que me falta en mi negocio y platita que voy juntando yo, que tasas, que mesita, todo eso ha salido del negocito, digo yo: si no tuviera mi almacén ¿Qué haría? A veces a mi marido le va mal en el trabajo, ahora está enfermo y parece que lo van a hospitalizar, entonces yo tengo para darme vuelta si eso pasara.”</p> <p>(2:29 (511:521) [Economía familiar]) + (2:10 (503:509) (Economía familiar))</p>

Tabla II-1: Relaciones de reciprocidad de la red de apoyo de las usuarias de PMC AyE para solucionar problemas del Plan de Negocios (⁶)

A esa persona a la que le puede pedir, le ha hecho algún favor en el último año	Sí (%)	No (%)	Vacías (%)
Herramientas	16	7	78
Materias primas	13	5	82
Dinero	20	10	70
Transporte	15	5	81
Ayuda administrativa	14	13	73
Clientes	13	4	83
Contratar a alguien	11	2	87

⁶ Esta tabla ha sido construida a través de las respuestas afirmativas a una pregunta que presenta alternativas dicotómicas.

Tabla II-2: Participación en organizaciones sociales locales según rubro de las usuarias del PMC AyE.

Participa en alguna organización	Producción (%)		No responde (%)	Reventa (%)		No responde (%)
	Sí	No		Sí	No	
Club Deportivo	0	83	17	5	94	1
Cuerpo de Bomberos	0	83	17	1	98	1
Junta de Vecinos	33	50	17	33	66	1
Sindicato	17	67	16	5	94	1
Iglesia	17	67	16	22	77	1

Tabla II-3: Proximidad social entre usuarios de los créditos

Dimensión	Productores	Revendedores
Proximidad social	<p>“Tengo varios amigos que trabajan en confección pero no son mi competencia, tengo claro que no son mi competencia, es que yo no pienso como los chilenos, éste me va a cagar, éste me va a joder, yo no pienso así, son mis socios. ¿Por qué son mis socios?, porque si yo tengo mucho trabajo llego muerto de la risa donde ellos y digo, ¿cómo están de pega?, y me dicen siempre más o menos o estamos mal. Yo les traigo pega, háganme estos diez buzos para pasado mañana y se los pago al contado. Entonces, con esa visión que tengo de los amigos que tengo allá, no son mi competencia, te diste cuenta. Voy el día de mañana si una institución me pide mil quinientos buzos y si tengo diez talleres chicos, de los cuales soy amigo, que son más chicos que los míos y otros más grandes que mi taller; y voy a lograr hacer mil buzos en una semana.” (2350:2378 [Red Económica]>)</p>	<p>“Con los vecinos y con mi sobrina que vive acá al lado, ella también esta en él (PMC), ella se metió ahora último. Ella se metió por las de ella, yo no le dije que se metiera. Ella vivía donde la mamá, ella me dijo, me metí en la Fundación, y yo le dije que bueno. A ella le compraron carro para completos y tuvo un tiempo que le fue re mal y ahora, en el verano, se le compone la pega. Entrevistador: ¿Usted le va ha ayudar? No, no le ayudo yo, porque no le gustan las personas que le digan las cosas.”(2:38 (772:818) (Super) [red económica])</p>