

La participación en una cooperativa rural de ahorro y crédito: un análisis desde la cultura organizacional

OLGA LUCÍA HUERTAS HERNÁNDEZ*

Recibido: 2005-08- 31

Aceptado: 2005-11-01

Resumen

El presente artículo realiza una aproximación al tema de la participación en una cooperativa rural de ahorro y crédito a la luz de la propuesta de una psicología organizacional con orientación crítico-discursiva. A través del reconocimiento de la cultura organizacional se indagó por la forma como es entendida la participación, la manera como es asumido este principio cooperativo y las implicaciones que tiene para los asociados. Para el manejo de la información se trabajó con la propuesta de análisis de discurso de IAN PARKER (1996). El análisis permitió el reconocimiento de algunas de las lógicas o racionalidades que circulan en la organización, además de la discusión sobre el tema del poder y la importancia de la cultura de la cooperativa. Finalmente, se plantean algunos aportes que puede realizar la utilización de esta metodología de la psicología crítico-discursiva en la comprensión de las organizaciones cooperativas.

Palabras clave: *participación, cultura organizacional, cooperativas rurales, psicología crítico-discursiva.*

* Docente instructora, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá- Colombia. E-mail: olga.huertas@javeriana.edu.co

Abstract

This article does an approximation to the topic of the participation in the rural cooperative in the light of the offer of organizational psychology with critical discursive orientation. Across the recognition of the organizational culture it was investigated by the form like the participation is understood, the way like it is assumed this cooperative principle and the implications that it has for the partners. The managing of the information was done with the offer of discourse analysis of Ian Parker (1996). The analysis allowed the recognition of some of the logics or rationalities that circulate in the organization, besides the discussion on the topic of the power and the importance of the culture of the cooperative. Finally, there are visualized the contributions that a discursive psychology can realize in the comprehension of the cooperative organizations.

Key words: *participation, organizational culture, rural cooperative, critical discursive psychology.*

Résumé

Le présent article réalise une approche au thème de la participation au sein d'une coopérative rurale d'épargne et crédit à la lumière de la proposition d'une psychologie organisationnelle à orientation critique et discursive. A travers la reconnaissance de la culture organisationnelle on a enquêter sur la forme dont est comprise la participation, la manière dont est assumé ce principe coopératif et les implications qu'il a pour les associés. Dans la gestion de l'information, on a travaillé avec la proposition d'analyse du discours de Ian Parker (1996). L'analyse a permis la reconnaissance de quelques unes des logiques ou rationalités qui circulent dans l'organisation, outre la discussion autour de thème du pouvoir et l'importance de la culture de la coopérative. Finalement, on présente quelques apports que peut réaliser l'utilisation de cette méthodologie de la psychologie critique et discursive dans la compréhension des organisations coopératives.

Mots clés: *participation, culture organisationnelle, coopérative rurale, psychologie critique et discursive*

.....

Introducción

La participación se ha convertido es un aspecto característico de las tendencias organizacionales contemporáneas. Las organizaciones promueven la participación tanto en la propiedad como en la gestión como una práctica excelente, ya que se considera que no sólo permite la eficiencia en el alcance de los objetivos sino porque también permite la legitimación de éstos por parte de sus integrantes (GARCÍA, 2001).

Las teorías clásicas de la organización le han dado un lugar diferente a la participación. Los presupuestos de la administración científica de TAYLOR planteaban remplazar el control que se hallaba en manos de los trabajadores por el control de un director que dirigiera el trabajo y supervisara los logros. Desde los años cincuenta hasta finales de siglo pasado se promueve la participación de los empleados en las empresas como una manera de favorecer la eficiencia en los procesos, propuestas tales como la teoría Y, los círculos de calidad y el empoderamiento son muestras de ello (VROOM y JAGO, 1990).

Sin embargo, para comprender el tema de la participación en las organizaciones es necesario reconocer la diversidad de formas organizacionales existentes y las particularidades de éstas. En este artículo se pretende centrar la discusión sobre la participación al interior de una organización cooperativa. Una cooperativa puede ser comprendida como

“una unidad que representa la sumatoria entre la asociación de personas y la empresa productiva. Esta unión tiene un doble objetivo, uno económico y uno social, donde lo económico se considera como el medio para conseguir el objetivo social”. (DÁVILA, 2002, p. 23).

Las cooperativas desarrollan modelos de gestión alternativos frente a otras formas de organización, son atravesadas por prácticas democráticas en las que se busca que prime la valoración del ser humano por encima del capital. En este sentido, las personas que conforman la organización no sólo hacen parte de ella en el sentido de pertenecer a una organización, sino que se espera que

participen activamente en el gobierno, gestión y dirección de la organización. Para que esta participación sea posible se promueve la toma de decisiones de carácter consensual, planteando desde un inicio la colectivización de los intereses de la cooperativa, esto es, que los problemas y necesidades establecidos desde sus inicios un proceso conjunto (MOTTA, 1993, citado por DÁVILA, 2004).

El segundo principio del modelo cooperativo profundiza en este aspecto, afirmando que

“las cooperativas son organizaciones democráticas controladas por sus miembros quienes participan activamente en la definición de las políticas y en la toma de decisiones, los hombres y mujeres elegidos para representar a sus cooperativas responden ante sus miembros”. (LOBO, 2000, p. 77).

Los desarrollos en el estudio de las cooperativas demuestran que aunque se plantee como un principio, las organizaciones asumen el modelo y sus principios no de una manera lineal sino haciendo “negociaciones de sentido”, consolidando formas propias de participación. Esas negociaciones son producto de las formas de ver el mundo de cada organización, en últimas de la cultura organizacional, la cual en el caso de las cooperativas rurales se encuentra no solamente constituida por las construcciones simbólicas de la organización, sino también está atravesada de manera significativa por la cultura local y regional.

El caso que se presenta hizo parte de las indagaciones relacionadas con la investigación “Participación y gestión democrática de las cooperativas”, adelantado por la Red de las Américas en Estudios Cooperativos y Asociativismo • UNIRCOOP, representada en Colombia, por el Instituto de Estudios Rurales (IER) de la Pontificia Universidad Javeriana. La indagación se llevó a cabo en una cooperativa de ahorro y crédito rural ubicada en el departamento de Santander (Colombia). El trabajo fue realizado durante el primer semestre del año 2005.

La cooperativa fue fundada en 1962. El período comprendido entre los años de 1963 a 1992 se identifica como una época de consolidación de la cooperativa en la vida del municipio. Desde el año de 1992 se vive un período de expansión tanto en el número de asociados como en los servicios que ofrece. Cuenta con 1.900 asociados de los cuales 900 están activos. Su base social está conformada por 50% por maestros, empleados, comerciantes y amas de casa (que habitan el casco urbano o “el pueblo”) y 50% son campesinos (que no habitan el casco urbano, es decir, que viven en veredas).

Les ofrece a sus asociados crédito a través de ocho líneas de ahorro y otros beneficios como apoyo a educación y salud (DÁVILA, 2004).

A continuación se buscará comprender la manera como se genera y desarrolla la participación al interior de una cooperativa rural de ahorro y crédito a partir del reconocimiento de la cultura de la organización. Se presentan algunos presupuestos sobre la psicología crítico•discursiva, el discurso y la cultura los cuales informan acerca de la perspectiva desde la cual se realiza el análisis. También se recoge una breve revisión acerca de la participación en las cooperativas, el cual es el tema central de la discusión.

