



PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN SOBRE ECONOMÍA SOCIAL EN LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ÁVILA

Francisco Salinas Ramos

Universidad Católica de Ávila

PRESENTACIÓN

Desde la Universidad Católica de Ávila se presenta, al Encuentro Nacional de Institutos y Centros Universitarios de Investigación en Economía Social y a la consideración de los investigadores que participen en este Encuentro y a los que puedan leer sus actas, la siguiente Comunicación que consta de dos proyectos de investigación que se están llevando a cabo en esta Universidad. Estos son:

I. Conocer el pasado para comprender el presente y proyectar el futuro de la enseñanza del cooperativismo y de la Economía Social en España e Iberoamérica.

II. Comunicación e Imagen Corporativa de las Cooperativas.

Ambas investigaciones están en proceso de desarrollo y forman parte de una formación integral, a la vez que moderna y ágil, uniendo educación, estudio, análisis e investigación que ofrece la Universidad Católica de Ávila, siempre atenta a las demandas sociales y laborales del mundo actual, en la realidad de la Comunidad de Castilla y León preferentemente y por extensión a España, Europa e Iberoamérica.

Los primeros antecedentes de la primera investigación está en: el Curso de Verano sobre "Política Agraria y Cooperativismo" (julio, 1999)¹; le sigue el Seminario Internacional de Estudios sobre "La cuestión agraria y cooperativa en el área de los países Iberoamericanos" (diciembre, 2001), como consecuencia de este Seminario se constituyen dos equipos de investigación uno en relación con la cuestión agraria² y otro con la cuestión cooperativa³. Finalmente, el origen inmediato y más próximo está en el Seminario que se celebró en noviembre de 2002 sobre la "Enseñanza del

¹ Las ponencias de dicho Curso se pueden consultar en: UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ÁVILA. *Política Agraria y Cooperativismo. Actas de los Cursos de Verano 1999*. Ávila: Universidad Católica de Ávila, 2001. 511 p.

² Las ponencias y algunos textos legales de la cuestión agraria se pueden consultar en: SANZ JARQUE, J. J., FRANCO GARCÍA, J. M^a. y SOROA Y PLANA, C. (coords.). *La cuestión agraria en Iberoamérica y España*. Ávila: Universidad Católica de Ávila, 2002. 753 p.

³ Las ponencias y algunos textos legales de la cuestión cooperativa se pueden consultar en: SANZ JARQUE, J. J. y SALINAS RAMOS, F. (coords.). *Las cooperativas en Iberoamérica y España. Realidad y legislación*. Ávila: Universidad Católica de Ávila, 2002, 1045 p.



cooperativismo y de la Economía Social en la Universidad. Experiencia y proyecto de futuro”⁴.

La segunda investigación surge de la observación y constatación que se hace desde la atalaya que ofrece la Universidad y la demanda de algunas cooperativistas.

I. CONOCER EL PASADO PARA COMPRENDER EL PRESENTE Y PROYECTAR EL FUTURO DE LA ENSEÑANZA DEL COOPERATIVISMO Y DE LA ECONOMÍA SOCIAL EN ESPAÑA E IBEROAMÉRICA

1. INTRODUCCIÓN

El estudio e investigación de la “enseñanza de la cooperación” tanto en Iberoamérica como en España, tienen relación directa con el proceso seguido por las Universidades y la evolución del proceso de integración y estructuración del movimiento cooperativo.

La iniciativa surge de un equipo de profesores universitarios Iberoamericanos y de la Universidad Católica de Ávila que participaron en el Seminario Internacional de Estudios sobre la cuestión Agraria y Cooperativa (10-14 de diciembre de 2001). A partir de dicha fecha se constituye el equipo investigador formado por profesores de las Universidades de Argentina, Brasil, Costa Rica, Perú, Venezuela y Ávila.

La presente Comunicación se estructura en tres partes: conocimiento del pasado, comprensión del presente y proyección futura.

2. CONOCIMIENTO DEL PASADO

A partir del último tercio del siglo XIX, especialmente en la última década, coincidiendo con el surgimiento de la Alianza Cooperativa Internacional, se conocen experiencias de la importancia que se da a la formación cooperativa por parte del movimiento cooperativo y de las instancias públicas, en particular de algunas Universidades.

