



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

Lo alternativo, estado del arte de la comunicación popular
en prácticas de economía social y solidaria
Juan Nahuel Sottile
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 2, N.º 1, diciembre 2016
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata
La Plata | Buenos Aires | Argentina

Lo alternativo, estado del arte de la comunicación popular en prácticas de economía social y solidaria

Juan Nahuel Sottile

jnsottile@gmail.com

Observatorio de Jóvenes, Comunicación y Medios
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata

Resumen

La ponencia tiene como objetivo recuperar de manera crítica algunas discusiones en torno a la comunicación popular y la economía social a partir del tema tesis: investigar acerca de la formación de comunicaciones alternativas y populares en espacios de comercialización de la economía social y solidaria.

La ESyS se inscribe en la actualidad tanto como un espacio posible de construcción identitaria, como un territorio en tensión contra hegemónica de poderes fácticos: económicos y discursivos.

El estado del Arte recuperará aportes de cuatro textos que atraviesan la temática planteada: Martín-Barbero, J. (1987)¹; Gómez y Sadaba (2015)²;

¹ Martín-Barbero. (1987).) J. *Los métodos: de los medios a las mediaciones*. En de los medios a las mediaciones. Barcelona: Gustavo Gili.

Bustamente, E. (2016)³; y Mata, M. (1998)⁴. Desde Barbero se pondrá en tensión la relación entre lo popular y lo masivo y su hipótesis de la conformación de nuevos sujetos políticos. Ambas tesis retomadas darán cuenta de: una metodología etnográfica de abordaje del territorio, conceptualización de identidades colectivas y de prácticas sociales (desde Henry Lefebvre), la construcción de sentido que opera en las ferias y, por último, contextualización y definición posible del campo de la economía social a nivel nacional. Por último, el texto de Mata se utilizará para hablar sobre la situación contemporánea del estudio de la comunicación popular.

Introducción

La Economía social y solidaria se inscribe en la actualidad como un espacio posible de construcción identitaria de grupos sociales y como un territorio en tensión contra hegemónica de poderes fácticos, tanto económicos como discursivos. Propicia formas de entender las relaciones sociales desde lógicas colectivas y a la vez disputa sentidos, formas de comercialización y de consumo. Por otro lado, la comunicación alternativa aparece como espacio y posibilidad de dar voz a sectores invisibilizados. Como creadora de agendas comunicacionales propias, que dan cuenta de las alegrías y las tristezas de los pueblos y no como conglomerados monopólicos de la información que responden a intereses netamente económicos. Según María Cristina Mata lo alternativo aparece: "como alterador de un sistema de cosas dadas. Alternativa para la construcción de otras relaciones sociales, de otra situación política y económica para los sectores populares, subalterna y privada del poder hegemónico"⁵.

Por eso, a partir de detectar ciertas consonancias entre ambas prácticas sociales, es de interés para esta ponencia hacerse las siguientes preguntas:

¿Cómo se inscriben estas modalidades alternativas y populares en lo social?, ¿cómo es su tensión con lo masivo?; ¿Qué debates y territorios disputan en sus

² Gómez, A. & Sadaba E. (2015). *La feria de San Pedro Telmo, espacio público e identidades*. Tesis de grado, U.N.L.P. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. 2015.

³ Bustamente Hoffmann, E. (2016). *Reflexiones sobre la construcción de las identidades políticas en la Diplomatura en Agroecología, urbanismo y hábitat social del Programa Ellas Hacen*. Tesis de grado, U.N.L.P. Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

⁴ Mata, M. (1998). *Repensar la comunicación popular*. En *Alternativo, palabras de un poder emergente*. Taller de Comunicación Popular y alternativo de la UBA.

⁵ Mata, M. (1998) *Repensar la comunicación popular*. *Alternativo, palabras de un poder emergente*. Taller de Comunicación Popular y alternativo de la UBA.

prácticas?; ¿Cómo se piensan y como son pensados en un contexto actual de capitalismo internacional y neoliberalismo nacional?, ¿Cómo construyen y son contruidos por sus espacios identitarios?