1. Discurso y cultura organizacional

Para el análisis del presente caso, se retomaron los planteamientos de una psicología organizacional con aproximación crítico•discursiva. Ésta plantea la labor del investigador como un ejercicio de análisis interpretativo y reflexivo, y considera la realidad de la organización como un texto que requiere ser leído para comprenderse. Sugiere entonces que el conocimiento se obtiene privilegiando el habla de la vida cotidiana (la conversación) y la comprensión de la manera como ésta se ordena.

La perspectiva del discurso se desarrolló en la psicología social en los inicios de los años ochenta del siglo pasado e implicó transformaciones sobre la producción de conocimiento psicológico. Como afirma PARKER (2005) permitió que se reflexionara sobre cómo a través de la comprensión de los usos del lenguaje se está en capacidad de repensar las formas como las personas están posicionadas en relaciones de poder, las cuales las constituyen como sujetos.

Dentro de las corrientes discursivas existe una amplia heterogeneidad acerca de lo que es un discurso. La propuesta de PARKER recoge algunas de las ideas de MICHEL FOUCAULT según las cuales los discursos “son prácticas que definen sistemáticamente el objeto del que hablan” (PARKER, 1996, p. 80). Todo discurso es situado, se escribe y se habla desde unos supuestos lo que implica que, para su comprensión, es necesario reconocer su construcción a través de una perspectiva cultural.

La dimensión discursiva reconoce por tanto, que las comprensiones acerca del mundo están atravesadas por discursos, que ordenan y le dan sentido a la vida y acciones de las personas. En el espacio social, circulan unos discursos y se restringen otros, lo que implica que existen unas versiones más hegemónicas de mundo que gobiernan las relaciones. Esta situación pone en evidencia la

fuerte relación entre poder y discurso, ya que dependiendo del poder se promueve o inhibe la producción de ciertas comprensiones y enunciados sobre la realidad.

Asimismo, frente a la discusión sobre participación existen preguntas y reflexiones subordinadas que pueden ponerse en un nuevo plano. Concretamente, al interior de la psicología organizacional se han privilegiado hasta el momento preguntas referidas a la participación de los trabajadores y la eficiencia organizacional. Esta situación ha conducido a dejar de lado problemas como las diferentes formas de entender o significar la participación que se derivan de la diversidad de discursos existentes y el papel que tienen en la construcción discursiva de los sujetos.

La dimensión crítica por su parte, informa de la necesidad de reconocer que no existen realidades independientes de quienes la construyen. Los diferentes discursos sobre la realidad suponen una interpretación sobre lo real y que dicha interpretación está mediada por unos intereses (DOMÉNECH e IBÁÑEZ, 1998). Se considera por tanto que cualquier acercamiento a comprender la realidad, exige un proceso de interpretación, además del reconocimiento de las diferentes voces o maneras de entender el mundo que habitan el espacio social (es decir, la plurivocalidad). Por tanto, se requiere de la generación de nuevos estilos de escritura que involucren la exploración de interpretaciones alternativas de la realidad y la búsqueda de elementos emancipadores en los textos más hegemónicos. Una postura crítica trata además de explorar la parcialidad que generan los diferentes intereses y de prestar atención a las relaciones asimétricas de poder y de cierres discursivos.

Por tanto, a la hora de hablar de participación, es necesario reconocer que no existe una versión o interpretación única y rescatar los diferentes discursos, especialmente los no hegemónicos. En la indagación, implica reconocer las versiones de participación que se han construido en la cooperativa, tanto con las voces más hegemónicas (como la de la gerencia y la de los organismos de decisión y control), como de las voces de otros asociados que no participan de estos espacios.

El trabajo sobre el discurso en las organizaciones se ha realizado desde diferentes disciplinas, por lo que este tipo de análisis se considera como una alternativa de trabajo interdisciplinar a la hora de dar cuenta de los fenómenos que se suceden en el espacio de lo social. Las formas de análisis pueden variar, se encuentra la propuesta semiótica de VAN DIJK (2001), la de los repertorios interpretativos de POTTER (1998) y la de criterios de identificación de discursos de PARKER (1996), por nombrar sólo algunas. En Colombia, algunos trabajos

en psicología organizacional con esta perspectiva son los de PULIDO y CARVAJAL (2001) y de VARGAS (2004). En empresas del sector floricultor se ha indagado por los discursos alrededor de empresa y de trabajador que allí existen y la manera como favorecen la comprensión de las relaciones laborales que se construyen (VARGAS, 2004). En el trabajo de PULIDO y CARVAJAL (2001) se puede observar un interés por los discursos que permiten la construcción de identidad de los propietarios de vehículos de transporte urbano en Bogotá.

En estos trabajos se hace evidente que el conocimiento que emerge sobre una realidad es relativo a los contextos sociohistóricos y culturales en los que acontece. Desde este lugar, se puede establecer una relación estrecha entre discurso y cultura. Los discursos sólo pueden ser entendidos a la luz de la cultura y el contexto en el que se han constituido (VAYREDA, 1998) y, por su parte la cultura, está habitada por múltiples discursos que ordenan las prácticas que tienen lugar en determinados espacios.

Tal como afirman GERGEN y McNAMEE (1996) las formas por las cuales entendemos el mundo y nos entendemos a nosotros mismos son artefactos culturales, los cuales son el resultado de las diversas interacciones que se generan en contextos determinados histórica y socialmente. Por tanto,

“estimar las formas existentes de discurso consiste en evaluar las pautas de vida cultural, tal evaluación hace eco de otros enclaves culturales”. (GERGEN y McNAMEE, 1996).

Al asumir que el mundo es una construcción social y que las personas participan activamente en esa construcción, las organizaciones pueden ser entendidas entonces como

“un conjunto dinámico de procesos técnicos y sociales, estructurados donde interactúan sujetos en un proceso de negociación cotidiana regido por una lógica y racionalidad propias y mediados por valores socioculturales”. (SATO y ESTEVES 2000, citado por APARECIDA y GRECCO, 2003, p. 128).

Al ser las cooperativas formas organizacionales, se puede afirmar entonces que cada una de ellas desarrolla unas lógicas y prácticas propias las cuales al ser identificadas permiten darle sentido a las acciones que dentro de ella se llevan a cabo. En el trabajo que se realiza en las organizaciones desde diferentes disciplinas, estas formas propias se agrupan bajo lo que se denomina como cultura organizacional. La cultura organizacional puede ser definida como

“el producto de la adopción de determinados modos de organización y gestión del trabajo, como también una manifestación de un conjunto de comportamientos socialmente adquiridos y practicados, que orientan un modo de llevar la vida, sustentan la unidad de grupo, revelan el

significado del universo simbólico y de los valores existentes y que no están desvinculados de las estructuras y patrones socioculturales más amplios”. (APARECIDA y GRECCO, 2003, p. 128).

La cultura se convierte así en el espacio de articulación de los aspectos sociales que hacen parte de la vida pública y de los aspectos psicológicos en los cuales los diferentes participantes hacen uso de su potencial autónomo y creativo. La cultura es entonces una constante mediación entre lo construido y lo que surge en el día a día de las relaciones personales.

