



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

Primeras búsquedas sobre las similitudes entre Economía Social y Comunicación Cultural
Juan Nahuel Sottile
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 3, N.º 1, diciembre 2017
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata
La Plata | Buenos Aires | Argentina

Primeras búsquedas sobre las similitudes entre Economía Social y Comunicación Cultural

Juan Nahuel Sottile

jnsottile@gmail.com

Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata
Argentina

Desarrollo

La investigación surge a partir de la siguiente pregunta-problema: ¿cómo es la comunicación en La Pirka, pensándola desde: los agrupamientos identitarios, sus experiencias personales y su participación en ferias?

La pregunta por las economías sociales y solidarias se origina a partir de la emergencia de múltiples espacios de comercialización alternativos a lo largo de la provincia. Estos, en relación dialéctica, dieron lugar a políticas de acompañamiento tanto a nivel Nacional, con una Ley de la Economía Social, como a nivel local, con subsidios a pymes y particulares. Durante el 2003 y hasta el 2015 las políticas sobre el tema apuntaban a una mayor concentración de economías sociales que tendiera a ocupar un tercio del PBI Nacional. Por eso, en primer lugar, pensar la economía social implica tomar una posición política y dar un debate en torno a las prácticas sociales. Además, el trabajar las formas de comercialización y de consumo es pensarnos desde una alteridad contra hegemónica al sistema capitalista liberal, pensarnos inscriptos en un orden Democrático, Estatal y alternativo. Es también, propiciar formas de entender

las relaciones humanas desde lógicas colectivas y, a la vez, disputar sentidos que circulan en la sociedad.

Por otro lado, la pregunta por las experiencias y los agrupamientos identitarios se encuentra en una larga trayectoria de investigaciones del campo de la comunicación en América Latina. Desde las mediaciones de Martín Barbero en Colombia hasta los consumos de García Canclini en México y en la Argentina, se han preguntado por los modos de agrupamiento y las formas de construcción de sentido de las clases populares. Es desde este lugar y en su posicionamiento dentro de los estudios culturales donde toma relevancia el investigar formas de comercialización alternativas como: espacios de encuentro, producción y consumo que posibiliten pensar nuevas lógicas para pensarnos.

La elección del Colectivo La Pirka responde a un interés personal por ser un espacio de afinidad y un lugar interesante de investigar por el cruce de producciones y productores que lo habitan. Pensar la comunicación en ESyS es preguntarse por el sentido de nuestras prácticas y quienes construyen diariamente ese sentido.

A partir de esta serie de preguntas, el objetivo general es reconocer y analizar las experiencias de comunicación del colectivo La Pirka en espacios de comercialización de la economía social y solidaria, haciendo foco en las ferias del colectivo de organizaciones "La Pirka".

Y los objetivos específicos: 1. Indagar las estrategias de comunicación que realiza el colectivo para poder detectar sus formas de disputar sentido en torno a la ESyS; 2. Relevar formas de agrupamiento identitario del colectivo a partir de las prácticas concretas realizadas en la feria y en reuniones; y 3. Dar cuenta, a partir de los relatos de los integrantes de la Pirka, sus prácticas de organización y comercialización, para poder reconocer como entienden y significan su lugar en la Economía Social y Solidaria.

Herramientas teórico-conceptuales

El concepto de "socioeconomía" de José Luis Coraggio permite pensar a los agentes económicos dentro de identidades sociales, inscriptos en una determinada historia y atravesados en el mundo simbólico e institucional que denominamos cultura. El entender la economía como inseparable de la cultura, nos permite ver a la Economía Social como espacio de acción. Constituido no por individuos aislados que buscan ventajas materiales, sino por familias, comunidades y colectivos de diverso tipo que se

mueven dentro de instituciones decantadas por la práctica o acordadas como arreglos voluntarios, que actúan haciendo transacciones entre la utilidad material y los valores de solidaridad y cooperación (Coraggio, 2011).

Coraggio habla de una acumulación subordinada a la satisfacción de necesidades y a la calidad de las relaciones sociales, que difiere antagónicamente con el sentido capitalista del término economía. Por eso es importante pensar de qué forma son entendidas estas necesidades a partir del "desarrollo a escala humana", que plantea Max Neef (1993), donde propone definir las necesidades humanas a partir de entenderlas como derechos. Y desde el concepto del buen vivir, que aparece en las nuevas redacciones de las constituciones ecuatoriana (2008) y boliviana (2009), y habla de satisfacer plenamente las necesidades básicas de toda la población, buscando devolver todo aquello que les fue negado y con una disposición que priorice la naturaleza y las culturas.

