

La comunicación para el desarrollo en REDEPS

Communication for development in REDEPS

Nicole Iturriaga Mantilla

FLACSO, Ecuador

nico.64nim@gmail.com

Recibido: 03/02/2021; Aceptado: 07/04/2021

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo analizar el rol de la comunicación en los procesos de producción de capital social al interior de la Red de Economía Popular y Solidaria de Calderón (REDEPS). La organización, ubicada en la parroquia rural de Calderón, está formada por 12 emprendimientos: entre cajas solidarias de ahorro y crédito, emprendimientos productivos y artesanales. Desde una perspectiva multidisciplinaria, retoma conceptos de la comunicación para el desarrollo, capital social y economía social y solidaria para presentar un estudio de caso. Utiliza una metodología cualitativa apoyada en la etnografía de la comunicación, cuya recolección de datos está guiada por una matriz de variables de análisis, que ha sido organizada en cuatro elementos constitutivos del capital social de la siguiente forma: relaciones sociales, prácticas, recursos y beneficios. El documento constituye una reflexión sobre el desarrollo, las formas cooperativas de organización y las prácticas comunicacionales que fortalecen y posibilitan la continuidad del proyecto económico social y solidario, que en Ecuador, ha tomado el nombre de Economía Popular y Solidaria. Finalmente, esta es una invitación a retomar el estudio de la comunicación como creadora de tejido social y eje principal para la implementación de modelos de desarrollo pensados desde la gente y no para la gente.

Palabras clave: Comunicación para el desarrollo; capital social; desarrollo; Economía Popular y Solidaria.

Abstract

The objective of this article is to analyze the role of communication in social capital production processes in the Calderón Popular and Solidarity Economy Network (REDEPS). The organization, located in the rural parish of Calderón, is made up of 12 enterprises: between solidarity savings and credit, productive and artisan enterprises. From a multidisciplinary perspective, it takes up concepts of communication for development, social capital and social and solidarity economy to present a case study. It uses a qualitative methodology supported by the ethnography of communication, whose data collection is guided by a matrix of analysis variables, which has been organized into four constitutive elements of social capital: social relations, practices, resources and benefits. The document is a reflection on development, cooperative forms of organization and communication practices that strengthen and enable the continuity of the economic, social and solidarity project, which in Ecuador, has taken the name of Popular and Solidarity Economy. Finally, this is an invitation to retake the study of communication as a creator of the social fabric and the main axis for the implementation of development models thought from the people and not for the people.

Keywords: Communication; social capital; development; Popular and Solidarity Economy.

Sumario

1. Introducción
2. Bases teóricas: Comunicación para el Desarrollo, Capital Social y EPS
3. Puentes analíticos: Metodología multidisciplinaria
4. Principales hallazgos: De la teoría a la práctica
 - 4.1. Relaciones sociales
 - 4.2. Prácticas
 - 4.3. Recursos
 - 4.4. Beneficios
5. Conclusiones

Summary

1. Introduction
2. Theoretical bases: Communication for Development, Social Capital and EPS
3. Analytical bridges: Multidisciplinary methodology
4. Main findings: From theory to practice
 - 4.1. Social relationships
 - 4.2. Practices
 - 4.3. Resources
 - 4.4. Benefits
5. Conclusions

1. INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país lleno de importantes posibilidades de desarrollo que, al igual que los demás países de América Latina, ha sido escenario de la aplicación de modelos de modernización e industrialización poco viables. A pesar de los múltiples intentos, los datos más actualizados de la Comisión Económica para América Latina y El Caribe establecen que los niveles de desigualdad siguen siendo preocupantes, pues en el año 2017 el coeficiente de desigualdad de Gini fue de 0.466, el 30.2% de la población de la región está en situación de pobreza y el 10.2% en situación de pobreza extrema.

Si bien no se ha logrado establecer un modelo de desarrollo que disminuya considerablemente los niveles de desigualdad social, estas condiciones han permitido la conformación de formas de organización menos tradicionales y de resistencia como, por ejemplo, el creciente sector de la Economía Social y Solidaria, que en el Ecuador legalmente ha tomado el nombre de Economía Popular y Solidaria (EPS) y dentro de esta se han establecido formas de Comunicación para el Desarrollo que merecen ser reconocidas y profundizadas.

