

Lo esencial debe ser visible

REFLEXIONES EN TORNO A LA COMUNICACIÓN DESDE LA ÓPTICA DE LAS ORGANIZACIONES PARTICIPANTES EN EL CONESS 2023

VALERIA LABORDA¹ Y ANABELLA ZAMORA²

Resumen

El presente artículo es una crónica y reflexión colectiva sobre lo que dejó, en términos de comunicación, el III Congreso Nacional de Economía Social y Solidaria (CONESS) organizado por la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNICEN) los días 8 y 9 de junio en la ciudad de Tandil.

Bajo el lema “construir otra economía para ampliar derechos y fortalecer la democracia”, se convocó tanto a actores del campo popular como de la academia, por lo que fue propicio dar el debate acerca de los problemas y oportunidades que presenta la comunicación en un escenario altamente tecnificado, bajo preguntas relativas a la (in) visibilización de las prácticas, los desafíos que conlleva la apropiación digital y las políticas públicas necesarias para los procesos de visibilización.

Palabras clave: comunicación, identidad cooperativa, comunicación comunitaria, economía social y solidaria, visibilización.

Resumo

O essencial deve ser visível: Reflexões sobre comunicação na perspectiva das organizações participantes do CONESS 2023

TO artigo é uma crônica e reflexão coletiva sobre o que forneceu, em termos de comunicação, o III Congresso Nacional de Economia Social e Solidária (CONESS), organizado pela Universidade Nacional do Centro da Província de Buenos Aires (UNICEN) em 8 e 9 de junho, na cidade de Tandil.

¹ Investigadora en el Centro de Estudios de la Economía Social (CEES) de la Universidad Nacional de Tres de Febrero (UNTREF).
Correo electrónico: vlaborda@untref.edu.ar

² Investigadora docente del área Sistemas Económicos Urbanos. Instituto del Cournbano, Universidad Nacional de General Sarmiento (ICO-UNGS).
Correo electrónico: azamora@campus.ungs.edu.ar

Sob o lema "Construir outra economia para ampliar direitos e fortalecer a democracia", foram convocados tanto atores do campo popular, quanto da academia, havendo sido propício, na ocasião, debater sobre problemas e oportunidades que a comunicação apresenta, em um cenário de tecnologia, altamente, desenvolvida, com questões relacionadas à invisibilidade das práticas, dos desafios que a apropriação digital acarreta e as políticas públicas necessárias aos processos de visibilidade.

Palavras-chave: *comunicação, identidade cooperativa, comunicação comunitária, economia social e solidária, visibilidade.*

Abstract

What is essential has to be visible: a reflection on communication from the point of view of the organizations taking part in CONESS 2023

This article is a chronical and collective reflection on the results, in terms of communication, of the III National Congress of Social and Solidarity Economy (CONESS) organized by the National University of the Center of the Province of Buenos Aires (UNICEN) on June 8 and 9 in the city of Tandil.

Under the slogan "building another economy to expand rights and strengthen democracy", both actors from the popular field and academia were summoned, so it was appropriate to debate the problems and opportunities presented by communication in a highly technified scenario, under questions about the (in) visibility of practices, the challenges of digital appropriation and the necessary public policies for the processes of visibilization.

Keywords: *communication, cooperative identity, community communication, social and solidarity economy, visibilization.*

INTRODUCCIÓN

Los días 8 y 9 de junio de 2023 alrededor de 400 personas de todo el territorio nacional y de países vecinos nos movilizamos hasta la tierra de la tradición. Allí, en la ciudad de Tandil, a pesar del viento y del frío, nos estaba esperando el calorcito del abrazo fraterno y de un ansiado reencuentro: la tercera edición del Congreso Nacional de Economía Social y Solidaria (CONESS). Una edición que debió haberse realizado en 2021, año en el que nuestro sector (y aún el mundo entero), presentaba batalla colectiva a la pandemia. Tuvimos que esperar, pero llegó. Y con este reencuentro reavivamos el fuego del compartir y entre mates y milongas, le fuimos sacando punta al lápiz para anotar reflexiones, consensos, compromisos y palabras urgentes.

