

# Aprender HACIENDO

Suplemento de cosas prácticas - Año 22 N°182 - octubre/noviembre 2016

· OTRA FORMA DE PRODUCIR, DE DISTRIBUIR Y DE CONSUMIR ·

## COMUNICAR LO QUE HACEMOS Y PROPONEMOS

La Economía Social y Solidaria es una práctica que viene de lejos. En estos tiempos, tomó más fuerzas y empuje. Por eso, es necesario que se conozca en todos los rincones de nuestra patria esta experiencia solidaria, participativa y democrática.



**A** lo largo y ancho de nuestro país, diferentes sectores practican la Economía Social y Solidaria. Y como en toda práctica, ellos intercambian sus experiencias y pareceres. También crean espacios para discutir sus cuestiones y hacer propuestas. Así llegan a acuerdos donde todos los integrantes tienen el mismo nivel de participación. Y las decisiones se toman de forma democrática.

Por eso tienen importancia las experiencias de Economía Social y Solidaria. Y se las debe conocer en todos lados. Deben comunicarse a través de diferentes formas y medios. La comunicación es una herramienta de trabajo para motivar y participar asociativamente. De esta manera, se va demostrando que es posible otra economía.

Dice Gloria Morales, de Costa Rica: *“La Economía Social y Solidaria está en mi sangre, por lo que recuerdo de mi infancia y mis seres queridos, pero también por la herencia ancestral que tenemos y que podemos re-descubrir y alimentar en búsqueda de una vida más plena, más saludable y más feliz.”*

*Esta forma de hacer economía es una fuerza que se ha mantenido bastante invisible en el mundo. Sin embargo va tejiendo redes de solidaridad y creatividad con una fuerza muy esperanzadora junto a otros movimientos sociales”.*

Por eso, a esta otra forma de producir, de distribuir y de consumir hay que hacerla presente para que se la conozca muy bien en todas partes.

*Pero, ¡la Economía Social y Solidaria es mucho más que las ferias...!! Veamos estos datos:*  
*“Veintisiete mil cooperativas, 4 mil novecientas mutuales, 500 mil monotributistas sociales, más de 300 empresas recuperadas y autogestionadas por sus trabajadores, mil seiscientas organizaciones de microcrédito, 400 mil productores de la Agricultura Familiar que producen el 70 por ciento de los alimentos que consumimos, 600 ferias francas y/o de la Economía Social y Solidaria con su característico formato “del productor al consumidor”, 100 almacenes y mercados populares: esta es la Economía Social y Solidaria que, en nuestro país, representa más de un millón de puestos de trabajo aportando aproximadamente el 10 por ciento del PBI, Producto Bruto Interno.”*



*Necesitamos que todos conozcan, que valoren y que elijan esta forma de economía y de vida.*

*Y sí, como familia, como consumidores tenemos que ponernos de acuerdo y decidir qué queremos comprar, cómo queremos organizarnos y vivir. Por eso, cada vez más tenemos que estar en distintos espacios públicos, y comunicarlo.*



Estos datos fueron publicados por el diario Página 12, en octubre del 2015. En Argentina, la Economía Social y Solidaria representa un importante espacio de generación de trabajo y de producción de bienes y servicios para nuestra comunidad.

Es así. El desarrollo de la Economía Social y Solidaria en los últimos tiempos necesita ser mostrado.

*Sí, don Julio. Día a día vivimos la Economía Social y Solidaria en nuestro hacer diario. Lo hacemos en el modo como nos relacionamos entre compañeras y compañeros, con los consumidores, con los medios de comunicación, con el gobierno local y tantos otros que nos rodean.*



# De qué manera comunicar

## ✓ *A partir del propio trabajo:*

Se pueden comunicar al público en general diferentes aspectos de las experiencias de Economía Social y Solidaria. Por ejemplo, una Feria Franca de agricultores familiares presenta y promueve el fruto del trabajo compartido. Pero también, muestra que son productos sanos, sin agrotóxicos ni conservantes, producidos cuidando el ambiente. El trabajo se realiza en familia, donde no se explota a nadie. También se puede comunicar los sueños y las luchas que enfrentan estos grupos, por un mundo un poco más justo.