En el primer tercio del siglo XX, hay iniciativas en varios países europeos. Por ejemplo, la Sección primero después Instituto de la Cooperación de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Francfort (1929); el Instituto Internacional de Estudios Cooperativos, creado a iniciativa de Charles Gide en 1931; en España en 1930 por primera vez se imparte oficialmente la enseñanza sistemática, por Antonio Gascón, de la Mutualidad y de la Cooperación (Gascón, 1954, 321)⁵.

Especialmente relevante es la actividad desarrollada tanto en España como en Iberoamérica entre 1945 y 1965. Tanto las cooperativas de base, los movimientos cooperativos o sus órganos de integración, como las universidades públicas y privadas y los órganos públicos, desarrollan una amplia labor de formación y cualificación de los cooperativistas como estudiantes universitarios, a través de

⁴ Las ponencias de dicho Seminario se pueden consultar en SANZ JARQUE, J. J. y SALINAS RAMOS, F. (dirts). *Enseñanza del cooperativismo y de la economía social en la Universidad. Experiencia y proyecto de futuro*. Ávila: Universidad Católica de Ávila, 2002. 319 p.

⁵ Cf. Se puede consultar el programa del Curso de Mutualidad y Cooperación, en GASCON, A. *La cooperación y las cooperativas*. Madrid: Cosano, 1954. pp.321-332.

cursos, seminarios, asignaturas en Facultades y Escuelas, etc. esta tarea tendrá desarrollo continuado a partir de la década de los años setenta.

2.1. Las Cooperativas y el Movimiento cooperativo

Para dar respuesta a la formación y cualificación de los cooperativistas que fuesen elegidos para desempeñar cargos de responsabilidad en la cooperativa, surgen desde la iniciativa de las cooperativas y sus uniones centros donde se imparten ciclos formativos para preparar a dichas personas en el mejor desempeño de sus funciones. En esta línea fueron las cooperativas de consumo las primeras en crear centros de "enseñanza o cultura cooperativa" (Cerdá, 1959, 126).

Finales de la década de los cuarenta y en la década de los cincuenta se organizan cursos, como el organizado por la Unión Nacional de Cooperativas del Campo, en Madrid, 1949, dirigido a "administradores cooperativos"; La Unión Territorial de Consumo de Barcelona, en marzo de 1953, crea el Centro de Estudio Cooperativo, con la finalidad de organizar seminarios, cursillo, conferencias, estudios, publicación de revistas, folletos, etc. destinados a la capacitación de directivos y administrativos. En los Estatutos de la Unión Territorial de Cooperativas Industriales de Cataluña y Baleares, modificados en 1951, reconocían la "Sección Cultural" y la creación de un "Centro de Instrucción Comercial Cooperativo y de Cultura General".

Años más tarde entre las conclusiones de la Asamblea General de Cooperativas Industriales, celebrada en Madrid en 1956, se consideró como "postulado básico la enseñanza de la Cooperación en todos los grados de la instrucción y se acordó solicitar al Estado lo siguiente:

- a) Que se cree la asignatura de Cooperación en todos los estudios superiores en que sea aconsejable.
- b) Que se establezca una Sección especial dedicada a la Cooperación en la facultad de ciencias Políticas, Económicas y Comerciales.
- c) La enseñanza de la asignatura de Educación cooperativa en los planes de la facultad de Pedagogía, en las Escuelas de Magisterio y en las Escuelas de Comercio
- d) Que se introduzcan temas sobre Cooperación en los programas de las asignaturas "Formación del espíritu nacional del Bachillerato y de las Facultades.
- e) Que se creen asignaturas de Cooperación en los planes de las Universidades e Institutos y en las Escuelas de Formación Profesional.
- f) Que se cree un Diploma en las Escuelas Sociales del Ministerio de Trabajo y se incluya esta materia en los planes de Capacitación social de Trabajadores y en las Escuelas Sindicales en sus diversos grados.

También fue acordado suscitar la creación de un Instituto Sindical de formación cooperativa" (Cerdá, 1959, 129).

2.2. Instituciones públicas

Desde la Obra Sindical de Cooperación se hizo un ensayo de crear Escuelas Especial de Cooperación en Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Bilbao. En Zaragoza se crea el Centro Nacional de Educación Cooperativas, con repercusión tanto a nivel nacional como iberoamericano. Según se el programa y el tiempo de duración se podía dar certificados o reconocimientos de: Gerente cooperativo, Administrador

cooperativo, Jefe de contabilidad, Graduado cooperativo. En aquellos lugares donde no se creasen dichas escuelas sería recomendable que en las Escuelas Sociales dependientes del Ministerio de Trabajo se estableciese la *Sección de estudios cooperativos*, con la modalidad de libre (a distancia) y oficial (presencial) (Cerdá, 1959, 132-134).