Y con ellas buscar en el Estado del Arte investigaciones previas que puedan dar una perspectiva de abordaje para interpretarlas del tema tesis: investigar acerca de la formación de comunicaciones alternativas y populares en espacios de comercialización de la economía social y solidaria. Haciendo un especial foco en las prácticas comunicacionales que se realizan en las ferias que organiza el colectivo La Pirka, pensándolas como espacios de identificación colectiva pero también de lucha.

Barbero: Popular-masivo, sujetos políticos y ferias culturales

Dice Martín Barbero: "En los últimos años la travesía por la crisis de las Ciencias Sociales parecería apuntar a las razones del desencuentro entre método y situación"⁶ significa que más allá de una acumulación de conocimiento lo que ocurre, lo que genera ese desencuentro, es la ausencia de "re-conocimiento" de verdades culturales y sujetos sociales. Falta reconocer un mestizaje latinoamericano, lo que somos, las formas de habitar, de pensarnos e imaginarnos como solo ha podido hasta ahora presentarlo la literatura.

Desde esta posición epistemológica se pregunta sobre el debate en torno a la identidad en América Latina, a partir de reconocer una persistente posición dualista que piensa los procesos sociales, y más específicamente, se pregunta por la "imposible pureza de lo indígena": Lo indígena aparece como un nacionalismo populista incuestionable o como obstáculo para el desarrollo iluminista. Dirá Barbero que esto naturaliza su condición y de esta forma le quita su historia porque: "pensarlo en la dinámica histórica es pensarlo ya desde el mestizaje, en la impureza de las relaciones entre etnia y clase, de la dominación y la complicidad. Que es lo que se busca pensar hoy al reconceptualizar lo indígena desde el espacio político y teórico de lo popular: esto es, a la vez como culturas subalternas, dominadas pero poseedoras de una existencia positiva"⁷. Resulta interesante de cara a la tesis intercambiar la pregunta sobre lo indígena por las prácticas de la economía social o por los movimientos feriantes y desde su dinámica histórica

⁶ Martín-Barbero, J. (1987) *los métodos: de los medios a las mediaciones*. En de los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Gustavo Gili, Barcelona. (p. 258).

⁷ Ídem. p. 260.

intentar dar cuenta de estos fenómenos. Buscar las prácticas inmersas en el sistema capitalista, no como algo opuesto sino como imbricados en relación dialéctica. Preguntarse por el mestizaje es intentar visualizar como lo masivo y lo popular coexiste en tensión constante pero no antagónica. Lo popular aparece entonces como "trama, entrelazamiento de sumisiones y resistencias, de impugnaciones y complicidades"⁸. "Lo masivo en esta sociedad no es un mecanismo aislable o un aspecto, sino una nueva forma de socialidad de masa en el sistema educativo, las formas de representación y participación política, la organización de las prácticas religiosas, los modelos de consumo y los del uso del espacio. De ahí que pensarlo popular desde lo masivo no signifique, no deba al menos significar automáticamente alienación y manipulación, sino unas nuevas condiciones de existencia y de lucha, un modo nuevo de funcionamiento de la hegemonía"⁹.

Sujetos políticos

Barbero describe la aparición de nuevos sujetos políticos que se formaron en América Latina en el 80'. Explica el autor que luego de las más violentas dictaduras cívico-militares y la falta de representantes políticos los sujetos comenzaron a integrar nuevos espacios de identidad. "No son únicamente los límites del modelo hegemónico los que nos han exigido cambiar de paradigma. Fueron los tercios hechos, los procesos sociales de América Latina, los que nos están cambiando el "objeto" de estudio a los investigadores de comunicación"¹⁰. Dice Barbero que lo que aparece ahora no es mera sofisticación del viejo imperialismo, no es la imposición de un modelo económico, sino el "salto" a la internacionalización de un modelo político. Esto obliga a abandonar la concepción que se tenía de los modelos de lucha contra la "dependencia". Retomando a García Canclini: "es muy distinto luchar por independizarse de un país colonialista en combate frontal con un poder geográficamente definido, a luchar por una identidad propia dentro de un sistema transnacional difuso, complejamente interrelacionado e interpenetrado"¹¹.

