

VI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2004.

Revitalización de la Cultura del Trabajo: La Experiencia Hecho en Buenos Aires.

Héctor Angélico y Eugenio Elorriaga.

Cita:

Héctor Angélico y Eugenio Elorriaga (2004). *Revitalización de la Cultura del Trabajo: La Experiencia Hecho en Buenos Aires. VI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-045/600>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Revitalización de la Cultura del Trabajo:

La Experiencia Hecho en Buenos Aires

Héctor Angélico* y Eugenio Elorriaga†

Introducción

Las problemáticas que giran torno a la exclusión social, el desempleo y la marginalidad urbana, como también la consecuente estigmatización recurrente en situaciones concretas de pobreza estructural, regeneran una serie de experiencias originadas en el seno de la sociedad civil que tratan de dar respuestas a tales problemáticas. En este trabajo destacaremos el desempeño de la Asociación Civil **Hecho en Buenos Aires** como una organización en la cual su estructura de funcionamiento y sus objetivos estarán englobados en dar respuesta a los problemas de inserción y contención social.

Se incorpora a la experiencia la centralidad del trabajo, como el principal medio tendiente a la inclusión social de un amplios sectores; al estar orientada en responder los problemas de trabajo e ingresos a una población vulnerable, con trayectorias de precariedad laboral y desempleo‡, en condiciones habitacionales y económicas inestables, presentándose como una distintiva posibilidad de inserción social para estas poblaciones, hacia la generación de

* Director de la Carrera de Relaciones del Trabajo. Investigador Formado del CEIL-PIETTE

† Pasante de la Carrera de Sociología.

‡ Como nos menciona nuestra entrevistada: " *La consigna fue plantear un problema de inserción con gente marginada, recuperando la posibilidad de todos los excluidos de insertarse en el sistema, recuperar la dignidad, la idea es trabajar con un grupo de gente sin techo y marginados, plantearles como darles una posibilidad de inserción* "

ingresos o escape de la vulnerabilidad, teniendo un carácter transitorio para los sujetos entre el par exclusión-inclusión social[§].

La experiencia se instrumentaliza con la edición de una revista de forma mensual de interés semanal para la venta en espacios públicos, combinando la producción de contenidos periodísticos alternativos.

Origen y consolidación de la experiencia

Hecho en Buenos Aires ha estado inspirado en un proyecto similar en Inglaterra llamado Big Issue y la revista Terre Di Mezzo que en Italia había tomado un importante auge en los últimos. El proyecto fue pensado por un grupo de profesionales de las ciencias sociales, especializados en el área del Trabajo Social que a mediados del año 2000 se reunieron preocupados por la situación de los desocupados y la problemática de su reinserción social en un contexto de escasa demanda de mano de obra en el mercado de trabajo. Este grupo de profesionales pudo observar el desarrollo anterior del Big Issue de Inglaterra y pudo articular su inicial proyecto en tal experiencia que ya había logrado un notable éxito en su país. En efecto, el Big Issue es una experiencia nacida, como mencionamos anteriormente, en Inglaterra en el año 1991, la cual ha sido protagonista de un importante crecimiento organizacional y de incremento en las ventas, permitiendo replicar la experiencia a otros países como Nueva Zelanda, Estados Unidos o Sudáfrica; y trabajar en conjunto con organismos internacionales implicados en la problemática de la exclusión y poblaciones

[§] Esto mismo lo vemos cuando un vendedor destaca "" vos cuando entrar acá lo primero que te dicen es que esto es un trampolín, que no te cases con la revista como para quedarte, Esto es pasajero para aprovecharlo para juntar unos manguitos.."

categorizadas como " Sin techo " ^{**}. En la actualidad, Big Issue obtiene una venta de 2.500.000 ediciones de forma mensual, y ha podido ofrecer una nueva edición de manera semanal.

Quienes diseñaron Hecho en Buenos Aires lograron vincularse a la experiencia inglesa, la cual ha podido transmitir metodologías de trabajo, comercialización y organización, como también un tipo de orientación periodística y de contenidos generales para las publicaciones. En este sentido, se observa al origen de Hecho en Buenos Aires como el resultado de la convergencia de un conjunto de profesionales con alguna experiencia en materia de trabajo social, articulados a una experiencia anterior en otro país, en este caso el Big Issue Inglés, significando una referencia, a falta de antecedentes en nuestro país ^{††}, como también un primer aprendizaje necesario para poner en ejecución la experiencia.