Dentro del debate sobre cultura organizacional pueden identificarse dos perspectivas. Una es la que comprende la cultura como consenso u homogeneidad. A la luz de esta perspectiva, cultura son todos aquellos acuerdos compartidos por una organización. Esta visión propone la cultura como unidad y estabilidad (SCHEIN, 1990). El conflicto y el desacuerdo tienden a evitarse y se asume que hay una visión de mundo más verdadera, la cual debe ser compartida por todos los miembros de la organización. Dentro de esta mirada se justifican prácticas como “el cambio cultural” y la eliminación del conflicto y de la diferencia.

Una segunda perspectiva es la de la ambigüedad o de la heterogeneidad. La cultura se asume de una manera compleja, ya que allí coexisten diferentes versiones de mundo que permanentemente están en conflicto y tensión. De esta manera, la cultura se transforma constantemente y es afectada por los cambios del entorno, por lo tanto, no es predecible ni controlable.

Para el presente análisis y teniendo en cuenta la perspectiva dentro de la cual se inscribe este trabajo, la cultura será entendida como ambigüedad. La pretensión es, entonces que, a través de la identificación de discursos que emerjan del análisis de la cultura organizacional, se pueda comprender la participación en la cooperativa estudiada. Sin embargo, otro elemento que resulta muy útil para este análisis es la comprensión de lo que significa la participación dentro de las organizaciones cooperativas, aspecto que se revisará a continuación.

2. Participación y organizaciones productivas

Existen diversas maneras de concebir qué es participación. En organizaciones cuyo fin principal es la generación de capital, la participación puede ser entendida como un proceso que involucra la actuación de las personas en la toma de decisiones para la búsqueda del bien común (MARTÍNEZ, 1996). VROOM y JAGO (1990) plantean que el grado en que una persona participa en su grupo de trabajo o en su organización está relacionado con el grado de influencia que

este trabajador haya tenido sobre las decisiones que la empresa adopta. Desde esta perspectiva la participación asume diferentes formas:

- **Formal o legislada:** corresponde a aquellas oportunidades o derechos establecidos por una ley u organismo director de la organización. Se encuentra regulada por los estatutos de la organización y se ejerce a través de canales o sistemas sociales de carácter formal.
- **Informal:** se refiere a aquellas situaciones que surgen en el día a día cotidiano, producto de las relaciones existentes entre las personas. Las conversaciones informales y las reuniones de grupo para establecer objetivos y resolver problemas, son un ejemplo de este tipo de participación (VROOM y JAGO, 1990).

Se reconoce además que la participación en las organizaciones impacta de manera directa factores tales como la satisfacción con el trabajo de los empleados ya que se integran los objetivos individuales con los de la empresa; la calidad de las decisiones mejora, lo cual depende de los objetivos que persiguen los participantes, los conocimientos que posean, el tamaño del grupo, el grado de desacuerdo y acuerdo existente y el tipo de problema al que se enfrentan (VROOM y JAGO, 1990).

En las organizaciones de carácter voluntario o en proyectos cooperativos, la participación se puede entender como un mecanismo que legitima y orienta las metas de la organización. En estos espacios la participación se puede dar tanto en actividades que le permitan a la organización alcanzar sus fines como en actividades que fortalezcan la vida asociativa y participativa, de tal manera que se fomente “el conocimiento, la interrelación y el intercambio de experiencias y vivencias entre todos sus integrantes”. (CARRERA, 2001, p. 128).

La participación en el sector cooperativo, asume entonces características diferenciales tal como lo reseña DÁVILA (2004), configurando diferentes formas que no sólo se relacionan con la toma de decisión en situaciones que afectan la eficiencia de la empresa. De esta manera un asociado a una cooperativa puede tener acceso a diferentes bienes:

- a. Participación en la propiedad, cuando se reconoce la noción de dueño/usuario.
- b. Participación en el poder, cuando la cooperativa considera a sus asociados para identificar y satisfacer los intereses de la colectividad.

- c. Participación en los resultados, cuando los asociados pueden utilizar los recursos generados por las actividades de la cooperativa.
- d. Participación comunitaria, cuando los asociados pueden manifestar su preocupación por la comunidad que es afectada por la cooperativa.

Otra distinción es la realizada por ORTEGA (2001), quien propone se pueden considerar tres dimensiones de la participación:

- a. La participación como poder, la cual implica reflexionar sobre el desarrollo de una estructura y organización democrática que se plasma en las posibilidades que la entidad cooperativa brinda a sus socios en la toma de decisiones. El tipo de actividad que desarrolla la cooperativa, el tamaño de la cooperativa y la falta de información afectan la participación. La participación de los asociados es descrita como activa (cuando el asociado aporta su opinión) y pasiva (cuando se limita a asistir y escuchar).
- b. La participación como control: con la que se pretende conocer cómo se realiza el manejo de la cooperativa directa e indirectamente y se analiza la función de la gerencia.
- c. El principio participativo como deber: cuando el asociado reconoce que la participación cooperativa no es sólo un principio del cooperativismo sino también una obligación.

COQUE (2003) analiza el problema de la participación especialmente en el gobierno de las cooperativas, es decir, en la capacidad frente a la toma de decisiones de los diferentes actores en los tres flujos empresariales: el flujo de información y decisión, el flujo real (bienes y servicios) y el flujo financiero. Aunque estos flujos se encuentran presentes en todas las empresas, la participación en todos no siempre es posible en empresas de capital, mientras que en las organizaciones cooperativas la situación es diferente debido a que el marco de relación que se establece entre los socios de una cooperativa permite que se abarquen los tres flujos.

Para este autor el gobierno de estas empresas es más complicado frente a las empresas del capital ya que en las cooperativas “confluyen más actores y algunos de ellos asumen más de un papel” (COQUE, 2003, 73). Por tanto, la participación depende de las relaciones entre los diferentes actores de gobierno de las cooperativas y de los instrumentos para el ejercicio de dichos gobiernos. Afirma además que el estímulo a participar en el gobierno está fuertemente anclado al principio de identidad, de allí que el doble papel que

tiene cada socio se convierte en un elemento fundamental para la promoción de la participación.

Existen otros fenómenos de carácter social que afectan el desarrollo de las formas de participación al interior de las cooperativas. SCHNEIDER (1994) al referirse al caso de las cooperativas rurales en Brasil, encuentra cambios en la participación producto de la transformación de las cooperativas en empresas modernas y competitivas. Esta nueva situación provoca

“la expansión del área territorial de la cooperativa y del número de socios, la diversificación de sus actividades en el sector productivo, comercial e industrial y el consiguiente montaje de una compleja estructura empresarial y burocrática según el modelo de las empresas capitalistas competidoras”. (SCHNEIDER, 1994, p. 72).

Estas nuevas condiciones favorecen el trato impersonal y la entrada de un orden burocrático que pone en riesgo la participación del cuerpo social, ya que se estimula más al socio en su carácter de usuario que en su condición de copropietario. Esto genera poca fidelidad en los asociados y baja participación en espacios como la asamblea. SCHNEIDER (1994) en sus estudios además identifica que los asociados se vinculan más por necesidad que por convicción, lo cual no favorece el interés en la naturaleza de la organización y propicia una situación de “auto•enajenación” en los asociados.