Dirá entonces Barbero que: "Lo que se halla en proceso de cambio es la concepción misma que se tenía de los sujetos políticos. A una concepción sustancialista de las clases sociales, como entidades que reposan sobre sí mismas, autosuficientes, corresponde una visión del conflicto social como manifestación de

⁸ Ídem. p.266.

⁹ Martín-Barbero, J. (1987). *Los métodos: de los medios a las mediaciones*. En de los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Gustavo Gili, Barcelona. (p. 319).

¹⁰ Martín-Barbero, J. (1987). *Los métodos: de los medios a las mediaciones*. En de los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Gustavo Gili, Barcelona. (p.285)

¹¹ García Canclini, N. (1983). *Las políticas culturales en América Latina*. Chasqui, No. 7. (p.24).

los atributos de los actores... y sin embargo las relaciones de poder tal y como se configuran en cada formación social no son mera expresión de atributos, sino producto de conflictos concretos y de batallas que se libran en el campo económico y en el terreno de lo simbólico. Porque es en ese terreno donde se articulan las interpelaciones desde las que se constituyen los sujetos, las identidades colectivas¹². Esta concepción de los sujetos políticos a partir de identidades colectivas es interesante para visualizar las batallas de los colectivos feriantes en las prácticas de la economía social. Preguntarse por las formas de hacer política es intentar dar cuenta de una posición identitaria de los grupos.

Barbero retoma al politólogo Norberto Lechner, pensador de origen alemán pero nacionalizado chileno; este dice que: "no existe una 'solución objetiva' a las contradicciones de la sociedad capitalista. Por consiguiente se trata de elaborar las alternativas posibles y de seleccionar la opción deseada. El desarrollo no se guía por soluciones objetivas. Por tanto hay que elaborar y decidir continuamente los objetivos de la sociedad. Eso es hacer política"¹³

El libro de Lechner al que se hace alusión inicia con una "conversación preliminar", una discusión con Tomás Moulián, por ver cómo iba a ser su introducción, que luego quedó asentada como entrevista. Él define esta metodología como "Un camino sinuoso, pero sugerente para acercarse a estos esfuerzos por repensar la política en América Latina"¹⁴.

Resulta de interés recortar un fragmento de este diálogo inicial que recupera la pregunta por la política de Barbero y aporta a la pregunta: *¿desde dónde se posicionan los actores de la economía social?*:

"Un interesante debate de la antropología política francesa sobre los orígenes del Estado indica que ninguna sociedad dividida puede reconocerse a sí misma en tanto sociedad de manera inmediata. En efecto, hombres y mujeres proyectan el sentido de por qué y cómo viven en comunidad en un lugar fuera de ellos: el lugar de los dioses, la religión, el mito. Y es por medio de ese referente exteriorizado, ese horizonte de sentidos, que la sociedad puede reconocerse como tal y actuar sobre sí misma. Nosotros, un conjunto de hombres y mujeres, no podríamos afirmarnos en tanto colectividad a no ser por tales mitos como el consenso o la soberanía popular. Son utopías no factibles, pero necesarias. Si no, ¿cómo concebir siquiera que son los hombres (y no el destino o las leyes del mercado) quienes determinan su futuro?"

¹² Martín-Barbero, J. (1987). *Los métodos: de los medios a las mediaciones*. En de los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Gustavo Gili, Barcelona. (p.287)

¹³ Lechner, N. (1984). *La conflictiva y nunca acabada construcción del orden deseado*. Chile: Ediciones Ainavillo. (p. 26)

¹⁴ Ídem. Pp. 11.

Aquí resurge tu inspiración marxista: Los hombres producen su historia... aunque Marx no considerara –o no considerara de modo positivo- la dimensión imaginario-simbólica de la práctica social.