La publicación de la primera edición se publicó en el mes de Junio de 2000 con una tirada de 5000 publicaciones y un pequeño grupo de vendedores que lograron reunir los coordinadores generales. La buena recepción que tuvo el proyecto y, consecuentemente, el incremento de la venta de la revista con las primeras ediciones, destacó las potencialidades del proyecto para abarcar los objetivos de inserción propuestos. Esto permitió obtener la personería jurídica como Asociación civil ^{‡‡}, como también la declaración de interés municipal y nacional. Dicho reconocimiento legal contribuyó a que Hecho en Buenos Aires

^{**} Es destacable este aspecto, ya que el actual presidente del Banco Mundial, ha realizado importantes gestiones hacia la problemática de las poblaciones " Sin Techo ".

^{††} En tanto pública, ya que destacamos la emergencia acelerada del fenómeno de medios alternativos.

^{‡‡} Haber obtenido el reconocimiento legal como Asociación Civil plantea restricciones económicas a la experiencias ya que este tipo de asociaciones cuando realizan actividades económicas no están exentas de pagar impuestos. Así, los propulsores de HBA integran una red de empresas sociales hacia el debate por la legislación de empresas social, La empresas Sociales, a diferencia de las Asociaciones, pueden realizar actividades comerciales, siempre y cuando estén orientadas en objetivos Sociales.

referenciar sus actividades, logrando obtener apoyos económicos y subsidios, con el objeto de dar mayor alcance a su experiencia.

En este sentido, a finales de 2000, Hecho en Buenos Aires obtuvo un subsidio del Banco Mundial^{§§} que significó un importante apoyo tendiente a incrementar el número de ediciones para la venta y, con esto, una mayor incorporación de vendedores implicados en la experiencia. Asimismo, el apoyo del Banco Mundial brindó reconocimiento a Hecho en Buenos Aires y pudo acercar a otras entidades, como Naciones Unidas y la Organización Mundial de la Salud.

El reconocimiento legal y de organizaciones internacionales han sido muy útiles en la consolidación del proyecto; pero debemos destacar también que los mismos coincidieron con la agudización e impacto de la crisis en el mercado de trabajo que impacto en Capital Federal. De esta manera, los apoyos obtenidos, sumados a la urgencia de la problemática del trabajo, incidieron en incrementar de la capacidad de acción y recepción de Hecho en Buenos Aires, promocionando la experiencia y aumentando la receptibilidad de la revista en el mercado. Dicha situación, tendrá implicancias en la estructuración organizacional de la experiencia ya que su consolidación se verá reforzada por la conformación de red con otras organizaciones sociales, permitiendo redefinir los objetivos que la experiencia persigue, anticipando y reorientándolos a los objetivos de las diversas organizaciones. Así, Hecho en Buenos Aires forma parte de dos redes. La primera de ellas la conforma un grupo de empresas sociales, donde se ensaya junto un proyecto de legislación que contemple a las Empresas Sociales dentro de la ley. Un segundo vínculo que mantiene Hecho en Buenos

^{§§} Gracias al Programa Pequeñas Donaciones del Banco Mundial, 2001

Aires con diversas organizaciones a partir de la red Internacional de Publicaciones de la Calle.

Estructura interna de funcionamiento y procesos organizacionales en torno a la Venta y Difusión

La estructura organizativa interna de Hecho en Buenos Aires se encuentra constituida por una Dirección General encargada de coordinar los cuatro equipos que instrumentan los objetivos sociales de la organización. Estos cuatro equipos están englobados en primer lugar por el equipo de Distribución y Ventas, coordinado por un Director de Vendedores y encargado de distribuir las publicaciones a los vendedores y lograr la capacitación para mejorar la manera en que los vendedores deben ofrecer la publicación al público. Por otra parte, se constituyó el equipo periodístico, el cual permanece integrado por un grupo de periodistas encargados en la realización de los contenidos de la revista; el equipo administrativo y el equipo de Apoyo Social, todos estos están integrados por personal no rentado^{***}.