Como se reseñó en el número anterior de esta revista (Boronat Pont y Fajn, 2023), la tradición de los CONESS nace en 2017 cuando se realizó en San Juan, a instancias de la Red Universitaria en Economía Social y Solidaria (RUESS) el primer encuentro. Ese primer congreso marcado por las inmensas ganas de conocernos para aunar esfuerzos entre equipos universitarios, tuvo como objetivo promover un ámbito para el desarrollo de la Economía Social y Solidaria como una potencial alternativa regional sociocultural a través del debate, reflexión, intercambio de experiencias, articulación y vinculación entre los diversos actores sociales interesados y las universidades nacionales. Esa primera edición contó con dos líneas temáticas vinculadas al eje de este año: Tecnología, Innovación y ESS, y la de Comunicación, Cultura y ESS (esta última ya asociada a las estrategias de visibilización de las prácticas de ESS).

Luego, en 2019, le siguió la segunda edición bonaerense (Quilmes) en un contexto de profundización de la crisis y de franca re-

Este 2023 nos permitió realizar el tercer encuentro en un año muy especial, en el que podemos conmemorar la vuelta a la democracia mediante acciones concretas, para ponerla en valor sembrando memoria donde ayer se intentó borrar de un plumazo estos espacios de construcción colectiva. Así, el lema del CONESS 2023 fue “Construir otra economía para ampliar derechos y fortalecer la democracia”.

gresión en materia de políticas públicas, lo que nos llevó a alumbrar como lema “La economía popular ante la crisis. Por la defensa de derechos y hacia una economía social y ambientalmente sostenible”. En esa ocasión, el eje temático vinculado al de este año fue Comunicación, tecnologías digitales, tics y diseños en ESS.

Finalmente, este 2023 nos permitió realizar el tercer encuentro en un año muy especial, en el que podemos conmemorar la vuelta a la democracia mediante acciones concretas, para ponerla en valor sembrando memoria donde ayer se intentó borrar de un plumazo estos espacios de construcción colectiva. Así, el lema del CONESS 2023 fue “Construir otra economía para ampliar derechos y fortalecer la democracia”. En este sentido, la fundamentación (UNICEN, 2023) decía lo siguiente:

Con este lema, buscamos celebrar la democracia y pensar sus desafíos. Celebrarla como esfuerzo colectivo. Con memoria y defendiéndola frente a las expresiones que buscan degradarla, reducirla a sus mínimas expresiones

formales. Pero también pensando sus desafíos: aquellas demandas sociales insatisfechas, los asuntos pendientes que se expresan, entre otras formas, como desigualdad y estratificación. Entendemos que pensar las causas de la “insatisfacción con la democracia” en políticas económicas que –algunas de ellas incluso bienintencionadas– retroalimentan la desigualdad, promueven la concentración económica y debilitan la autonomía y las capacidades regulatorias de los Estados, es una de las claves para construir más democracia.

En esta edición del CONESS se continuó con la apuesta a la construcción horizontal, acercando la invitación tanto a equipos universitarios como a organizaciones de la sociedad civil para que ambos sectores, en igualdad de condiciones, puedan elevar su voz y dar a conocer su mirada sobre la realidad de la Economía Social, Solidaria y Popular.

Asimismo, en esta edición del CONESS se continuó con la apuesta a la construcción horizontal, acercando la invitación tanto a equipos universitarios como a organizaciones de la sociedad civil para que ambos sectores, en igualdad de condiciones, puedan elevar su voz y dar a conocer su mirada sobre la realidad de la Economía Social, Solidaria y Popular. Esta característica fue y sigue siendo uno de los grandes aciertos del armado de los congresos, porque permite el real intercambio de saberes para dar un paso adelante en la dimensión propositiva.