La revisión crítica de Marx te lleva al interrogante ¿"revolución o ruptura pactada"? uno podría pensar que es un modo sugerente de hacerse reformista... no es fácil hablar de reformismo y revolución, pues son nociones muy cargadas emocionalmente y por las cuales ha muerto mucha gente. Desde luego, cada cual tiene derecho a definirse como revolucionario. Pero, buscando cierta claridad conceptual, la categoría marxista de revolución implica una concepción de la política que me parece inadecuada. Se apoya en una visión finalista de la historia que conduce a una visión instrumentalista de la política: mera técnica para realizar los fines predeterminados. La cuestión no es "reforma o revolución"; no es si hay o no rupturas anticapitalistas"¹⁵.

Nuevamente siguiendo a Barbero, con la actualizada concepción que cobra lo político dirá el autor que emerge en América Latina una valorización nueva de lo cultural. "Lo cultural señala la percepción de dimensiones inéditas del conflicto social, la formación de nuevos sujetos y formas nuevas de rebeldía y resistencia. Reconceptualización de la cultura que nos enfrenta a la existencia de esa otra experiencia cultural que es lo popular, en su existencia múltiple y activa no sólo en su memoria del pasado, sino en su conflictividad y creatividad actual. Pensar los procesos de comunicación desde ahí, desde la cultura, significa dejar de pensarlos desde las disciplinas y desde los medios"¹⁶.

Ferias urbanas

Otro aspecto a resaltar del texto de Barbero es la idea de leer las ferias urbanas a partir de los consumos y desde la metodología de frentes culturales de Jorge Gonzales y su investigación en México. Define Barbero a las ferias como un "espacio en que las clases sociales se tocan –comparten significantes- y luchas desde y por significados diferentes, por dotar de sentido a la fiesta"¹⁷. Y retoma a Gonzales aclarando que las luchas son: "no necesariamente por establecer relaciones de dominio o explotación, sino por resaltar ciertos valores, prácticas y

¹⁵ Ídem. pp. 18-19.

¹⁶ Martín-Barbero, J. (1987). *Los métodos: de los medios a las mediaciones*. En de los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona: Ediciones Gustavo Gili. (p. 289).

¹⁷ Ídem. p. 323.

concepciones que son re-presentados en virtud de un proyecto determinado de legitimidad cultural”¹⁸.

Es posible recuperar el concepto “frente cultural” para preguntarse por cómo se practican las formas de rebeldía y resistencia antes mencionadas en las lógicas de economía social. La noción frente cultural es una herramienta metodológica y teórica para pensar e investigar empíricamente los modos históricos, estructurales y cotidianos en los que se construye una urdimbre de relaciones de hegemonía en una sociedad determinada. González comenta que el término se utiliza con un doble sentido: como zonas fronterizas, porosas y móviles entre culturas de clase y grupos sociales diferentes y como frente de batalla entre contendientes con recursos y contingentes desnivelados. Los frentes describen haces de relaciones sociales no necesariamente especializadas en las que desde el punto de vista de la construcción cotidiana de los sentidos, se elaboran las formas de lo evidente, lo necesario, los valores y las identidades plurales¹⁹. Esta perspectiva pone el acento contrario a las interpretaciones de la cultura como creación exclusiva de distinciones. Dice Jorge González que: “la colonización del nuevo mundo nos da ejemplos estimulantes sobre la emergencia de estos procesos como luchas estratégicas y a veces encarnizadas por el establecimiento de una dirección ‘intelectual y moral’ de la sociedad conseguido por un bloque de agentes sociales más o menos sólidamente aliados”²⁰.

La Feria de San Pedro Telmo²¹

Esta tesis de grado se preguntó por las ferias como escenarios de prácticas sociales que disputan espacios públicos y son constructoras de identidades colectivas. Plantea una metodología de abordaje interesante de replicar, a partir de Hammersley y Atkinson²² y un trabajo etnográfico territorial, dicen que: “El mundo social no puede ser entendido en términos de relaciones causales o mediante el encasillamiento de los eventos sociales bajo leyes universales”²³. Además, retoman

¹⁸ González, J. *Semantizarás las ferias. Identidad regional y frentes culturales*. mimeo, (p.8).

¹⁹ González, J. (1998). *La voluntad de tejer: análisis cultural, frentes culturales y redes de futuro*. Revista Razón y palabra. Número 10. (p. 2).