^{***} Actualmente Hecho en Buenos Aires cuenta con un total de cincuenta voluntarios que se renuevan constantemente.

Cuando un potencial vendedor se acerca a la asociación el equipo de apoyo social será el encargado de relevar su situación habitacional, social y económica, realizando un categorización acerca de sus condiciones de vida. El siguiente paso será entregarle una acreditación que lo incorpora a la experiencia como vendedor, como también diez ejemplares de manera gratuita para que el vendedor pueda acceder a una primera capitalización y así poder autofinanciar futuras publicaciones, incrementando la venta, ya que la publicación se financia, entre otros aportes, a través de la venta de las publicaciones. Asimismo, los encargados de Distribución y Ventas asignarán a los vendedores zonas de ventas, con el objeto de no generar conflicto entre los vendedores por los espacios más convenientes para realizar la venta. Este equipo realimentará el circuito del mercado ofreciendo eventos y organizando grupos de vendedores.

Actualmente Hecho en Buenos Aires cuenta con una tirada mensual de 50.000 publicaciones y con 1300 vendedores de los cuales 300 se desempeñan de manera permanente y activa dentro de la ciudad de Buenos Aires principalmente. Es decir, que desde su origen al pasado por la experiencia 1300 vendedores. Con esto, vemos un proceso de consolidación de la experiencia muy fuerte, el cual fue acompañado por una diferenciación de funciones, a partir de los equipos y de diversos roles entre los miembros de la asociación

En tal división de equipos de tareas y trabajos el eje central está puesto en incrementar la cantidad de ediciones ofrecidas al público, ampliar el staff de vendedores, el número de tirada y mejorar el contenido que ofrece la revista. Esto, vino acompañado por una jerarquización de roles entre quienes forman parte de la estructura organizativa-administrativa de Hecho en Buenos Aires y los vendedores, quienes no parecen tener una

participación activa en el diseño de la edición de la revista y la asociación en general, conformando un grupo beneficiario de la experiencia^{†††}.

Las ediciones repartidas a los vendedores de forma mensual tienen un valor de un peso, del cual el setenta porciento es la retribución de cada vendedor por realizar la venta; mientras que el restante treinta porciento implica la cobertura de los costos que hacen a la edición de las publicaciones. El ofrecimiento de las ediciones se realiza en la vía pública, a partir del trabajo autoorganizado de los vendedores, quienes tendrán un territorio preestablecido que generalmente representan puntos estratégicos para el comercio de la Capital Federal^{†††}.

Si bien el trabajo de los vendedores es autoorganizado, en cuanto no se encuentran obligados por tiempo de entrega o máximos y mínimos de venta, o circuitos y mercados consolidados desde su propia iniciativa, los responsables de la publicación mantienen normas a seguir por los vendedores para que su conducta individual los objetivos colectivos del proyecto en si.^{§§§}

Los vendedores cuentan con un curso de capacitación, en donde se indica como podrán dirigirse al público. No obstante, muchos vendedores también encuentran "capacitación" al socializar experiencias con sus compañeros, sobre todos con aquellos que llevan mayor tiempo en el proyecto o quienes han tenido algún tipo de experiencia previa en el rubro venta.

^{†††} Esto se ve a la vez por algunos conflicto generados entre la organización y los vendedores. Conflictos que se generar en el diseño más comercial de la edición y por los aumentos que intentan establecen de un peso a uno con cincuenta centavos.

^{†††} Entre ellos, podemos mencionar: la peatonal Florida, Universidades, Plazas, parques, lugares céntricos y otros puntos más poblados de la ciudad. Destacamos también determinados lugares que rodean a la capital, como ser Avellaneda, Martínez, San Isidro, ect.

^{§§§} Entre esos códigos, encontramos, como lo vimos en la entrevista a un coordinador: *no estar bajo los efectos del alcohol mientras venden, pelearse o discutir con otras personas, no tener se credencial a la*

Extensión hacia la Contención Social

A partir del año 2002 Hecho en Buenos Aires se ocupó de dar una mayor extensión de servicios sociales hacia sujetos que inclusive no habían participado en la experiencia como vendedores. Tal apertura se constituye con el apoyo recibido de las organizaciones que en un primer momento apoyaron económicamente a Hecho en Buenos Aires.