En continuidad con las ediciones anteriores, la organización propuso 12 ejes de trabajo, dando lugar entre otros, al de “Comunicación, tecnologías digitales, tics y diseños en Economía Social y Solidaria” que aquí reseñamos.

¿QUIÉNES SOMOS? ¿QUÉ DECIMOS?

La primera impresión fue que los resúmenes y posters presentados en este eje condensaban una (pre)ocupación por la visibilización de las prácticas, pero de la mano con los valores y las dinámicas propias de la economía social y solidaria:

- los documentales *AndarESS*³ nos presentaron el resultado de un proceso de trabajo con estudiantes universitarios de Río Negro, que rescataron experiencias productivas de la ESS llevadas adelante por jóvenes. Previamente habían indagado que dichas experiencias no constituían un tema relevante en el escenario mediático local, por lo que la producción audiovisual que se propusieron, intentó colaborar a su visibilización y a fortalecer el sentido de comunidad ya construido entre Universidad, actores y prácticas de la ESS.
- Desde el equipo del programa de radio “Campo Abierto”,⁴ realizado en la localidad de Pocito (San Juan), nos acercaron el camino recorrido de aprendizajes que realizaron con el programa, cuyo objetivo es visibilizar las prácticas de la agricultura familiar para posicionarlo en la agenda pública sanjuanina.
- Les integrantes de la Cooperativa La Cigarra de Rosario se preguntaban por la integración cooperativa como factor de sostenibilidad de un medio cooperativo,

³ Disponible en: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLF7WIVDYMS5ZqHP8PAtrqj8imCeYPY9Ca>

⁴ Disponible en: <https://ar.radiocut.fm/radioshow/a-campoabierto/>

Nos propusimos colectivamente problematizar la cuestión de la visibilización a partir de nuestras experiencias. Respetando la identidad del CONESS, buscamos superar el enfoque academicista y evitar las síntesis por consensos. En su lugar, registramos y ordenamos la variedad de relatos y vivencias. En este sentido, los primeros intercambios subrayaban esta faceta muy clara de la relación entre comunicación y ESS que, en términos de Uranga (2022), supone un ámbito de ejercicio ciudadano desde el cual se interviene e incide en procesos sociales, políticos y culturales.

planteando la problemática acerca de la ausencia de un marco legal para la distribución de pauta oficial.

- La Tienda Colectiva Digital,⁵ llevada adelante por un equipo de la Universidad Nacional de Quilmes, buscaba reflexionar acerca de los procesos y aprendizajes que conlleva la digitalización como herramienta de visibilización y a la vez, de comercialización y distribución de productos.
- La organización Pueblo Adentro situada en el sur del conurbano bonaerense buscó instalar, desde la comunicación popular,⁶ la pregunta sobre la identidad elaborada como

trabajadoras, a través de la construcción barrial realizada bajo ejes articulados de educación, trabajo y formación política.

La organización del CONESS en ejes temáticos supuso una dinámica de aspectos transversales al interior de cada uno de ellos, con el objetivo de facilitar el intercambio y que no se tratase de espacios solamente expositivos. Previa lectura y mirada analítica de los resúmenes y posters asignados a este eje, se propusieron las siguientes preguntas orientadoras para el debate transversal:

- Desde los procesos de acompañamiento a redes asociativas que plantean los proyectos e iniciativas que acompañan, ¿qué significa y supone para los colectivos de ESS, “visibilizar”?
- ¿Cuáles son los principales desafíos de los procesos de enseñanza, aprendizaje y apropiación de capacidades técnicas que permiten y facilitan acciones de visibilización?
- ¿Qué aprendizajes conlleva el trabajo en red que realizan para los proyectos y acciones de visibilización, difusión y comercialización?
- ¿Qué políticas públicas se hacen necesarias para favorecer e impulsar procesos de visibilización e integración? (a nivel nacional pero también a escala local), ¿qué rol cumple en esto la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual?