²⁰ Ídem. p. 2.

²¹ Gómez, A. y Sadaba, E. (2015). *La feria de San Pedro Telmo, espacio público e identidades*. Tesis de grado, U.N.L.P. Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

²²Hammersley, M. y Atkinson, P. (1994). *Etnografía, métodos de investigación*.

²³ Gómez, A. y Sadaba, E. (2015). *La feria de San Pedro Telmo, espacio público e identidades*. Tesis de grado, U.N.L.P. Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

a Guber²⁴, para dar cuenta de este enfoque etnográfico. Dicen que no es de corte etnocentrista, sino más bien, una observación participante que todo el tiempo da cuenta de la mirada del investigador, de sus reflexiones y de su condición de participante.

Identidad

Retoman la pregunta por la identidad desde la mirada de Gilberto Giménez, "La identidad es el proceso de interacción social emergente y se afirma solo en la confrontación con otras identidades en ese proceso"²⁵. Los autores de la tesis dicen que "la inclusión se produce mediante la asunción de reglas o de algún rol específico y la interiorización de una dimensión simbólica, aparejada a un sentimiento de lealtad"²⁶. Esta visión bien podría vincularse con la idea del estudio de los frentes culturales de González y con la identidad de los sujetos políticos de Lechner.

Además, recuperan un concepto interesante para pensar las prácticas feriantes en los territorios. La idea de los entornos urbanos de Sergi Valeria y Pol Eric²⁷ que los constituyen como categorías sociales más que como simples escenarios físicos. Dirán al respecto los autores: "El sentido de pertenencia a determinadas categorías sociales incluye el sentido de pertenencia a determinados entornos urbanos significativos"; "El espacio físico representa a niveles simbólicos un conjunto de características que define a sus habitantes como pertenecientes a determinada categoría urbana en un determinado nivel de abstracción, y los diferencia del resto de las personas en base a los contenidos o dimensiones relevantes de esta categoría en el mismo nivel de abstracción". Es decir, es relevante pensar la territorialidad de las prácticas como una forma de composición identitaria y como un espacio de apropiación que es todo el tiempo significativo.

²⁴ Guber, R. (2001). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Argentina: grupo editorial Norma.

²⁵ Giménez, G. (1997). *Materiales para una teoría de las identidades sociales*. México: Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM.

²⁶ Gómez, A. y Sadaba, E. (2015). *La feria de San Pedro Telmo, espacio público e identidades*. Tesis de grado, U.N.L.P. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. (p. 16).

²⁷ Sergi, V. y Pol, E. (1994). *El concepto de identidad social urbana: una aproximación entre la psicología social y la psicología ambiental*. Anuario de Psicología, No 62, 5-24. Barcelona: Facultad de Psicología Social.

Gómez y Sadaba²⁸ ponen en tensión la relación entre las identidades individuales y colectivas y retomando a Giménez citan: "La identidad colectiva debe concebirse como una zona de identidad personal, si es verdad que ésta se define en primer lugar por las relaciones de pertenencia a múltiples colectivos ya dotados de representaciones" y lo ponen en diálogo con Sergi Valeria: "todo objeto es social en cuanto su significado es fruto de la interacción simbólica; por tanto, incluso las categorías más personales tienen una base social determinante". De cara al tema de tesis, es relevante preguntarse cómo se da esta tensión identitaria en el colectivo de organizaciones La Pirka.

Para cerrar, Gilberto Giménez dirá que los mundos compartidos se organizan en forma endógena, a través de interacciones de la gente en la vida ordinaria. Pero también tienen "una organización exógena que confía a instituciones especializadas (derecho, arte, política, medios, etc.) la producción y el mantenimiento de contextos de interacción estables"²⁹. Los tesisistas recuperan esta perspectiva para preguntarse por las otras instituciones que atraviesan la feria de San Pedro Telmo y es una metodología apropiada para ver los entrecruces identitarios hacia afuera y hacia adentro de la organización.