Esta revisión permite concluir que la participación dentro de las organizaciones cooperativas es un asunto complejo y decisivo. Complejo porque como se señalaba anteriormente implica diferentes espacios y dimensiones que van más allá de una propuesta o un modelo, y una fuerte influencia de la cotidianidad y el entorno. Más que un ideal la participación se convierte en un ejercicio cotidiano mediado por las relaciones que se establecen entre los asociados y los organismos de decisión, en su doble condición. Decisivo, porque permite legitimar y dar sentido a la apuesta por unas organizaciones de carácter cooperativo, en la medida en que se convierte en un elemento definitorio de la vida organizacional.

3. Participación y poder

Desde la psicología, las prácticas de participación pueden ser entendidas a la luz de las relaciones de poder en las cuales las personas se encuentran involucradas. El poder puede ser considerado como “un procedimiento que opera para forzar los deseos y doblegar las voluntades, ya sea seduciendo, convenciendo, castigando o comprando”. (IBÁÑEZ, 1983, citado por SÁNCHEZ,

2002, p. 40). Este poder sirve para imponer controles a las contradicciones y generar determinadas formas de organización en las relaciones entre individuos y/o grupos. En esta medida el poder no sólo es producto de las relaciones sociales sino que a su vez determina ciertas formas de relación.

SÁNCHEZ (2002) describe que el poder puede asumir dos dimensiones. Una dimensión negativa (poder sobre), el cual genera relaciones de obediencia y sumisión. Cuanto más poder tiene una persona, menor poder llega a tener la otra; éste es frecuente en contextos de conflicto o cuando se presentan problemas en la toma de decisiones. Otra dimensión es la positiva (poder para), en éste el aumento del poder de una de las partes, no significa el detrimento del poder del otro; esta forma tiende a darse en espacios donde no hay conflicto de intereses de las partes.

El contexto en el que sucedan las relaciones, le da nuevos sentidos (es decir, resignifica) al papel que tiene el poder en el establecimiento de relaciones. TOSVOLD (1995) muestra cómo en condiciones de cooperación, cuando las personas tienden a creer que sus metas están positivamente vinculadas se favorece que ellas cedan el poder, a quien se crea pueda desarrollar mejor la tarea. En estas condiciones, las personas tienden a pensar que alcanzando sus propias metas se contribuye al logro de las metas de los otros miembros de la organización, por lo cual tienden a pensar que serán exitosos en la realización de metas conjuntas. Por el contrario, en condiciones de competición las personas tienden a creer que sus metas están negativamente relacionadas y que el éxito de los otros puede interferir el propio, por lo cual preferirán no cooperar.

Una de las actitudes positivas que se construyen frente a quienes ejercen el poder es la confianza. La confianza puede ser entendida como la creencia que una persona tiene de que otro individuo, grupo u organización no actuará explotando sus aspectos vulnerables (MORROW, HANSEN y PEARSON, 2004). Desde una aproximación cognitiva, la formación de la confianza descansa tanto en componentes racionales como afectivos. El componente de pensamiento racional se construye a partir de un cuidadoso y metódico proceso donde se determina si un grupo, individuo u organización es confiable involucrando evidencia empírica, recogiendo “pruebas” que provean evidencia creíble. Mientras que el componente afectivo se refiere a los instintos, intuiciones o sentimientos que surgen frente a un individuo, grupo u organización que lo muestran confiable, lo que genera una suspensión de la necesidad de evidencia racional (por ejemplo cuando se han tenido muchos éxitos en los indicadores de realización) que construye un colchón de confianza que ayuda a que se vea menos necesaria la evidencia racional. Las

actividades que ponen a los miembros de la cooperativa en contacto con otros y con los empleados de forma que se fomente el sentido de familia y buenos sentimientos pueden desarrollar e incrementar la base afectiva de la confianza (MORROW, HANSEN y PEARSON, 2004).

El poder desde una perspectiva crítica se entiende como algo constitutivo de las relaciones que sólo puede ser pensado dentro de éstas. El poder no se puede pensar en ausencia, ni en lo abstracto. Se requiere algo más que de una conceptualización, es necesario crear o generar una conciencia histórica de nuestras circunstancias actuales (FOUCAULT, 1998).

Dentro de este planteamiento comprender las relaciones de poder que se establecen en la cooperativa, que le dan sentido a la participación, implica no sólo una distinción conceptual de lo que es el poder, sino también el reconocimiento de las condiciones históricas y sociales de producción de las relaciones a estudiar. Elementos como el nivel educativo, la riqueza que se posee, el estatus social, el nivel de riqueza del municipio, el papel del Estado, el conflicto social son algunos elementos que organizan las relaciones de poder dentro de la cooperativa. Además de lo anterior, se requieren otras consideraciones para entender el poder tales como “las formas de hacer resistencia” y “los intentos hechos para disociar estas relaciones”. (FOUCAULT, 1998).

El panorama muestra una amplia gama de formas de entender el poder y la influencia que éste tiene en la participación. Para el análisis se retomarán algunas experiencias de vida cotidiana de la cooperativa para ser comprendidos a la luz de estos planteamientos.

4. Metodología

Al asumir una lectura de la cultura organizacional desde el discurso, este ejercicio investigativo se abordó con un enfoque cualitativo. Se utilizaron observaciones participantes y diarios de campo. Se adelantaron conversaciones informales para ampliar la comprensión de la cooperativa como lugar de trabajo y las diferentes funciones que desempeñan los trabajadores. Se realizaron 8 entrevistas semiestructuradas. La selección de los participantes se hizo a través de un muestreo intencional, teniendo como criterios que los participantes fueran asociados activos de la cooperativa y que representaran las diferentes voces existentes en la cooperativa. Se seleccionaron los asociados habitantes del casco urbano (2), los asociados habitantes del campo (veredas) (2), un representante de la Junta de vigilancia, un representante del Consejo, un trabajador de la cooperativa y el gerente.

Se utilizó la propuesta metodológica de análisis del discurso de PARKER (1996) para el manejo de la información recolectada. Este análisis es una forma de investigación cualitativa que se interesa por las distintas maneras en que el significado se reproduce y cambia en el texto analizado. Como afirma VAYREDA (1998; 83) “se trata de establecer un nivel de síntesis, un principio de unidad que sea respetuoso con la heterogeneidad y la diversidad” existente al interior de la organización. Para su realización PARKER (1996) sugiere transitar por una serie de momentos¹, que permiten la emergencia de los discursos.

Para el desarrollo de la investigación se estableció un proceso de tres momentos. El primero de reconocimiento de las características sociohistóricas de la organización. El segundo en el cual se realizaron y analizaron las entrevistas para permitir la emergencia de algunos elementos característicos de la cultura organizacional. El tercero permitió emerger, identificar y nombrar los discursos que se han construido en la organización y la interpretación del papel de éstos, en la participación que se vive en la cooperativa.