En este sentido, este artículo parte de la necesidad de analizar el rol de la comunicación en los procesos de producción de capital social al interior de la Red de Economía Popular y Solidaria (en adelante REDEPS) ubicada en la parroquia de Calderón en la ciudad de Quito-Ecuador. Su tríptico de presentación establece que esta:

Es una organización que centra su trabajo en promover, ejecutar e incentivar actividades derivadas de la EPS, como una estrategia de desarrollo comunitario frente al modelo capitalista y como una oportunidad de fortalecer las organizaciones de base, orientadas a la búsqueda del Buen Vivir (REDEPS, s.f.).

En la actualidad, la REDEPS se conforma por 12 emprendimientos (9 asociativos y 3 familiares), que se dedican a diversas actividades económicas: cajas solidarias de ahorro y crédito, emprendimientos productivos y artesanales.

2. BASES TEÓRICAS: COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO, CAPITAL SOCIAL Y ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

América Latina se ha visto envuelta en complejos procesos socioeconómicos, con la finalidad de establecer un modelo para alcanzar el tan anhelado desarrollo. Desde los proyectos de modernización, pasando por la propuesta estructuralista de la CEPAL, hasta los importantes postulados de la teoría de la dependencia, la región ha sido objeto de diversos proyectos concebidos, principalmente, desde aquellos países denominados de primer mundo. Considerando que “toda concepción de desarrollo supone otra comunicativa y viceversa” (Alfaro, 2015, p. 11), la Comunicación para el Desarrollo ha pasado también por un proceso de cambios epistemológicos significativos.

En principio, la Comunicación para el Desarrollo, en concordancia con la visión lineal de las teorías de la modernización, era concebida como un proceso plano con inicio y fin (Gumucio-Dagrón, 2011). Se trataba más de un modelo vertical con pocos o un solo emisor, mensajes tecnicistas específicos, receptores pasivos y cuyo único fin era la introducción de innovaciones en el sistema social, haciendo uso de los medios masivos e impersonales de comunicación (Obregón, 2014). Exponentes como Rogers (1983), veían a la comunicación como una caja de herramientas que permitía la adopción de comportamientos propicios para la extensión agrícola.

Más adelante, a inicio de la década de 1960, la Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL) realizó una crítica a la corriente modernista y presentó una propuesta denominada Programa de Sustitución de Importaciones (Kay, 2007). Se dieron cuenta de que la agricultura no era la solución y la industrialización se erguía como principal estrategia de desarrollo. ¿Qué papel juega ahora la comunicación? Pues, lastimosamente, el mismo. Una comunicación un poco más flexible, más apegada a la realidad latinoamericana sí, pero seguía siendo una comunicación herramienta. Mientras en el paradigma modernista la cultura y las tradiciones eran una piedra en el zapato, la CEPAL consideraba que estos aspectos y la identificación de líderes de opinión motivaría el cambio del comportamiento individual (Gumucio-Dagrón y Tufte, 2008, p. 21). Estos dos proyectos de desarrollo buscaban equiparar los procesos de desarrollo de América Latina al de los países de primer mundo, pero dejaban de lado temas como la distribución de la riqueza y los niveles de desigualdad al interior de la región, fortaleciendo la dependencia y la visión de los países privilegiados sobre aquellos considerados de periferia (Reyes, 2001).

Posteriormente, tomando como base los postulados de la CEPAL, durante las décadas de 1970 y 1980, periodo que Beltrán denominó “El decenio de Fuego” (2005, p. 63), un grupo de investigadores sociales latinoamericanos realizó aportaciones y propuestas sólidas para salir de la situación de miseria en la que se encontraba la región, al denunciar la situación de dependencia con el exterior y considerar que al interior los niveles de desigualdad también eran preocupantes. Las

propuestas realizadas hicieron una crítica al modelo de difusión importado de Estados Unidos, al régimen mercantil y concentración de los medios de comunicación, a las agencias internacionales de noticias, a los desequilibrios en el acceso a la información y comunicación, y a la propia forma de concebir el rol de esta última (Torrico Villanueva, 2013).