En la década del 80 se da la institucionalización del campo de la comunicación en torno a estudios socioculturales en América Latina. Este corrimiento fue de los medios o los instrumentos a la cultura, permitiendo a la comunicación salirse de la pregunta por lo que había sido su objeto de estudio principal, los medios masivos, para concentrarse en los modos de darle sentido a la vida de los actores sociales (Saintout, 2008). Es desde esta perspectiva que trabajaré en el desarrollo de la investigación: aquella que da cuenta de los modos de estar juntos que implican unos sentidos específicos del mundo pero sobre plataformas materiales e históricas determinadas, la que busca las transformaciones de la vida cotidiana. En este desplazamiento la noción de cultura se entendió "no como mera reproducción, reflejo de las condiciones materiales de existencia, sino también como producción y recreación social de sentido. La cultura como esfera que unifica las esferas de la producción (la económica) y de las relaciones sociales (la política)" (Saintout, 2008).

Desde esta misma corriente el concepto de "experiencia" que retoma S. Hall (1994) a partir de contrastar dos perspectivas (E.P. Thompson y R. Williams) dentro de los llamados estudios culturales permite pensarla como formas colectivas en las que los sujetos construyen y son construidos por sus condiciones. "Cada uno de ellos concede a la 'experiencia' un papel autenticador en cualquier análisis cultural. Se trata, en última instancia, de dónde y cómo la gente experimenta sus condiciones de vida, las define y responde a ellas, lo cual para Thompson define por qué cada modo de producción es también una cultura, y por qué todo conflicto de clases es también una lucha entre modalidades culturales: y que es, para Williams, lo que un "análisis cultural" debería en última instancia entregar". Entender la experiencia como el

término medio entre las condiciones materiales y lo cultural y, de cara al análisis, pensarla como objetiva permitirá a la investigación indagar sobre las prácticas del colectivo la Pirka.

En esta clave, Jesús Martín Barbero (1987) se pregunta sobre la conformación identitaria en América Latina. Este autor plantea que pensar los procesos identitarios en su dinámica social es pensarlos desde el mestizaje, desde la dominación y la complicidad. A ésta dimensión acompaña el estudio desde lo popular como "trama, entrelazamiento de sumisiones y resistencias, de impugnaciones y complicidades", pensándolo desde lo masivo. "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" (Martín Barbero, 1987). Martín Barbero, además, 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. Desde esta aparición se da una nueva valorización 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" (Martín Barbero, 1987). Para seguir complejizando las conformaciones identitarias, Gilberto Giménez (1997) define la identidad como un proceso de interacción social emergente, que se constituye solo en la confrontación con otras identidades durante ese proceso.

Teniendo en cuenta esta perspectiva de estudio que retoma la pregunta por lo popular en la cultura Jorge González (1998) propone la lectura de "frentes culturales" como 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.

Actualidad de la investigación

Actualmente, mi trabajo en el TIF se centra en reconocer similitudes entre los modelos de economía social y solidaria y las propuestas de estudio de la comunicación desde la cultura latinoamericana, que permita construir un marco teórico conciso para continuar con la investigación. Desde esta posición, detecté cuatro aristas principales:

Dimensión sociocultural

Ambas propuestas plantean una visión hermenéutica y no reduccionista de interpretación de sus respectivos campos, la comunicación por un lado y la economía por otro, son definidas por prácticas históricas y sociales. Además, componen estructuras que dan lugar a cadenas de identidad colectiva.

La Economía social y Solidaria, tiene sus primeros abordajes teóricos con Polanyi (2007), este planteó que la economía está imbricada en lo social, que nace embebida en las culturas y se conforma en un devenir histórico-contextual, distanciándose de los modelos Económicos Clásicos que hablan de una economía autárquica. Por otro lado, según Guridi y Jubeto (2014), surgió a partir de tres hitos: como respuesta a las carencias de una parte de la sociedad frente a las inclemencias del mercado; como posición política, buscando una ruptura con el capitalismo imperante; y como espacio de reconocimiento y reconfiguración de las identidades.

De la misma forma, Saintout (2008) define tres movimientos en el estudio de la comunicación que hablan de un entendimiento integral de la transversalidad de la ciencia: la comunicación pasa de ser un instrumento para volverse cultura, lucha por la nominación de los sentidos que configuran el mundo y asunto de percepciones; de la comunicación como dominación a la de puesta en común y el entendimiento en torno a las prácticas de los dominados; y de la comunicación vista solamente desde la reproducción, desde los aparatos o las estructuras, a la comunicación como producción y territorio de subjetividades.

Ambos enfoques comparten una postura sociocultural donde los sujetos están atravesados por condiciones económicas, políticas, comunicacionales y culturales de las que se apropian y resignifican con sus prácticas. Y entienden a la cultura como la dimensión significativa de lo social.

Posición contra modelos exógenos y a históricos

La propuesta de Comunicación/Cultura de Schmucler (1984), que habla de una fusión tensa entre elementos de un mismo campo semántico, retoma esta misma problemática de teorías producidas en el extranjero e implementadas como verdades en los pueblos latinoamericanos cuando critica a los modelos desarrollistas que poblaban el estudio de la comunicación.