Entre esta apertura se encuentra el establecimiento de un Colectivo sanitario en Parque Lezama articulado a la Organización Mundial de la Salud, ocupándose de realizar controles médicos a poblaciones categorizadas con ` Sin Techo `, para luego derivarlas en centros de salud, como hospitales o clínicas públicas. Al mismo tiempo, en el establecimiento de Hecho en Buenos Aires se ha habilitado un consultorio Odontológico instalado para los vendedores, un gabinete psicológico y talleres recreativos. (son de fútbol, dibujo, ajedrez, fotografía y artes marciales).**** Además, la experiencia se encargó de facilitar en forma gratuita documentos de identidad y partidas de nacimiento a los vendedores ya que por sus altos precios se encuentran imposibilitados de obtenerlos por sus propios medios.

Esta extensión de Servicios Sociales es desarrollada como fruto de las articulaciones que Hecho en Buenos Aires mantiene con Organismos internacionales, trabajando en coordinación y adaptando sus objetivos sociales a los objetivos de tales organismos, en tanto contención social hacia las poblaciones sin techo.

Reflexiones Finales

vista, mendigar mientras exhiben la credencial y tener un comportamiento ofensivo que pueda desacreditar el trabajo de otros vendedores y la organización.

**** Actualmente esta en diseño entre los coordinadores de HBA, un proyecto denominado Hecho Para el Futuro, el cual incentivaría la presencia de los vendedores en al menos uno de los talleres.

La experiencia Hecho en Buenos Aires que hemos desarrollado hasta aquí, se muestra como una organización sin fines de lucro propia de la sociedad civil que ha incorporado al trabajo en un lugar central hacia la contención e integración social, al brindar estrategias de generación de ingresos y trabajo a un amplio sector de la población más empobrecida, mayoritariamente Sin Techo, con la venta de las ediciones.

Se destaca también la articulación que Hecho en Buenos Aires mantiene con otras diversas experiencias similares en el extranjero, principalmente con el Big Issue de Inglaterra, como también con Organismos internacionales y financieros (Banco Mundial, Organización Mundial de la salud) los cuales han podido transferir además de recursos financieros, metodologías de trabajo.

Hecho en Buenos Aires muestra una fuerte replicabilidad en otros proyectos e incipientes experiencias que se vienen desarrollando tanto en el interior del país como en diversos países de Latinoamérica^{††††}, logrando reverenciarse como experiencia consolidada de su estilo en la región, demostrando el potencial de crecimiento que la experiencia ha llevado a cabo. Tal crecimiento ha estado asociado a los vínculos que ha mantenido con otros organismos, como repetimos, sumado a la aceleración de la crisis de trabajo e ingresos que vivió Argentina a lo largo del 2001, en donde, frente a la masividad que toma la experiencia, con un incremento de beneficiarios, se ve obligada a diversificar su estructura organizativa de funcionamiento, buscando eficacia tendiente a mejorar el contenido de las publicaciones y tener mayor receptibilidad en la vía pública.

Bibliografía

^{††††} Nos referimos, como lo hemos hecho anteriormente, a las experiencias de Hecho en La Plata, Hecho en Mendoza y proyectos similares en Chile y Brasil.

- Angélico, Héctor; Bacci, Claudia: “ El impacto de una organización de base en los presupuestos familiares y la accesibilidad al mercado de trabajo. Estudio de casos en la Mutual El Colmentar. Cuartel V , Partido de Moreno.”
- Azais, Christian, “Tiempo, trabajo y territorio” III Congreso Latinoamericano de Sociología del Trabajo, 2000.
- Castel, R: “ La desestabilización de la condición salarial”, en Alternativas económicas. Febrero de 1994.
- Forni, F; Angelico, H: Articulaciones en el mercado laboral. Bs. As, 2001. Editorial La Colmena.
- Mallimaci, Fortunato; Graffigna: “Constitución de redes y movimientos sociales solidarios como estrategia de satisfacción de necesidades”.
- Michelsen J. “Las lógicas de las Organizaciones Cooperativas “. CEST. UBA (1997)
- Portes, Alejandro:“Capital Social: sus orígenes y aplicaciones en la sociología moderna.”
- Valles, M S: “Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional “. Proyecto editorial síntesis sociología. España, 1999