5. Resultados y discusión

Primer momento

Se identificaron en la cooperativa *tres espacios de relación (espacio de trabajo, espacio de control y toma de decisiones, espacio de socialización y legitimación)*, los cuales organizan las relaciones entre sus miembros y son el resultado de la frecuencia de interacción que se ha formalizado. Como espacio de trabajo, la cooperativa ofrece un contacto diario para los miembros que hacen parte de ella, esto permite que se tejan unas relaciones más constantes y con determinadas particularidades. Como espacio de control y toma de decisiones, la cooperativa ofrece un encuentro semanal o mensual para los miembros que pertenecen a la junta de vigilancia o al consejo, allí la presencia de otros actores hace más compleja las relaciones y las prácticas culturales que se han venido construyendo.

1 Los momentos mencionados por PARKER (1996) para la realización del análisis son: “1. Poner el texto en lenguaje escrito; 2. Asociarse libremente con el texto; 3. Detallar sistemáticamente los objetos que aparecen en el mismo; 4. Aludir a estas formas de habla como objetos de estudio; 5. Detallar sistemáticamente los sujetos que aparecen en el texto; 6. Reconstruir los derechos y responsabilidades de los sujetos más importantes del texto; 7. Identificar las distintas versiones de los mundos sociales que coexisten en el texto; 8. Especular sobre el modo en que cada uno de los patrones identificados atiende a las reglas culturales encubiertas detrás de las prácticas; 9. Identificar los contrastes entre las distintas formas de habla; 10. Identificar las ocasiones en que estas formas se solapan; 11. Comparar con otros textos para evaluar la manera en que éste se dirige a las distintas audiencias y 12. Elegir la terminología adecuada para nombrar los discursos y organizar de este modo la lectura de un texto”. (PARKER, 1996; 82-87).

Finalmente, se configura el espacio de socialización y legitimación de las prácticas adelantadas, este espacio es poco frecuente y más ocasional, pero es el que tiene un carácter de participación masiva de la base social. Estos diferentes espacios implican que a la hora de hablar de la cultura organizacional de la cooperativa estudiada, es necesario dar cuenta de las diferentes relaciones y lógicas que allí existen.

Segundo momento

Algunos de los elementos que se evidencian como representativos y característicos de la cultura de esta cooperativa de ahorro y crédito son:

La asamblea: Es el espacio más referenciado como lugar de encuentro y de intercambio de información por parte de todos los entrevistados. Adquiere un carácter ritual o ceremonioso en la medida en que en ella, sus miembros se comprenden a ellos mismos como parte de la cooperativa. Tiene una serie de pasos: verificación del carácter de socio activo, presentación del balance, almuerzo y entrega del obsequio. Involucra una fuerte presencia de la cultura regional y se configura como un espacio de encuentro con los vecinos y con la posibilidad de ser sujeto de atenciones (“que a uno lo atiendan”), lo cual favorece que las personas se sientan motivadas de participar allí al ser reconocidas como importantes. Aunque se establece una distinción entre “los de atrás” (los que escuchan, los que se sientan, los que no comprenden todo, los comunes y corrientes) y “los de adelante” (los que hablan, con los que entienden, los de la presidencia) se entiende como un espacio de integración (de los pobres con los más pudientes, de los habitantes del campo con los del pueblo). No obstante la mayor contradicción se encuentra frente a la comprensión de la información que se logra por parte de todos los asistentes, no es claro si es un asunto de interés o de complejidad de la información. Como lo muestra el siguiente aparte de la entrevista a un asociado del campo:

“La gente si viene...Aquí es cada año, este año fue el 12 de marzo. La gente sabe que ese día por el regalito tienen que apartar el día. Se tiran el jornal y se están todo el día aquí, almuerzan y se van... Cuando uno puede paga los aportes y los que no tienen pues dan la mitad y después pagan la otra mitad. Ocho días antes de la fecha debe estar uno listo y cuando uno va a entrar entonces...ya le tienen su tarjetita con el número y luego siéntese”. (Asociado del campo, 2005).

El regalo: se ha configurado como una costumbre frecuente en muchos de los espacios relacionales de la cooperativa: con los asociados de la base social, para la incorporación de nuevos socios, con los empleados y miembros de la junta y comité. Las personas a través de éste se ven reconocidas como

importantes y de alguna manera se sienten dignificadas. Esto favorece que los asociados hayan “naturalizado” la entrega del regalo. La cooperativa es entendida como “la que da”, para los asociados no es claro que ese regalo hace parte de los excedentes de la cooperativa y por eso se sienten muy agradecidos tanto con el gerente como con la empresa. Piensan que es un detalle que queda para recordar su relación con la cooperativa, que los hace sentir importantes y que distingue claramente el tipo de relación que pueden establecer con una sucursal bancaria que existe en el municipio. Esta costumbre tiene un alto efecto motivador en muchos de los asociados ya que responde a unas formas tradicionales de la cultura local de generar relaciones empáticas entre las personas, basando de manera importante las relaciones en la afectividad y dejando relegado el ejercicio racional. No obstante, los asociados se confunden frente a lo que se espera de ellos al participar en la asamblea, promoviendo más una participación pasiva que se limita a la asistencia y a ponerse al día en los aportes.

La historia de la oficina: uno de los eventos más significativos que involucra la vida de las personas con la vida de la organización fue la construcción de la nueva sede, lo cual puede configurarse como la creación de la oficina. Se establece la diferencia entre: *allá abajo y aquí arriba*, lo cual le da un carácter simbólico particular de mejoramiento y de ascenso social. Esta nueva sede trajo varios procesos de modernización de la organización para convertirla más en una empresa, especialmente en cuanto al lugar que ocupaba en la vida y desarrollo del municipio. Se especializaron algunas funciones, se definieron más claramente los cargos, se crearon instalaciones más funcionales y se cambió la imagen social de la organización. Este cambio fortaleció la confianza del municipio con la recién llegada administración, lo cual permitió el reconocimiento de nuevos estilos de liderazgos. Esto favorece que la cooperativa sea significada como un buen lugar de trabajo incluso deseable para las personas del municipio porque se ve como un lugar de ascenso social, generando interés para la participación.

La cooperativa un lugar para cumplir sueños y para aprender: una creencia generalizada en los diferentes espacios de la cooperativa, es que brinda apoyo para los proyectos de vida que se trazan sus asociados, especialmente con los negocios que se realizan para garantizar el sustento para la familia. Los créditos que otorga la cooperativa son necesarios, lo cual favorece que las personas sigan vinculadas a ella de manera permanente. La entrada de la cooperativa a la historia de vida de los asociados, especialmente los que laboran allí, los miembros del consejo y el asociado que le ha vendido servicios la identifican como un lugar donde han podido desarrollar habilidades y conocimientos que antes no tenían, ofreciendo un espacio para el

crecimiento personal lo cual genera agradecimiento. Es importante señalar que dicho aprendizaje fue posible gracias al apoyo de personas de la cooperativa y de los socios estratégicos, favoreciendo que se perciba un ambiente de cooperación y de mayor participación, como lo demuestra este asociado miembro del consejo:

“La cooperativa fue un soporte para tener lo que tengo, cuando yo llegué me casé y compré la mitad de la veterinaria a mi hermana gracias a un crédito que pude sacar acá de 4 millones de pesos. Y hace unos dos años saqué otro crédito y compré la otra mitad con un crédito que estoy pagando. Me han dado el soporte para comprar lo que ahora tengo. Y lo otro que me ha cambiado, es que he aprendido más de los conocimientos que tenía sobre el manejo de una cooperativa, del manejo de la comunidad y de los socios. He liderado programas en la comunidad”. (Asociado y miembro del consejo, 2005).