En Iberoamérica, durante los años 1950 y 1980 se realizaron diversas actividades de educación cooperativa a niveles locales y algunas regionales, sobre la cultura y educación cooperativa. Esta iniciativa no ha calado en la vida de los cooperativistas ni como una de las tareas fundamentales de las cooperativas primarias ni de sus federaciones, salvo contadas excepciones y descoordinadas entre sí. La formación que se impartía era muy básica y fundamentalmente ideológica, siendo la capacitación técnica de gerentes y administradores escasa y no continuada.

En este mismo periodo, en diversos países iberoamericanos, se crearon Institutos especializados en educación cooperativa con participación de las cooperativas, por ejemplo en Chile; también se hizo en otros países como México, Costa Rica, Ecuador y Colombia. Varias Universidades públicas y privadas ofrecieron programas y servicios de formación, estudio e investigación sobre cooperativismo. Entre estas últimas están la Universidad Católica en Santiago de Chile y la de Santo Tomás en Bogotá (Colombia); Universidad de Lima en Perú.

La *Asociación Latinoamericana de Centros de Educación Cooperativa -ALCECOOP-*, desde su creación ha organizado periódicamente seminarios de educación cooperativa, uno de los últimos ha sido el XIII Seminario Iberoamericano de Educación Cooperativa -SIDECA-, celebrado en Quito (Ecuador) en 1997. El tema central de estudio fue *Educación para la cooperación, formarnos para una Economía Fraternal*. Del conjunto de las ponencias presentadas destacamos la que analiza los retos y desafíos de la educación cooperativa hacia el siglo XXI: las cooperativas claramente deben adaptar sus estructuras a la liberalización de las economías, que les obliga a la autonomía de funcionamiento y a la inmersión en el mercado global para lo cual deben renovar profundamente su cultura organizacional y estar en la vanguardia de los cambios tecnológicos; han de favorecer también la participación e integración de la mujer. En definitiva, las cooperativas se han de convertir en organizaciones de aprendizaje y en auténticos centros de excelencia y transparencia.

En dicho Seminario se hicieron propuestas como⁶:

- La incorporación de la mujer, los jóvenes, los niños en los programas formativos;
- La formación dirigida hacia sistemas de información haciendo uso de las nuevas tecnologías;
- Que la educación se oriente sobre los cambios de conducta de los participantes;
- Unos programas educativos que prepare las cooperativas, para integrarse al nuevo entorno económico mundial;
- Una educación que integre a la sociedad civil y dentro de ella a los grupos más desfavorecidos;

⁶ ALCECOOP. Planteamientos y Propuestas del XIII Seminario Iberoamericano de Educación Cooperativa. *Educación para la Cooperación Formarnos para una economía fraternal*. Quito (Ecuador), 29-31 de mayo, 1997.

- Una educación integral, que parta de las necesidades de los asociados y que abarque todos su niveles y funciones.

3. COMPRENSIÓN DEL PRESENTE Y MIRANDO EL FUTURO

Haciendo una interpretación amplia del presente, se considera éste en un espacio temporal que abarca el último cuarto del siglo XX. Son un conjunto de circunstancias que van a dar origen a un abanico amplio de formas de estar presente la enseñanza y la investigación del cooperativismo y de la economía social en la sociedad española e iberoamericana. En cuanto a España se refiere es importante el papel que juega el Ministerio de Trabajo y Seguridad primero y Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales después, las universidades públicas y privadas, la creación de CIRIEC-España, el movimiento cooperativo y las asociaciones.

Aunque se ha avanzado significativamente aún queda mucho por hacer, como se constató en el Seminario sobre "Enseñanza del cooperativismo y de la economía social en la Universidad. Experiencia y proyecto de futuro" (noviembre de 2002)⁷.

Dicho Seminario se proponía ser "lugar de encuentro" entre el movimiento asociativo de las empresas de la economía social y la Universidad; analizar experiencias que se vienen desarrollando sobre la enseñanza del cooperativismo y de la economía social, en el ámbito de la universidad y del movimiento asociativo; y, estrechar lazos y tender puentes entre las universidades de Iberoamérica y la UCAV.