Por su parte, la economía social y solidaria tiene sus raíces en la economía comunitaria, en los sistemas de organización socioeconómica de los pueblos originarios latinoamericanos. Y ese rasgo histórico es sostenido en los nuevos modelos como los movimientos del Buen Vivir bolivianos y ecuatorianos, que se constituyen en contra de los modelos económicos exógenos.

Entonces ambos modelos, los económico capitalistas y los de comunicación desarrollista/cientificista, construyen sujetos ahistóricos y aislados de sus contextos a los que la comunicación cultura y la ESyS vienen a confrontar para decir que no existen métodos por sobre contextos sociales.

Simultaneidad de institucionalización en Latinoamérica

Las formaciones más recientes de la economía social y solidaria se fundan en las experiencias de economía popular, en la economía informal y, en muchos casos, impulsadas por accionar de la iglesia católica. Menciona Wanderley (2015) que en los 80'/90' la cada vez mayor falta de empleo y, por ende, la exclusión del mercado de trabajo generó dinámicas de autoempleo, de refuerzo de las solidaridades entre los actores económicos para hacer frente a las nuevas necesidades o a aquellas que no podían ser satisfechas.

En paralelo, en la década del 80' se da la institucionalización del campo de la comunicación en torno a estudios socioculturales en América Latina. Este corrimiento fue de los medios o los instrumentos a la cultura, permitiendo a la comunicación salirse de la pregunta por lo que había sido su objeto de estudio principal, los medios masivos, para concentrarse en los modos de darle sentido a la vida de los actores sociales (Saintout, 2008). Esta institucionalización se da en un marco de profundas transformaciones teóricas, con las crisis de los grandes relatos y en un contexto de políticas neoliberales replicándose a lo largo de América Latina.

Propuesta epistemológica de abordaje: economía social/economía de mercado y comunicación popular/ comunicación masiva

La socioeconomía es la búsqueda de lo local y cotidiano que genera asociaciones libres de trabajadores como estrategia para contrarrestar a las empresas donde el trabajo es subordinado al capital autoritario por la necesidad de un sueldo. En función de esta definición Coraggio adscribe a la economía dentro de la sociedad por dos razones principales: por ser productora de sociedad, generando valores de uso para satisfacer las necesidades de los productores y sus comunidades; y porque vuelve a unir producción y reproducción, al producir para satisfacer las necesidades acordadas como legítimas por la misma sociedad. La economía social se origina en una composición popular y desde allí construye tácticas para convivir la economía de mercado.

Por su parte, Barbero (1981) habla del redescubrimiento de lo popular, en el sentido que busca revalorizar las articulaciones y mediaciones de la sociedad civil, el sentido social de los conflictos más allá de su formulación y sintetización política y el reconocimiento de experiencias colectivas no encuadradas en formas partidarias convencionales. Define el estudio de lo popular como trama, entrelazamiento de sumisiones y resistencias, de impugnaciones y complicidades.

Ambas propuestas hacen un reconocimiento/reelaboración de lo local y cotidiano para ver cómo se configuran las prácticas de los sujetos inmersos en sistemas económicos hegemónicos, como es el caso de la economía capitalista y la comunicación mediática, para poder dar cuenta sobre las formas de agruparse y construir sentidos.

Bibliografía

Coraggio, J. (2011) *Economía social y solidaria. El trabajo antes que el capital*. Quito, Ecuador: Ediciones Abya-Yala. Pp. 45-46.

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

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

Guridi, L. y Jubeto, Y. (2014). Fundamentos conceptuales y principios de la economía social y solidaria. En Diálogos sobre Economía Social y Solidaria en Ecuador: Encuentros y desencuentros con las propuestas para otra economía. Instituto Hegoa, Universidad del País Vasco.

- Hall S. (1994). "Estudios culturales: dos paradigmas", en Revista *Causas y azares*, Núm. 1.
- Martin Barbero, J. (1981). Retos a la investigación de comunicación en América Latina. *Comunicación y cultura*, (9).
- (1987). "Los métodos: de los medios a las mediaciones", en *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili. p. 319.
- Max Neef, M. (1993). *Desarrollo a escala Humana. Conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones*. Uruguay: Nordan-Comunidad.
- Polanyi, K. (2007). Cap. 4: "Sociedades y sistemas económicos", en *La Gran Transformación, Crítica del liberalismo económico* (83-103). Madrid, España: Quipu editorial.
- Saintout, F. (2008). *Los estudios socioculturales y la comunicación: un mapa desplazado*. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación.
- Wanderley, F. (2015). *Desafíos teóricos y políticos de la economía social y solidaria Lectura desde América Latina*. La Paz, Bolivia: Plural editores, Cides-umsa.