No todo el mundo sirve para todo y se requieren condiciones mínimas para participar: hay una distinción entre el carácter de asociado de la base social y el asociado que participa de las instancias de control y de toma de decisiones de la cooperativa. Para el asociado del campo las instancias de decisión (consejo y junta) son vistas como lugares donde no se puede participar por la falta de tiempo especialmente para asistir a las reuniones (generalmente atribuida a las labores cotidianas de subsistencia o por el desplazamiento del campo al casco urbano). Para el asociado del pueblo, el hecho de que no se participe está más ligado a la falta de capacitación o por no tener un grupo que lo apoye en los procesos de elección.

La capacitación en diferentes aspectos como cooperativismo, los estatutos de la cooperativa, el manejo de recursos es requerida por todos los entrevistados para que haya mayor apropiación y participación en la cooperativa como lo menciona esta asociada del caso urbano:

“... Alguna vez sí escuché unos programitas en la emisora que hablaban sobre el cooperativismo, yo pienso que sobre eso nos falta muchísimo. Yo creo que en eso nos tenemos ni la más mínima idea, uno lo escucha pero no, yo por ahí lo que medio escuché pero ni me acuerdo. Nos falta muchísimo saber qué es eso, porque se crearon la cooperativa, la función, porque eso es como un círculo en bien para todo, no sabemos dónde surge, para dónde donde va, pues aceptamos las cosas como no las dan”. (Asociada, 2005).

Plata rápida y buen trato al asociado: este elemento se valora porque se articula a las posibilidades de negociación dentro de la cultura y de resolver problemas derivados de dejar muchas cosas para última hora. También se valora que se dé prioridad a la confianza más que al trámite, lo cual hace que los asociados se sientan valorados como personas (o personas de palabra) especialmente los del campo, para quienes es importante poder renegociar desde el cara a cara. Esto confirma la necesidad de ser comprendidos como

sujetos poseedores de dignidad sin importar sus condiciones sociales, situación diferente a la que sucedería en otras instituciones como el banco. Esto también ayuda a incrementar la confianza como lo manifiesta el asociado del campo y a querer seguir vinculado a la cooperativa:

“Por lo menos que tenga buenos servicios a la gente para que puedan cubrir sus necesidades, porque se trata de darle un buen trato a los asociados, estar pendientes de las necesidades de ellos... si uno va a una empresa y no lo saludan, se siente uno chiquitico. A veces llega uno a un banco por allá a una ciudad y nadie le contesta a uno...”. (Asociada y empleada de la cooperativa, 2005).

“El jefe es el jefe”: uno de los presupuestos básicos de la cooperativa como ámbito laboral es la distribución del poder y el gobierno, el cual está en la figura del jefe quien aparece en un lugar central de toma de decisiones, replanteando la dimensión de trabajador•asociado. La personalidad conciliadora del gerente y la situación de una alta participación femenina en los empleados de la cooperativa pueden favorecer el fortalecimiento de este presupuesto.

La confianza: esta confianza se construye en las relaciones del día a día, en el conocimiento de las personas del municipio, en el saludo, se fortalece con el tiempo o la antigüedad, en las experiencias que se han tenido (por ejemplo pago oportuno de parte de los asociados, asignación de créditos de manera oportuna por parte de la cooperativa) o por la generación de resultados exitosos. Esta confianza atraviesa procesos como la asignación del crédito, la vinculación de nuevos asociados, la escogencia y permanencia de empleados y el apoyo de la base social a procesos de inversión o destinación de recursos. Favorece la estabilidad de los trabajadores en el cargo y de los asociados que participan en órganos de control y decisión, lo que hace que se redimensione la participación del resto de los asociados que conforman la base social:

“La ventaja que tenemos de acá es que la mayoría del consejo conocemos a casi toda la gente de la vereda, que si uno conoce a tal persona, que si es buena paga, que si tiene con quién pagar y que es trabajador, entonces lo analiza más por los conocimientos que tiene uno de las personas que de los documentos que aporte. Es una ventaja frente al banco y la otra es que la determinación no la toman acá, en cambio nosotros sí y que conocemos a prácticamente a todas las personas”. (Asociado y miembro del consejo, 2005).

Las relaciones son de amistad: este elemento de la cultura local adquiere un lugar primordial en los procesos que desarrolla la cooperativa. El contacto para oportunidades de negocio, la vinculación a la cooperativa en un órgano de decisión, el apoyo a las personas que ingresan nuevas en los procesos o el planteamiento de inquietudes frente al funcionamiento de ésta se hacen en espacios informales en la vida cotidiana, mediados por las relaciones de amistad. También la cooperativa es vista como un amigo cuando se tienen

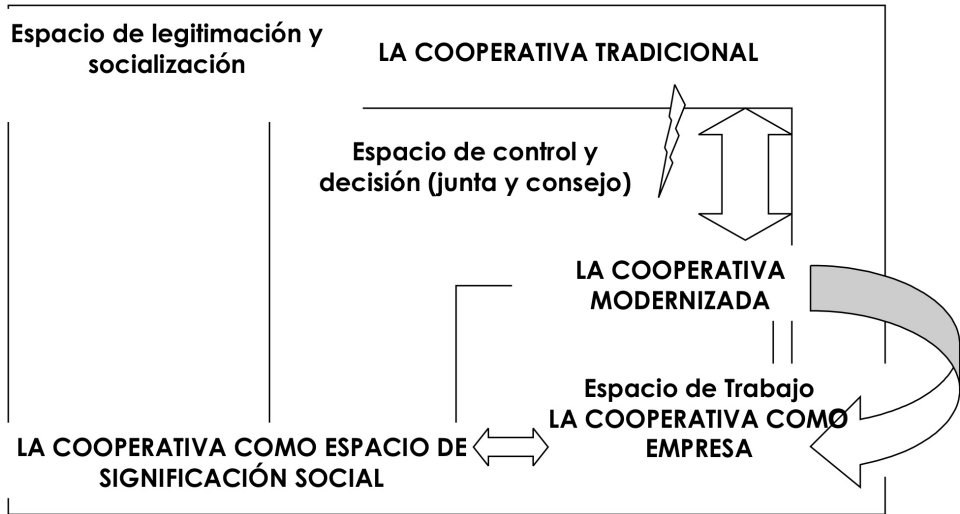
dificultades, esto favorece que se cree una relación de agradecimiento y que mantenga la fidelidad en algunos asociados, especialmente con aquellos que no cuentan con este tipo de apoyos.

Otros elementos como las cartas de aviso, los comités, los días de campo, las estrategias de comunicación, la valoración del pueblo como lugar de estabilidad, la valoración del dinero y la distinción entre el asociado del campo y el asociado del pueblo le dan sentido a las prácticas de participación de los asociados en la cooperativa.

Tercer momento

Estos elementos se organizaron en cuatro discursos que se identificaron en el análisis. Dos referidos a las lógicas que allí circulan: **la cooperativa tradicional y la cooperativa moderna**. Y dos referidos hacia cuál es la función de la cooperativa en la vida del municipio: **la cooperativa como empresa y la cooperativa como espacio de significación social**. Estos discursos circulan de manera diferente en cada uno de los espacios tres espacios de relación, tal como lo muestra la figura 1. Al interior de la cooperativa como lugar del trabajo, el discurso más fuerte es el de la cooperativa como empresa, estableciendo prácticas de relación compartidas por los sujetos entrevistados como “el jefe es el jefe”.