Las constataciones y propuestas que se presentaron fueron:

- 1º) Se constata que la Economía Social es una realidad en nuestra economía y que las cooperativas son una de sus principales manifestaciones, sin embargo sigue siendo poco conocida y hasta marginada y olvidada, cuando no perseguida.
- 2º) Se constata que en los últimos años hay acercamiento, cada vez más, entre la universidad y el sector de la empresa de la economía social y que en un número significativo de universidades españolas se imparte formación cooperativa, se hace investigación y existe un colectivo de investigadores en economía social.
- 3º) **Se propone** que los principales impulsores y financiadores de la formación y educación han de ser fundamentalmente las cooperativas y las empresas de la economía social, siguiendo la doble propuesta del Congreso de Manchester de 1995, donde se explicitó que las cooperativas han de *proporcionar educación y formación* a sus socios, representantes elegidos, a los directivos y empleados; además han de *informar* al gran público especialmente a los jóvenes y a los líderes de opinión, de la naturaleza y beneficios de la cooperación.
- 4º) Se propone la existencia de un **área de conocimiento** de la Economía Social por parte del Ministerio de Educación, sería un elemento clave que

⁷ Organizado por la Universidad Católica de Ávila, realizado del lunes 18 hasta el viernes 22 de noviembre de 2002, participaron representantes de 22 Universidades españolas e Iberoamericanas y de 10 Federaciones, Confederaciones y Asociaciones de cooperativas, un total de 250 personas. En la obra SANZ JARQUE y SALINAS RAMOS (dirs.) o.c., los autores hacen propuestas de futuro, las cuales se tendrán en cuenta en esta investigación.

coordinaría a todos los estudiosos, investigadores y profesores universitarios de la economía social.

- 5º) La formación cooperativa de la economía social ha de estar presente en los distintos niveles del sistema formal de educación, por tanto estar en los planes de estudios, como existe en Costa Rica. Se hace necesario en la enseñanza secundaria, en la formación obligatoria y universitaria.
- 6º) Habría que dar un paso más sobre la generalización de diplomas de especialización, programas de expertos y master, quedaría la posibilidad de crear una licenciatura en cooperativismo (existe en Santiago de Estero en Argentina), combinando en soporte troncal de una carrera, como empresariales, con obligatorias y optativas referidas a empresas cooperativas.
- 7º) El sistema de formación del cooperativismo y de la economía social ha de fortalecer la adquisición de conocimientos o destrezas que el mundo moderno exige, teniendo en cuenta la validez de la "autoformación asistida", que implica un gran esfuerzo y una gran disciplina, personal o colectiva.
- 8º) Se ha de utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación hacia una mayor coordinación y trabajo en red entre las personas que estamos interesados en proyectos comunes. Estamos ante nuevos tipos y modalidades de asociación de los miembros de la comunidad académica: redes de investigadores, redes de universidades e instituciones científicas... alianzas cooperativas entre redes y subredes.
- 9º) Habría que aprovechar las ventajas que ofrece la cooperación entre centros, entre universidad de ambos continentes, y constituir una **Red Internacional**. Una red que coordine y facilite el intercambio de recursos, tanto en profesorado como en información y documentación, posibilitando también la colaboración en líneas de investigación y publicaciones.
- 10º) Finalmente la Universidad Católica de Ávila ratifica su compromiso hacia la contribución a la generación de empleo y desarrollo sostenible en el entorno donde está enclavada y a continuar desarrollando proyectos comunes con la comunidad académica y el movimiento asociativo y de integración de las empresas de la economía social, entre Iberoamérica y España, desde su vocación "rabiosamente" iberoamericana.