Prácticas sociales

Gómez y Sadaba plantean las prácticas como objetivas en una lógica que pareciera estructuralista marxista (estructura - superestructura). Si bien la visión que proponen no está en consonancia con la perspectiva de esta ponencia, es interesante pensarlo como una predeterminación teórica y considerar sus actores a partir del lugar que ocupan los actores y no desde el sentido que dan a sus prácticas. Los tesisistas citan a Castro Pedro para justificar el planteo: "Las sociedades son consideradas como aglomerados de interés conformados por los hombres y las condiciones materiales en las que viven. Todos ellos integran las condiciones objetivas de la vida social. Los acontecimientos que ponen en relación estas categorías objetivas constituyen las prácticas sociales"³⁰.

²⁸ Gómez, A. y Sadaba, E. (2015). *La feria de San Pedro Telmo, espacio público e identidades*. Tesis de grado, U.N.L.P. Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

²⁹ Giménez, G. (1997). *Materiales para una teoría de las identidades sociales*. México: Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM.

³⁰ Castro, P. (1996). *Teoría de las prácticas sociales*. Complutuni extra. (pp. 35-48).

Otro aspecto interesante de la tesis es el concepto de prácticas espaciales de Henry Lefebvre³¹ que recuperan a partir de Claudia Gatti³². En su texto, Gatti dice que Lefebvre intercambia muchas veces el concepto prácticas sociales con el de prácticas espaciales. Y las entiende como modos en que una sociedad elige su espacio poniéndolo y suponiéndolo, produciéndolo, dominándolo y apropiándolo. Los tesisistas retoman el planteo diciendo que: "la práctica espacial no es la única variable que determina la producción del espacio sino que, según las diferentes épocas, interactúa con las representaciones del espacio y con los espacios de representación"³³. Hacia el final del tema exponen las diferencias entre los espacios percibidos, pensados y vividos. Esta metodología y fundamentación teórica puede dar cuenta de la composición identitaria de los grupos y además entrecruzar tensiones en torno a las ideas y las prácticas de los colectivos. Permite preguntarse por cómo es la praxis entre lo que se quiere hacer y lo que se hace.

Las ferias

Definen a las ferias a partir de los planteos de Jorge González: "La feria como frente es el límite de un discurso, material y semiótico en el que la sociedad habla de sí misma y otorga pistas sobre sus diversos procesos sociales de construcción de sentido a través de luchas por mostrar cuál de sus contendientes es capaz de elaborar y sostener visiones legítimas del mundo `capaces no solo de ser impuestos sino sentidas y respetadas"³⁴

Además, González hace una revisión sobre la historia de las ferias y cuenta como desde la edad media estos espacios han sido sitios de encuentro de las rutas comerciales del naciente capitalismo mercantil y el eje de la transformación urbana europea. Dice que la vida social estaba regulada por el ritmo de las ferias.

Esta forma de entender las ferias y el revisionismo histórico son dos buenos aportes para seguir pensando el mestizaje propuesto por Barbero. Reflexionar como los espacios feriantes son territorios de disputa constante y están atravesados por

³¹ Lefebvre, H. (1991). *La producción del espacio*. Oxford: Blacwell Publisers.

³² Gatti, C. (2007). *El rol del concepto de "prácticas sociales" en el análisis de la producción del espacio común*. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

³³ Gómez, A. y Sadaba, E. (2015). *La feria de San Pedro Telmo, espacio público e identidades*. Tesis de grado, U.N.L.P. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. (p. 23).

³⁴ González, J. (1989). *Juego peligroso: ferias, memorias urbanas y frentes culturales*. En revista Diagonales de la Comunicación. FELAFACS, No 23.

grupos identitarios e instituciones permite seguir con la visión de la política en lo cultural y la comunicación en la cultura.

TIF identidades políticas en el programa Ellas Hacen³⁵

Este TIF reflexionó en torno a la construcción de identidades políticas desde un programa de formación del Estado que apuntaba a generar proyectos de la economía social y solidaria durante el Kirchnerismo. Hacia su marco teórico hace un recorrido histórico reciente del rol del Estado para dar cuenta, en el camino, algunos momentos de la reforma Educacional. Se fundamenta a partir de pensadores como: Carlos Vilas, Maristella Svampa, Néstor Carlos Kirchner y Brenda Brown.