AVANZANDO CON EL INTERCAMBIO: LA COMPLEJIDAD QUE IMPLICA VISIBILIZARLOS

Así fue cómo nos propusimos colectivamente problematizar la cuestión de la visibilización a partir de nuestras experiencias. Respetando la identidad del CONESS, buscamos superar el enfoque academicista y evitar las síntesis por consensos. En su lugar, registramos y ordena-

⁵ Ver: <https://www.instagram.com/tiendacolectivaunq/?hl=es>

⁶ Ver: <https://laluciernagarevista.tumblr.com/>

mos la variedad de relatos y vivencias. En este sentido, los primeros intercambios subrayaban esta faceta muy clara de la relación entre comunicación y ESS que, en términos de Urraga (2022), supone un ámbito de ejercicio ciudadano desde el cual se interviene e incide en procesos sociales, políticos y culturales.

En primer lugar, para comprender qué significa visibilizar pensamos en prácticas y actores, pensamos en el “qué”. Pudimos notar que nos cuesta definir lo que hacemos, que le agregamos palabras para tratar de ilustrar la complejidad de nuestras prácticas, pero que esto muchas veces se hace en detrimento de la imagen del movimiento, haciendo que pierda impacto. Esta problematización se desarrolló especialmente de manera crítica desde el ámbito de las empresas recuperadas por sus trabajadores y trabajadoras. Como contrapartida, también vimos que “desde afuera” se nos adjudican significados erróneos y cargados de prejuicios y estigmas, como es el caso de la “identidad planera”, la que se busca deconstruir desde el trabajo militante de la comunicación popular, utilizando, por ejemplo, una revista como instrumento.

También nos preguntamos si visibilizar implica presentarnos como actores “que hacen algo”, “como producto” o “como servicio”. Una pregunta que nos remite a las “malas prácticas” de la ESS reseñadas por Arancibia y otros (2020), según las cuales nuestros esfuerzos se concentran en demostrar si pertenecemos (o no) a este campo, pero no en complejizar nuestra realidad. En otras palabras, la visibilización se asume como una demostración de en qué casillero encajamos, pero no en los impactos que nuestras prácticas tienen en nuestro entorno y en las posibilidades de desarrollar sinergias y alianzas estratégicas. Aspecto central para visualizar vías de integración, tanto con el Estado como con el mundo sindical, lo que se consideró urgente en aquellos días y que hoy

“Desde afuera” se nos adjudican significados erróneos y cargados de prejuicios y estigmas, como es el caso de la “identidad planera”, la que se busca deconstruir desde el trabajo militante de la comunicación popular, utilizando, por ejemplo, una revista como instrumento.

cobra marcada actualidad. Sin embargo, antes de pensar en el “afuera”, nos detuvimos a preguntarnos ¿cuál es nuestra propia visibilidad dentro del mundo cooperativo?, ¿Hay sinergias dentro del propio movimiento? Por ejemplo ¿las cooperativas contratan cooperativas?, ¿cómo hacemos para stockearnos? Así las cosas, pensar qué supone visibilizar nos lleva al territorio de definir una identidad común que respete nuestras singularidades, pero que no pierda impacto en el imaginario colectivo.

Al respecto, retomamos los aportes de Isaía W., Limas M. y Barrientos M. (2022), quienes ven en la comunicación una misión clara: generar comunidad, poner en común y tender puentes que permitan crear una mayor integración y visibilidad a los procesos de las organizaciones y entre organizaciones y la ciudadanía, a través de la concientización sobre las lógicas y los procesos que implican la producción y el consumo de la ESS. Y señalan que, si bien en Argentina el trabajo de las organizaciones de la ESS lleva varias décadas, hay escasas experiencias de trabajo conjunto y principalmente, planificado y sostenido en el tiempo.