4. BIBLIOGRAFÍA

- BRAGULAT, J.; CABALLER, V.; SANZ JARQUE, J. J. y CASTELLÓ, E. *Experiencias universitarias españolas en el campo de la formación e investigación cooperativa*. en VARIOS. *Jornadas de Estudio sobre Universidad, Cooperativismo y Economía Social*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 1986. pp. 167-225.
- CERDÁ RICHART, B. *El Régimen Cooperativo I. Doctrina e Historia de la Cooperación*. Barcelona: Bosch, 1959. 263 p.
- GASCÓN, A. (recopilado y puesto al día por Gascón, Juan) *La Cooperación y las Cooperativas*. Madrid: Cosano, 1954. 333 p.
- RAVINA, O.; SALINAS RAMOS, F. et al. *Experiencias Universitarias en el campo de la formación e investigación cooperativa*, en *II Jornadas de Estudio sobre Economía Social*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 1988. pp. 134-255.
- SANZ JARQUE, J. J. y SALINAS RAMOS, F. (coords.). *Las cooperativas en Iberoamérica y España. Realidad y legislación*. Ávila: Universidad Católica de Ávila, 2002, 1045 p.
- SANZ JARQUE, J. J. y SALINAS RAMOS, F. (dirs). *Enseñanza del cooperativismo y de la economía social en la Universidad. Experiencia y proyecto de futuro*. Ávila: Universidad Católica de Ávila, 2002. 319 p.
- SALINAS RAMOS, F. *Enseñanza del cooperativismo en el sistema educativo español*, en VARIOS. *Jornadas de Estudio sobre Universidad, Cooperativismo y Economía Social*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 1986. Pp. 367-379.
- La Universidad en la sociedad del conocimiento y la enseñanza del Cooperativismo y de la Economía Social, en SANZ JARQUE, J. J. y SALINAS RAMOS, F. (dirs). *Enseñanza del cooperativismo y de la economía social en la Universidad. Experiencia y proyecto de futuro*. Ávila: Universidad Católica de Ávila, 2002. pp 49-56.
- TOMAS CARPI, J.A. *Ley de Reforma Universitaria, Universidad y Economía Social: la problemática formativa e investigadora*, en *II Jornadas de Estudio sobre Economía Social*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 1988. pp. 99-120.
- VICENT CHULIÁ, F. *Universidad y Cooperativismo: actividades de formación, estudios investigación*, en VARIOS. *Jornadas de Estudio sobre Universidad, Cooperativismo y Economía Social*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 1986. Pp. 147-165.

II. INVESTIGACIÓN SOBRE “COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA DE LAS COOPERATIVAS”

1. PLANTEAMIENTOS GENERALES Y JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se contextualiza en la denominada Sociedad de la Información(SI) con su progresivo desarrollo y aplicación de las *Tecnologías de la Información y las Comunicaciones* (TIC) y su respectivo impacto en las diversas formas de organización económica y social. En definitiva, nos encontramos ante la *Sociedad del Conocimiento*, entendiendo como tal el proceso de cambio que afecta a la vida profesional y privada de las personas más allá de lo estrictamente económico, es decir, que tiene relación directa con las dimensiones sociales, culturales, tecnológicas y de comunicación.

La sociedad de la información es una realidad dinámica y un continuo proceso de cambio social, a la que las cooperativas en particular y las empresas de la economía social en general deben cada vez más involucrarse y estar en permanente actualización. En este proceso son múltiples los agentes implicados e incontables sus potenciales beneficiarios. Pero, teniendo en cuenta que no todos están en el mismo nivel e igualdad de condiciones ni cuentan con las mismas oportunidades de “engancharse” en dicho proceso, se debería de prever el posible riesgo de que determinados colectivos queden al margen y se produzca o amplíe la brecha entre quienes consiguen integrarse y pueden aprovechar todas las ventajas de la SI y los que se quedarían “desconectados” y, por tanto, sin acceso a sus beneficios.

Las consecuencias de la Sociedad de la Información son patentes en las nuevas formas de organización en las empresas, en las formas de organizar el trabajo, en los mercados; tiene efectos en la red y en los nuevos activos. Esta repercusión no es solo en lo económico sino que viene acompañada de importantes novedades en las nuevas formas y posibilidades de relación.

Esta apuesta tiene relación también con el compromiso que asumieron en la Cumbre de Lisboa los Gobiernos de la Unión Europea, de trabajar a favor del siguiente objetivo estratégico: “convertirse en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social”. Esto exige no solamente invertir en el “capital humano”, mejorando su cualificación y formación permanente, sino brindar a las personas igualdad de acceso a la educación y la formación, como oportunidades para prepararse a unas condiciones de trabajo en rápido cambio y a las necesidades de la economía basada en el conocimiento.

La apuesta de las cooperativas de la Comunidad de Castilla y León, y tal vez de otras Comunidades Autónomas, por la sociedad del conocimiento, las nuevas tecnologías y su implicación en del uso y manejo de las *Tecnologías de la Información y la Comunicación*, es una de a tareas pendientes y de las asignaturas que han de “aprobarse”.