Retoma de Svampa la idea de que vivimos un nuevo tipo societal, caracterizado por una fuerte tendencia a la globalización de las relaciones sociales, "La entrada a un nuevo tipo societal implicó el desencantamiento de los marcos de regulación colectiva desarrollados en la época fordista, que suponían la centralidad del rol del estado, y una afirmación de la primacía del mercado como mecanismo de inclusión, en función de las nuevas exigencias del capitalismo. Ello trajo como consecuencia una modificación importante en los patrones de inclusión y expulsión social, reflejado en el aumento de las desigualdades y en los procesos de dualización y fragmentación social. AL mismo tiempo, estos procesos conllevaron un debilitamiento del estado nacional como agente regulador de las relaciones económicas, así como el surgimiento de nuevas fronteras y, en el límite, de nuevas formas de soberanía, más allá de lo nacional-estatal"³⁶.

Además, da cuenta del modelo neoliberal, de su estructura jurídica a partir de las leyes laborales y de su determinismo filosófico, dando cuenta de cómo eran definidos los consumidores desde la individualidad y presunción de libertad aparente. Es desde esta descripción que traza el paralelismo con la Economía Social y Solidaria. Esta forma de abordaje permite entender las prácticas ancladas a determinados momentos políticos e históricos. Y esta historicidad vuelve nuevamente a preguntarse por las mediaciones de las prácticas sociales.

³⁵ Bustamente Hoffmann, E. (2016). *Reflexiones sobre la construcción de las identidades políticas en la Diplomatura en Agroecología, urbanismo y hábitat social del Programa Ellas Hacen*. Tesis de grado, U.N.L.P. Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

³⁶ Svampa, M. (2005). *Ciudadanía, estado y globalización. Una mirada desde la Argentina Contemporánea*. Buenos Aires: Publicado en J.Nun, con la colaboración de A. Grimson, Nación, Cultura y Política, Gedisa.

Dos conceptos importantes para pensar la economía social y solidaria que recupera Eugenia Bustamante son: el desarrollo a escala humana y la teoría del buen vivir. El primero corresponde a Max Neef, Mamfred³⁷. La tesista propone pensar desde esta óptica el desarrollo humano y así definir las necesidades humanas a partir de entenderlas como derechos. Es interesante pensar desde aquí las economías sociales como formas de organización popular que promueven instancias de participación política en espacios públicos.

Por otro lado, el concepto del buen vivir es retomado desde las nuevas redacciones de las constituciones ecuatoriana (2008) y boliviana (2009). El buen vivir apunta a satisfacer plenamente las necesidades básicas de toda la población, buscando devolver todo aquello que le fue negado en los gobiernos neoliberales.

Algunos artículos de la constitución ecuatoriana son iluminadores para pensar las economías sociales y solidarias³⁸:

“Capítulo segundo: Derechos del buen vivir.

Sección primera: Agua y alimentación.

Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

Sección tercera: Comunicación e Información.

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

³⁷ Max Neef, M. (1993). *Desarrollo a escala Humana. Conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones*. Uruguay: Nordan-Comunidad.

³⁸ http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.”

Mata: Comunicación alternativa – comunicación popular³⁹

En su texto, “repensar la comunicación popular” Mata define lo popular al decir que “no nombra ninguna esencia, es un correlato de sus batallas sociales y de políticas reivindicativas. Las marcas de cada práctica son las características sectoriales, culturales, organizativas, políticas de los grupos que le dan origen; las particulares realidad nacionales, las alianzas y acuerdos que operan entre grupos populares e instituciones intermedias⁴⁰. Este texto es útil para pensar nuevamente algunos de los conceptos desandados en esta ponencia. Para recuperar la búsqueda por los mestizajes de Barbero y la historización de las prácticas. Para poner en tensión las concepciones de identidades colectivas y la perspectiva de prácticas espaciales que proponen los compañeros Gómez y Sadaba. Y para preguntarse por las instituciones que la atraviesan desde la rememoración de algunos hitos históricos que expresa la compañera Eugenia Bustamente Hoffmann.