Con el acuerdo de que necesitamos esta identidad colectiva, comprendimos que, luego de definir el “qué”, es importante saber el “para qué”. Sería imposible visibilizar quiénes

somos si no pensamos también propósitos posibles como: construir identidad; derribar mitos, prejuicios y estigmas; incubar experiencias; recuperar saberes y reconstruir historias colectivas; concientizar puertas adentro sobre nuestro rol y generar contenidos que problematicen la realidad desde nuestra óptica; desarmar los estigmas en torno al trabajo; tejer vínculos; presentar otras voces más representativas que las de los medios hegemónicos; mostrar de otra forma a la juventud. Aquí es donde se diluye el discurso prescriptivo en favor del relato propositivo al comprender que visibilizar quiénes somos es dar a conocer para qué existimos. Y algo interesante que se dio en este momento del encuentro es que aquí más que dudas o cuestionamientos críticos, lo que había era mucha convicción y certezas. Cada experiencia de la ESS tiene muy claro el propósito que quiere dar a conocer porque forma parte de sus sueños y anhelos, de lo que hace cada día, su sendero de

transformación de lo social está en marcha y se materializa en lo que producen y construyen con su comunidad.

Sin embargo, ¿por qué nos cuesta tanto la visibilización? Más allá de la realidad objetiva de un aparato cultural que tira para el otro lado de manera constante, nos animamos a preguntar por lo que está a nuestro alcance alumbrando la pregunta por el “cómo”. Entendimos que una visibilización “justa”, que permita mostrar con claridad y pertinencia quiénes somos y para qué existimos, sólo será posible si jerarquizamos la comunicación en todos los proyectos. En otras palabras, comprender que la comunicación es un proceso clave que nos permite poner en valor lo que hacemos, mostrando nuestro rol en la comunidad y hacia la sociedad.

Para ello, nuestros intercambios dieron lugar a pensar mejoras en esos modos de hacer comunicación, tales como proponer mecanismos para jerarquizar nuestras prácticas en el sentido común (espacio público y ciudadano), utilizar herramientas para mejorar el diseño y así agregar valor a lo que hacemos, recuperar la autoestima del pueblo, visibilizarnos como proyectos colectivos que permiten la reproducción ampliada de la vida, difundir los valores cooperativos, señalar el especial vínculo que tenemos con los territorios, valorizar los hechos comunicacionales propios de la ESS (como el cara a cara y los espacios de encuentro colectivos), denunciar las acuciantes problemáticas de financiamiento para defender nuestra sostenibilidad, disputar un lugar frente a los medios de comunicación hegemónicos, negociar y construir políticas con gobiernos locales, integrarnos para potenciar el crecimiento conjunto (visibilizarnos entre nosotros) y también, poner de relieve las contradicciones internas para trabajar con ellas y no generar una imagen idealizada del movimiento.

Visibilizar quiénes somos es dar a conocer para qué existimos. Entendimos que una visibilización “justa”, que permita mostrar con claridad y pertinencia quiénes somos y para qué existimos, sólo será posible si jerarquizamos la comunicación en todos los proyectos. En otras palabras, comprender que la comunicación es un proceso clave que nos permite poner en valor lo que hacemos, mostrando nuestro rol en la comunidad y hacia la sociedad.

En este último sentido, nos quedamos pensando en cómo construir “hacia adentro” con los valores de la ESS para organizar el trabajo ya que, como señaló un compañere: “No es la falla en el qué y cómo comunicar, sino en cómo nos comunicamos entre nosotros”.