Figura 1
Mapa discursivo de la cooperativa



Fuente: esta investigación.

Los límites y reglas establecidos por este discurso son aceptados por los participantes ya que han visto resultados positivos y exitosos de esta práctica. Por lo tanto, el poder se cede fácilmente al gerente y al interior de la organización se generan prácticas que buscan minimizar el conflicto y el desacuerdo. El poder que se observa en este espacio de relación es el poder sobre o poder negativo.

Los tipos de participación propuestos por DÁVILA (2004) y ORTEGA (2001) en los espacios cooperativos no se observaron, dado que la dimensión laboral se posiciona como más significativa que la dimensión de asociado. También coexisten otros discursos como el de la “cooperativa como espacio de significación” el cual articula procesos de vinculación y de permanencia como empleado en la cooperativa, pero permanentemente supeditados al manejo de la cooperativa como empresa.

El discurso de empresa se apoya en el de la “cooperativa modernizada”, el cual tiene como hecho significativo la creación de la oficina, hecho que rompe la historia de la cooperativa, situación que ya había sido identificada en el trabajo de DÁVILA (2004). Esta oficina implica unas formas de trabajo, que aunque respetando ciertas tradiciones de la cultura local, crean nuevos servicios y estrategias para mantener su buena imagen como empresa de éxito. Al interior de este espacio la participación enmarcada en los principios de la doctrina cooperativa no se da, aunque esto es aceptado y legitimado por los empleados.

En los espacios de control y decisión, hay dos discursos que tienen mucha fuerza. El de la cooperativa modernizada y el de la cooperativa como espacio de significación social. Desde allí se apoyan los cambios y transiciones que debe hacer la cooperativa para ser más productiva y eficiente, evidenciando que la organización se asume como algo propio. Aquí la distribución organizativa favorece que se dé un poder positivo, el cual se evidencia en que el ejercicio de poder que realizan los organismos de control y decisión no le reduce de manera significativa la capacidad de acción de quien se encuentra sujeto a la relación de poder, en este caso el gerente. Las prácticas generadas por estos discursos han permitido la construcción de la confianza desde referentes racionales, por ejemplo mostrar resultados, ver que la cooperativa crece, que cumple su función social. Esto permite que se reconozcan con mayor posibilidad de participación porque conocen tanto el funcionamiento estatutario de la cooperativa como algunos referentes mínimos sobre el manejo económico.

En ellos es posible identificar que se comprenden como propietarios de la cooperativa porque hay una clara conciencia de que la cooperativa es de todos;

también se da acceso al poder ya que se tienen mayores espacios para ejercer la toma de decisiones. En los asociados vinculados a este espacio existe una preocupación por el nivel de participación de la comunidad, lo cual se busca transformar con la generación de prácticas como los comités de solidaridad y educación.

En este espacio es posible hablar de democracia, ya que las relaciones que se crean allí apuntan a la igualdad. Tal vez es el espacio donde han apropiado de manera más clara los principios cooperativos. No obstante, es importante preguntarse por la baja rotación de los cargos del consejo, ya que terminan reduciendo las posibilidades de acceso a otros socios, generando prácticas de distinción entre el asociado del pueblo y el asociado del campo, lo que de alguna manera restringen la participación. La baja rotación tiene que ver con la poca capacitación que tienen los asociados, ya que como ellos dicen “no todo el mundo sirve para todo”. Entonces el acceso a la participación está mediado por una condición de “saber” que no todos poseen, en especial los asociados del espacio rural.

Finalmente, en el espacio de socialización y de legitimación, el análisis evidencia que los asociados de la cooperativa establecen como presupuestos básicos la confianza y la amistad. El discurso que más fuerza tiene es el de la cooperativa tradicional, por lo cual prácticas como el regalo y la asamblea adquieren un papel importante en la vida de las personas y son relevantes para mantener y fortalecer el vínculo social, en especial de aquellos que se encuentran menos vinculados a la cotidianidad de la vida del municipio, es decir, a los habitantes de las veredas. Sin embargo, este espacio también es muy valorado por las personas del campo ya que genera oportunidades de encuentro que no se tienen disponibles en el municipio, por lo cual la participación en ella tiene un carácter de ser incluido socialmente.

Emergen conflictos con las estrategias de comunicación que se han establecido, ya que en la medida que ha ido creciendo la cooperativa se ha restringido más el contacto cara a cara, favoreciendo relaciones más impersonales. En la cooperativa se generan más vinculaciones a partir de la confianza percibida, la cual en la mayoría de las relaciones cotidianas descansa sobre elementos de tipo afectivo, en intuiciones o impresiones que generan las personas que la manejan. Para algunos asociados es suficiente esta imagen (se suprime la necesidad de una explicación racional), lo que ayuda a comprender por qué en las asambleas no hay tanto interés en la presentación del balance. Otro elemento a destacar es que la cooperativa es vista como un espacio de ayuda (contexto de cooperación), lo cual hace más fácil la toma de decisiones basadas en el consenso. Esto favorece que se

genere una participación más bien pasiva producto de la confianza construida y de las prácticas tradicionales.

La base social o la asamblea es significada como un espacio de socialización de las actividades que hace la cooperativa, por lo tanto, la comunicación que se establece es más de carácter informativo (programación de eventos, balances, oportunidades) que de toma de decisiones. Ella además actúa como espacio de legitimación de las decisiones que son tomadas en otras instancias de la cooperativa, lo cual ha servido para fortalecer la confianza en sus dirigentes.

El tipo de actividad que realiza la cooperativa influye sobre la calidad de la participación, en este caso la actividad que desarrolla la cooperativa se ve como un apoyo para el crecimiento o fortalecimiento de la economía familiar, más no es algo en lo que se base directamente la subsistencia diaria. Por lo tanto, las relaciones que establecen sus asociados son casuales y esporádicas y terminan en algunos casos limitándose a “sacar el crédito”. Otro elemento que afecta la participación es el número de asociados (900), ya que se favorece que la mayor parte de éstos queden en el anonimato y que se genere la creencia en ellos, que su voz no es importante debido al poco contacto cara a cara.

En este caso, la relación construida con los asociados favorece lo que SÁNCHEZ (2002) denomina un poder positivo, ya que por ejemplo en la asamblea los asociados manifiestan que pueden decir lo que piensan. No obstante, existe entre los asociados la creencia que es necesario prepararse o saber del tema para opinar mejor. Esta creencia puede estar apoyada por la entrada del discurso de la cooperativa modernizada, en el cual es necesario contar con un saber específico ofrecido por la educación formal para participar más adecuadamente, este saber se promueve más fácilmente en los espacios urbanizados, por eso la distinción entre los asociados del pueblo y los del campo. El asociado del campo es identificado por algunos como “el que no entiende”, lo cual genera prácticas de exclusión a su participación en espacios de mayor toma de decisión en la cooperativa, y en ellos mismos la autoexclusión de ciertas formas de participación, por eso “uno va a la asamblea y se sienta a escuchar” (asociado del campo, 2005), lo que está en consonancia con los planteamientos de SCHNEIDER (1994) sobre la autoenajenación.