Por último, es interesante pensarlo como un faro epistemológico o como un marco teórico irremplazable para hablar sobre la comunicación alternativa:

“La verdad acerca de los mitos sobre la comunicación alternativa:

No es contestataria de los medios masivos, sino que alterna en razón de su potencialidad e intencionalidad para modificar un orden monopolizado por pocas voces.

No se crea por oposición al proyecto capitalista trasnacional, se diferencia en tanto apunta a un proyecto social global de movimiento popular.

Modalidad horizontal: no por oposición al verticalismo de los medios masivos sino por una voluntad antiautoritaria y democrática: nueva lógica de poder.

Modalidad dialógica/interpersonal: no por oposición a la despersonalización de los grandes medios sino porque esa práctica recupera, revaloriza y transforma prácticas culturales fundadas en la palabra, el rito y el contacto.

Medios artesanales, no por estar en contra de la tecnología y su potencialidad sino por la escasez de recursos económicos y de participación social de los grupos.

³⁹ Mata, M. (1998). *Repensar la comunicación popular*. En *Alternativo*, palabras de un poder emergente. Buenos Aires: Taller de Comunicación Popular y alternativo de la UBA.

⁴⁰ Ídem.

Lo popular no es opuesto a lo masivo, existen experiencias desde los medios masivos, ej.: radios comunitarias.”

Bibliografía

- Barbero, J. (1987). *Los métodos: de los medios a las mediaciones*. En de los medios a las mediaciones. Barcelona: Gustavo Gili.
- Bustamente Hoffmann, E. (2016). *Reflexiones sobre la construcción de las identidades políticas en la Diplomatura en Agroecología, urbanismo y hábitat social del Programa Ellas Hacen*. Tesis de grado, U.N.L.P. Facultad de Periodismo y Comunicación Social.
- Castro, P. (1996). *Teoría de las prácticas sociales*. Complutuní extra. (pp. 35-48).
- García Canclini, N. (1983). *Las políticas culturales en América Latina*. Chasqui, n. 7. (p.24).
- Gatti, C. (2007). *El rol del concepto de "prácticas sociales" en el análisis de la producción del espacio común*. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Giménez, G. (1997). *Materiales para una teoría de las identidades sociales*. México: Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM.
- Gómez, A. & Sadaba E. (2015). *La feria de San Pedro Telmo, espacio público e identidades*. Tesis de grado, U.N.L.P. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. 2015.
- González, J. *Semantizarás las ferias. Identidad regional y frentes culturales*. Mimeo. (p.8).
- González, J. (1989). *Juego peligroso: ferias, memorias urbanas y frentes culturales*. En revista Diagonales de la Comunicación. FELAFACS, No 23.
- González, J. (1998). *La voluntad de tejer: análisis cultural, frentes culturales y redes de futuro*. Revista Razón y palabra. Número 10. (p. 2).
- Guber, R. (2001). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Argentina: grupo editorial Norma.
- Hammersley, M. y Atkinson, P. (1994). *Etnografía, métodos de investigación*.
- Lechner, N. (1984). *La conflictiva y nunca acabada construcción del orden deseado*. Chile: Ediciones Ainavillo.
- Lefebvre, H. (1991). *La producción del espacio*. Oxford: Blacwell Publisers.
- Mata, M. (1998). *Repensar la comunicación popular*. En Alternativo, palabras de un poder emergente. Buenos Aires: Taller de Comunicación Popular y alternativo de la UBA.

- Max Neef, M. (1993). *Desarrollo a escala Humana. Conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones*. Uruguay: Nordan-Comunidad.
- Sergi, V. y Pol, E. (1994). *El concepto de identidad social urbana: una aproximación entre la psicología social y la psicología ambiental*. Anuario de Psicología, No 62, 5-24. Barcelona: Facultad de Psicología Social.
- Svampa, M. (2005). *Ciudadanía, estado y globalización. Una mirada desde la Argentina Contemporánea*. Buenos Aires: Publicado en J.Nun, con la colaboración de A. Grimson, Nación, Cultura y Política, Gedisa.