También nos tomamos un tiempo para problematizar el contexto en el que se dan nuestras prácticas comunicacionales. Hablamos de la preeminencia de las redes sociales que obstaculizan la valoración de redes personales y los hechos comunicacionales genuinos. Fundamentalmente, a partir de la pos pandemia hemos notado significativas modificaciones en el vínculo. Todo esto nos lleva a pensar en las herramientas más adecuadas, en las tradicionales y las más modernas, pero dando lugar a la construcción colectiva de un límite a la luz de nuestros valores y de las características propias de cada comunidad. Por otro lado, la manera de conocer estas herramientas está atravesada por las instancias de formación o capacitación en el tema. Cuando nos preguntamos acerca de quién forma o capacita coincidimos en que lo hace el Estado, muchas veces de manera insuficiente mediante equipos universitarios. También se producen instancias de capacitación a través de los gremios “tapando huecos”, o de actores privados con un tratamiento “de mercado”, y a través de la educación en general (aludiendo a todos los niveles de la educación formal) con modos muchas veces distantes de las prácticas culturales en la que se insertan nuestras prácticas. Todo ello siempre en un marco de tensión material-económica, que termina dejando a la comunicación en un lugar secundario frente a la urgencia por los recursos y la sostenibilidad.

¿Qué hace falta entonces? Los aprendizajes sobre la transformación de los sentidos comunes los trajeron las propias prácticas: recuperar la autoestima de la comunidad y de les trabajadores (re) construyendo su identidad, ponien-

Necesitamos planificar para decidir cómo hacemos viable nuestra utopía colectiva, dar la disputa por el sentido común generando una visibilidad que se traduzca en formas de producción y consumo responsables, en nuevas y mejores políticas del Estado para este sector, en el fortalecimiento y trabajo articulado de nuestras prácticas de comunicación comunitaria que potencien la pluralidad de voces, las redes existentes y crear otras.

do en valor el territorio como construcción comunitaria y el trabajo que hacen a diario en él; disputar espacios (en los medios de comunicación, en la comercialización, con el Estado para el diseño de políticas públicas); visibilizar desde lo positivo, desde las cualidades y puesta en valor de lo que hacemos; construir, potenciar y fortalecer las redes de intercambio, de comunicación, producción y comercialización.

Todo esto supone una estrategia colectiva planificada; planificar nuestra comunicación desde distintos niveles: micro, meso y macro de forma articulada y sinérgica. Al interior de nuestras organizaciones y comunidades, entre organizaciones y con les actores con quienes necesitamos construir sentidos propios y articular estrategias, y entre redes de ESS y con el Estado. Necesitamos planificar para decidir cómo hacemos viable nuestra utopía colectiva, dar la disputa por el sentido común generando una visibilidad que se traduzca en formas de producción y consumo responsables, en nuevas y mejores políticas del Estado para este sec-

tor, en el fortalecimiento y trabajo articulado de nuestras prácticas de comunicación comunitaria que potencien la pluralidad de voces, las redes existentes y crear otras.

Porque si de algo salimos convencidos de este espacio, es que a diferencia de lo que dice el clásico de Saint Exupéry, lo esencial debe ser visible a los ojos.

BIBLIOGRAFÍA

Arancibia, I. Chavez Luna, L. y Maidana, D. (2020). *Malas prácticas. Desafíos teóricos, políticos y metodológicos para la presentación de experiencias de Economía Popular Solidaria*. Buenos Aires: UNGS.

Boronat Pont, V. y Fajn, G. (2023). "Tercer Congreso de la Red Universitaria de Economía Social y Solidaria". *Revista Idelcoop*, N° 240 (94-103). Disponible en: <https://www.idelcoop.org.ar/revista/240/tercer-congreso-red-universitaria-economia-social-y-solidaria>

Isaía Walter, Limas Mauro y Barrientos Manuel (2022). ¿Qué le puede aportar la comunicación a la economía social?. En Uranga, W. et. al. *Por una construcción colectiva. Comunicación para la organización y la construcción comunitaria*. Editorial Huvaiti.

UNICEN (5 de abril de 2023). Circular 1. III Congreso Nacional de Economía Social y Solidaria. "Construir otra economía para ampliar derechos y fortalecer la democracia". Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/1djQXEORlmPl4yQOj5QTuHnvbjXvY0MkO/view>

Uranga, W. (2022). "Comunicación, participación y economía social". En Uranga W. et al. *Por una construcción colectiva. Comunicación para la organización y la construcción comunitaria* (17-30). Editorial Huvaiti.