Partimos del hecho que la comunicación es básica, fundamental y primera en todo grupo y más en una empresa. Sin ella pierde fuerza todo tipo de relaciones, de ahí la necesidad de darle forma e invertir en ella.

Son relativamente pocas las investigaciones, que se conozcan a nivel del estado español, sobre la **Comunicación de las cooperativas** hacia el interior de la

misma (ad intra), sus socios y estructura y la que se dirige hacia el entorno, el exterior de la cooperativa. A nivel de la Comunidad de Castilla y León nos atrevemos de decir que no existen. La comunicación es básica, sin la cual pierde la fuerza de las relaciones.

Esta investigación como se puede deducir del título, tiene dos partes: por un lado, la *comunicación de las cooperativas*, a la cual nos hemos referido y lo seguiremos haciendo en los siguientes apartados, y por otro, la *imagen corporativa*, que es más profunda y amplia, donde el objetivo sería conocer la imagen pública del movimiento cooperativo en general y de las cooperativas en particular en la Comunidad de Castilla y León. No sólo desde la opinión pública o la población en general, los movimientos sociales (organizaciones sociales, ONGs...) sino también dentro del ámbito la política (partidos políticos), del mundo empresarial (empresarios, Cámaras de Comercio...), la realidad sindical; los medios de comunicación social; las instituciones públicas, la comunidad universitaria (profesores, estudiantes) y todos aquellos colectivos susceptibles de propagar las ideales cooperativos.

2. HIPÓTESIS DE TRABAJO

Nos planteamos tres hipótesis a la hora de abordar esta investigación:

1ª Hipótesis. *El movimiento cooperativo y las empresas cooperativas tienen escasa o nula aparición en los medios de comunicación convencionales y especializados.*

Para ello se analizarán durante un mes determinados medios de comunicación de carácter nacional y especialmente de carácter regional.

2ª Hipótesis. *El mundo cooperativo está alejado de los medios de comunicación por no generar información o los medios de comunicación no tienen al mundo cooperativo dentro de su agenda de contenidos (teoría de la Agenda Setting).*

Existe un amplio desconocimiento de los medios sobre el mundo cooperativo y su importancia. Y a su vez, hay una incapacidad del movimiento cooperativo para entrar en la dinámica informativa de los medios, ¿sería necesario un encuentro e interactividad, donde ambas partes se implicaran, dada la importancia y necesidad mutua?

3ª Hipótesis. *Las empresas cooperativas no gozan de una visión de la comunicación global. No existe una estrategia de comunicación que permita generar una imagen Pública notable y notoria para la promocionar los ideales cooperativos.*

3. ELEMENTOS DE ANÁLISIS

En relación con la *primera hipótesis*, se analizarán durante un mes determinados medios de comunicación de carácter nacional y regional particularmente.

Por un lado, la prensa, se seleccionarán y analizarán durante un mes varios periódicos regionales de las distintas provincias castellano-leonesas como El Diario de Ávila, El Norte de Castilla o el Adelantado de Segovia; se estudiarán los contenidos cuantitativa y cualitativamente (tipo de información, temática, espacio que ocupa, porcentaje respecto a otras noticias, etc.) donde el mundo cooperativo sea protagonista.

Además se analizarán periódicos de tirada nacional con ámbito regional como el Mundo, ABC o LA Razón. Se analizará también dos periódicos económicos como Expansión y la Gaceta de los Negocios, durante el mismo periodo de tiempo, un mes. Finalmente, lo mismo se hará con algún semanario especializado en temática susceptible de aparecer el cooperativismo, puede ser el caso del agrario, por tanto estaríamos hablando de El Campo o Agronegocios.

Del mismo modo, el estudio se ampliaría al medio radio con el análisis de programas con Agropopular en COPE o el programa análogo de Radio Nacional. También en el medio televisión hay un programa, los sábados, sobre temática agronómica. Finalmente, no podemos olvidarnos del internet y el hueco que ofrecen los medios de comunicación al cooperativismo en él.

Respecto a la *hipótesis segunda*, tendremos en cuenta que tanto en las empresas en general como en las cooperativas, se suele diferenciar, en cuanto a la comunicación, tres grandes grupos: la interna, la externa y la comercial.

La comunicación interna, tiene como objetivo todos los públicos que forman parte de la propia empresa: socios, trabajadores, etc. dentro de esta comunicación interna se desarrolla lo que llamaría la comunicación intermedia, un concepto que se extiende a todas aquellas personas, que aunque no sean trabajadores directos de la empresa, tienen una vinculación importante con la misma, pueden ser los clientes, los proveedores o accionistas. Es un público cercano a la entidad, pero con el que el contacto no es directo diariamente.