Con relación a la participación a la propiedad existe en algunos asociados esta toma de conciencia; sin embargo, otros conciben a la cooperativa como un banco que tiene en cuenta sus necesidades, lo que puede deberse en gran medida al desconocimiento de los principios cooperativos y a la falta de capacitación sobre cooperativismo. Los asociados mencionan que participan

en el acceso a los resultados que genera la actividad de la cooperativa, especialmente en lo referido en “ayudas para la familia”. Esto se comprende de manera positiva, teniendo en cuenta que el nivel de ingreso de algunos asociados no permitiría que su familia participara en estos programas.

En cuanto a la participación en la comunidad esto no es tan claro, ya que como ellos se sienten parte de la cooperativa pero no dueños de ella, es difícil que ellos se separen de lo que se entiende como comunidad especialmente en el caso de los habitantes rurales. Finalmente el discurso que menos fuerza tiene en este espacio es el de la cooperativa como empresa.

Conclusiones

Las particularidades de las organizaciones cooperativas obligan a pensar la participación como un proceso complejo. La participación se comprende de una manera diversa al interior de una organización y para entender su funcionamiento es necesario dar cuenta de las construcciones culturales que se establecen en los diferentes espacios de relación de la organización, de tal manera que estos procesos no deben ser entendidos de una manera generalizada sino a través de la comprensión de sus particularidades, para lograr rescatar la plurivocalidad existente en la organización. De ahí que los acercamientos desde una perspectiva discursiva pueden permitir ampliar la comprensión que se tiene de las cooperativas y su funcionamiento. El análisis abre inquietudes sobre la tensión generada por el proceso de modernización de la cooperativa, lo que ha traído ventajas y desventajas que deben evidenciarse para comprender cómo estas transformaciones afectan el papel que tiene la cooperativa en la vida del municipio.

Para finalizar, el presente trabajo muestra cómo la comprensión de la cultura y de los discursos desde esta forma de hacer psicología organizacional resulta clave en el rescate de la particularidad de las organizaciones de trabajo rural. Esto permite la emergencia de preguntas más cercanas a los involucrados y más alejadas de los modelos o formas de gestión tecnocráticas, que eliminan la riqueza del rescate de lo cultural en procesos organizacionales como la participación, posicionando nuevas reflexiones a los psicólogos organizacionales en torno a las cooperativas rurales.

Bibliografía

- APARECIDA, R. y GRECCO, A. “Desenvolvimento organizacional e interpeçoal em cooperativas de produção agropecuária: reflexão sobre o método”. *Psicologia & Sociedade* (2003) 15 (2): 124•143.

- CARRERA, J. “Atracción, formación y participación. Un proceso”, en: *La participación en las organizaciones: un desafío para el nuevo milenio*. compiladores: SAN AGUSTÍN, M.; GÓMEZ, C. y MARÍN, A. Egido: Zaragoza, 2001.
- COQUE, J. “De la eficiencia cooperativa. El gobierno participativo bajo una perspectiva sistémica”, en: *Acciones e investigaciones sociales*. 2003; 18: 67•87.
- DÁVILA, R. Innovación y éxito en la gestión cooperativa, casos exitosos de cooperativas rurales de ahorro y crédito. Pontificia Universidad Javeriana/FEAR/IER/UNES. Bogotá, 2004.
- DÁVILA, R. “Conceptos básicos de organización y gestión cooperativa”, en: *Gestión y desarrollo: la experiencia de las cooperativas en Colombia*. Compiladores: DÁVILA, R. y SILVA, J. Instituto de Estudios Rurales. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, 2002.
- DOMÉNECH, M. e IBÁÑEZ, T. “La psicología social como crítica”. Revista *Anthropos*. 177. Barcelona: Proyecto A Ediciones, 1998.
- FOUCAULT, M. “El sujeto y el poder: por qué estudiar el poder. La cuestión del sujeto”. *Texto y Contexto*. 1998; 35.
- GARCÍA, P. “Nuevas profesiones, nuevas formas organizativas y participación”, en: *La participación en las organizaciones: un desafío para el nuevo milenio*. Compiladores: SAN AGUSTÍN, M; GÓMEZ, C; y MARÍN, A. Egido: Zaragoza. 2001.
- GERGEN, K. y McNAMEE, S. *La terapia como construcción social*. Buenos Aires: Paidós. 1996.
- LOBO, L. Aspectos doctrinarios de la gestión cooperativa. Instituto de Estudios Rurales. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, 2000.
- MARTÍNEZ, M. *Comportamiento humano*. Trillas: México, 1996.
- MORROW, J., HANSEN, M. y PEARSON, A. “The cognitive and affective antecedents of general trust within cooperative organizations”. *Journal of Managerial Issues*. Pittsburgh, 2004; 16 (1): 48•65.
- ORTEGA, M. La participación en las cooperativas agrarias andaluzas. Un análisis práctico. (2001) En: www.asescan.com/jornadas/ciriec/INFE•COMNC•ORTEGA.doc. Tomado el 15 de marzo de 2005.
- PARKER, I. “Discourse”. *Qualitative Psychology: introducing radical research*. (2005). Open University Press: Buckingham.

- PARKER, I. "Discurso, cultura y poder en la vida cotidiana". *Psicología, discursos y poder*. Compiladores: GORDO, A. y LINAZA, L. Visor: Madrid, 1996.
- POTTER, J. *La representación de la realidad: discurso, retórica y construcción social*. Paidós: Barcelona, 1998.
- PULIDO, H. y CARVAJAL, L. "Discurso y construcción de identidad: el caso de los propietarios de vehículos de transporte urbano en Bogotá". *Debates en Psicología*. Pontificia Universidad Javeriana: Bogotá, 4, 91•103.
- SÁNCHEZ, A. "Dispositivos de empoderamiento para el desarrollo psicosocial". *Universitas Psychologica*. Pontificia Universidad Javeriana: Bogotá, 2002; 1 (2).
- TJOSVOLD, D. "Effects of power to reward and punis in cooperative and competitive contexts". *The Journal of Social Psychology*. Washington, 1995; 135 (6): 723•737.
- SCHEIN, E.H. "What is culture?", en: *Reframing Organizational Culture*. FROST, P.; L. MOORE; M.R. LOUIS; C. LUNDBERG & J. MARTIN (eds.). Sage, Londres, 1990.
- SCHNEIDER, J. *Democracia, participación y autonomía en cooperativas agrarias de Rio Grande do Sul*. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, FAO: Roma. 1994.
- VAN DIJK, T. "El discurso como interacción en la sociedad", en: *Estudios sobre el discurso: una introducción multidisciplinaria*. Ed. Van Dijk, T. Gedisa: Barcelona, 2001.
- VARGAS, L. "Discursos circulantes y construcción social de empresa en una organización del sector floricultor colombiano". *Universitas Psychologica*. Pontificia Universidad Javeriana: Bogotá, 2004; 3 (2): 197•212.
- VAYREDA, A. "A propósito de la discursividad". Revista *Anthropos*. Barcelona: Proyecto A Ediciones, 1998; 177.
- VROOM, V. y JAGO, A. *El nuevo liderazgo*. Díaz de Santos. S.A.: Madrid, 1990.