Los productos que se comercializan también comunican algo, son parte de la comunicación. En la feria se encuentran el productor y el consumidor, y allí se da la comunicación entre ambos. Lo que los productores muestran a los consumidores es la economía de una cultura y forma de vida diferente. El consumidor puede conocer de dónde vienen y cómo fueron elaborados los productos que va a comprar y consumir. Al conocerlos, podemos valorar mucho más las manos de las personas que elaboraron o crearon cada producto.



## ✓ *A partir de distintos medios:*

Los emprendedores y emprendedoras de la Economía Social y Solidaria, además, tienen más cosas que contar: Y aquí, bien vale apoyarse en diferentes medios para que el mensaje que quieren transmitir llegue de forma eficaz y ayude a decidir. Entre los medios gráficos podemos mencionar: **afiches, periódicos, boletines y revistas**. En cuanto a medios audiovisuales, los mensajes son más difundidos por la radio, sobre todo por las FM.

Respecto al medio radial, bien vale comentar que: la **Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual**, sancionada en octubre de 2009 y conocida como **Ley de Medios**, permitió a las organizaciones populares acceder a licencias y fondos para tener sus propios medios y frecuencias de medios comunitarios. Esto posibilitó a muchas organizaciones populares hacer conocer y expresar sus problemas, sus propuestas, proyectos y su experiencia como sectores socio-económicos en el marco de los valores de la Economía Social y Solidaria.



En algunos lugares, los grupos, las organizaciones de Economía Social y Solidaria hicieron conocer su experiencia a través de **televisoras comunitarias**.

## ✓ *A través de Internet:*

Están quienes también usan las posibilidades que ofrece **Internet**. Así, muchos se sumaron a las **redes sociales**. Esta estructura de Internet es capaz de comunicar entre sí a personas, organizaciones e instituciones. En este medio, los grupos y organizaciones se relacionan entre sí, de acuerdo a temas que les interesan. Unos emprendedores se comunican con otros emprendedores, ya sean productores de servicios, agricultores familiares, artesanos, de fábricas recuperadas, cooperativas u otros.

En esta red, el trabajo y la articulación de las organizaciones de la Economía Social y Solidaria y la comunicación popular, son muy importantes. La articulación construye y fortalece a esta economía y a la comunicación popular, a partir de su propuesta justa, solidaria e integradora.



*El trabajo en red permite reflejar experiencias productivas y de comercialización, y también, la producción de conocimiento.*

Los emprendedores más jóvenes tienen Facebook, y en muchos casos estas redes sociales están cargadas en los celulares.

También otras organizaciones cuentan con una **página web**. En ellas muestran las diferentes actividades, productos o servicios que brindan en su lugar o territorio.

# Algo más

Otra forma de comunicar las experiencias y propuestas es a través de:

✓ **Encuentros de intercambio y capacitación.** En estos encuentros se habla de las necesidades del ser humano, de la solidaridad; del valorar el conocimiento y saber de cada uno. Se promueven las relaciones de igualdad, de respeto, de justicia. Son una sincera búsqueda del bien común y de mejores condiciones de vida para todos.

✓ **Hacer circular toda información:** *“Esta es otra de las cosas que estamos mejorando. En cada contacto, en cada encuentro compartimos diferentes experiencias, nuevos conocimientos, distintas capacidades y habilidades, y eso es un gran valor que tenemos. Y no lo podemos guardar. Tenemos que hacerlo conocer a otros, fomentarlo, promoverlo a través de distintos medios, sobre todo con todos aquellos emprendedores que comparten los valores y realizan prácticas de la Economía Social y Solidaria”.*



✓ **La formación de espacios que unan:** ferias, redes, foros, u otros. Esto ayuda a fortalecerse como sector, a hacerse cada vez más fuertes y tener una clara presencia en el lugar, en otros parajes y otras zonas.

*Construyamos y hagámonos conocer nosotros mismos. No esperemos que lo hagan otros, que venga de arriba. Creo que este es el camino que tenemos que fortalecer nosotros.*



**FUENTES:**

- Experiencia de diferentes emprendedores.
- Comunicación y Economía Popular, Social y Solidaria /Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, 2014.
- Manual de Comunicación Comunitaria: Poder decir, poder hacer,
- Alfredo Esteban, Secretario Ejecutivo de la. Fundación Nuevos Surcos.
- Oscar Cena, técnico del Instituto de Cultura Popular.