La comunicación externa, abarca toda aquella comunicación cuyo objetivo son los públicos externos de la empresa: empezando por los medios de comunicación y acabando por el público en general. Uno de los principales objetivos de ésta será la búsqueda de nuevos socios para la cooperativa y la capacidad de crear una "imagen" favorable y ejercer una mayor influencia en la comunidad en la que se sitúa.

Por último, **la comunicación comercial**, tiene como objetivo la promoción de los productos y servicios que ofrece la empresa a todos sus potenciales clientes, y que tiene en el marketing y la publicidad sus principales técnicas de desarrollo.

Se investigará en qué proporción se fomenta cada una de estos tres tipos de comunicación en la empresa cooperativa. Para ello se utilizarán técnicas cualitativas de análisis (grupos de discusión, informantes cualificados, etc.)

Finalmente, sobre la *hipótesis tercera*, nos preguntaremos si en las empresas cooperativas predominan los dispositivos de **¿información?**: publicaciones internas, informes, publicidad, encuestas; o por el contrario, predominan los de **¿comunicación?**: conversaciones, reuniones, grupos de discusión, grupos de resolución de problemas; cursos, visitas, exposiciones, etc.

Todo el volumen de información y comunicación genera una notoriedad pública y esto repercute en la generación y configuración de una **imagen pública** en cada uno de los ciudadanos sobre el mundo cooperativo. Esta imagen es una suma de las percepciones, experiencias e información captada y refundida personalmente.

4. AMBITO DE LA INVESTIGACIÓN

El universo a estudiar son las cooperativas de un determinado tamaño (se determinará con los representantes del movimiento cooperativo), la uniones y federaciones de cooperativas de la Comunidad de Castilla y León. La investigación

tiene un límite geográfico, es decir su ámbito de estudio es la Comunidad de Castilla y León.

5. METODOLOGÍA Y CALENDARIO

La metodología y las técnicas que se utilizarán serán eminentemente la cualitativa (grupos de debate o discusión, paneles, informantes cualificados, etc.), aunque en algún momento se haga uso de datos estadísticos (a través de fuentes secundarias). Se empleará también el "análisis de texto" y otras técnicas propias, especialmente dirigidos a los medios de comunicación social y económicos.

Además y siguiendo a Joan Costas, quien plantea un modelo de estudio para la comunicación, se adaptará y utilizará para esta investigación. Entre otros aspectos nos preguntaremos y se dará respuesta a:

1. Quién comunica o hace la comunicación: gerente, director, secretario, consejo rector, etc.
2. Qué comunica o hace: objetivos de comunicación
3. A quién o con quién: tipología de públicos
4. Con qué objetivos: fines previstos
5. Con qué inversión/tiempo: logística, costos, plazos
6. Por qué medios: masivos, selectivos, interpersonales
7. Con qué efectos: resultado esperado (considerado cuantitativa y cualitativamente)

El **calendario** que se va a seguir, en la primera fase, va desde abril hasta noviembre de 2003. El cronograma a seguir sería:

Abril, definición del proyecto de investigación

Mayo-mediados de Junio, contacto con los colaboradores. Diseño de los instrumentos para las técnicas cualitativas. Contacto con los medios de comunicación

Junio (16)-Julio, análisis de prensa, programas de radio, televisión e internet.

Julio-antes del 10 de octubre, realización de los grupos de discusión e informantes cualificados. Tratamiento de texto. Informe intermedio.

Octubre Informes parciales de los grupos, tratamiento global de los temas.

Noviembre, Redacción y revisión del Informe Final, encuadernación. Entrega

6. INFORME FINAL

El informe final recogerá los resultados de las diversas técnicas empleadas que nos darán información sobre la autoimagen del cooperativismo y su proyección en los medios de comunicación. En el mismo se aportará pautas o recomendaciones sobre los caminos y técnicas a desarrollar para mejorar la comunicación de las Cooperativas de la Comunidad de Castilla y León.

Además, una vez verificadas las hipótesis de trabajo planteadas nos dará pie para definir objetivos, hipótesis y procesos a seguir en la segunda fase de la investigación propuesta, es decir profundizar en la *Imagen Corporativa de las Cooperativas*.