Pasquali (1963, 1979), Freire (1970), Mattelart y Dorfman (1972), García Canclini (1983), Beltrán (2008), Díaz Bordenave (2008), Barbero (1996) y Alfaro (2008), son algunos de los exponentes de esta nueva visión de la Comunicación para el Desarrollo, en la que hablamos desde la resistencia, apelando a la participación. ¿Cuál era la propuesta de este nuevo paradigma? Si bien el fin era, en teoría, el mismo, establecer mecanismos de desarrollo para mejorar la calidad de vida de la población de América Latina, la forma de concebir el desarrollo y el rol de la comunicación era totalmente distinta. Pasamos de la imposición de un único modelo, a la posibilidad de que los propios actores sean quienes establezcan sus términos de desarrollo, de la medición cuantitativa de eficiencia a los procesos de desarrollo, de la inmediatez a la sostenibilidad del proyecto, del comportamiento individual al colectivo, de las necesidades globales a las necesidades de la comunidad y, sobre todo, de la difusión a la participación (Marí, 2011).

En este contexto, si trabajamos desde la colectividad, los procesos, la sostenibilidad, las necesidades comunitarias y la participación vale la pena analizar a la comunicación a través del concepto del capital social, cuya acumulación daría lugar a la acción colectiva. Respecto al capital social, varios son los intentos de teorización que se han llevado a cabo, especialmente, por el gran potencial interdisciplinario que lleva consigo este concepto. Desde la noción de capital propuesta por Bourdieu (2001) es necesario desligarlo de la premisa económica-capitalista del intercambio de mercancías y reconocer en el término capital una lógica distinta a la maximización de beneficios individuales o propios, para pasar al reconocimiento del capital en relación con su capacidad productora, creadora de valor y su posibilidad de acumulación.

Bourdieu en *Las formas del capital: capital económico, capital cultural y capital social* define a este último como “la totalidad de los recursos potenciales o actuales asociados a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizada de conocimiento y reconocimiento mutuos” (2001, p. 148). Conforme con dicho concepto, el capital social está formado por tres elementos: los beneficios materiales y simbólicos de la participación en redes (pertenencia), la necesidad de formalización de las redes (institucionalización) y la transformación (intercambio), pues el capital social “sólo puede existir sobre la base de relaciones de intercambio materiales y/o simbólicas” (Bourdieu, 2001, p. 149) y que necesariamente supone comunicación, pues es necesaria la interacción, el diálogo y la negociación de conceptos y valores.

El capital social es un conjunto de relaciones interpersonales formadas al interior de un grupo social que, fundamentadas en valores organizativos como la confianza, la solidaridad y la reciprocidad, dan paso a la acción colectiva. El capital social no debe ser reconocido como capital individual sino que, conforme con su naturaleza, se ubica dentro de los capitales de un grupo, organización o red. El capital social, como agenciador de acción colectiva, aporta elementos para la creación, sostenibilidad y fortalecimiento de iniciativas de desarrollo que, si bien podrían estar orientadas al mantenimiento de una visión eco-nómica-capitalista, también podría estar más apegado a la búsqueda de nuevas alternativas de un desarrollo más humano, como es el caso de la propuesta de la Economía Social y Solidaria.

La Economía Social y Solidaria ha sido pensada como una alternativa al modelo capitalista, que redefine las formas de organización y cuestiona los criterios de eficiencia y competitividad tradicionales (Coraggio, 2009, p. 29). Retomando los postulados tanto de la Economía Social y la

Economía Solidaria, la Economía Social y Solidaria disputa con el capitalismo lo que se considera económico y lo involucrado en el concepto de solidaridad. Coraggio propone mirar a la economía como la dinámica de reproducción de la vida humana y a la solidaridad como el reconocimiento del otro como ser natural, necesitado y con el interés de todos (2009). Dicha relación entre lo social y lo solidario permite, además, pensar en la posibilidad de una distribución equitativa, a través del concepto de comercio justo.

Esta otra economía resiste a la globalización capitalista y, a través de propuestas concretas (instituciones, emprendimientos, movimientos, etc.) y abstractas (solidaridad, cooperativismo, reciprocidad, etc.), pugna en la esfera pública alternativas económicas que superponen la vida al capital, como criterio de reinstitucionalización económica. La finalidad compartida entre Economía Social, Economía Solidaria y Economía Social y Solidaria es establecer un nuevo sistema económico más solidario, recíproco y cooperativo, siempre en búsqueda de un nuevo horizonte democrático y participativo. En el Ecuador, a partir del 2008 con la aprobación de la Constitución de la República vigente, este sector económico ha tomado el nombre de Economía Popular y Solidaria.

3. PUENTES ANALÍTICOS: METODOLOGÍA MULTIDISCIPLINARIA

La presente investigación considera como principal fundamento para el diseño metodológico el carácter multidisciplinario de las ciencias sociales, que permite la comunión de conceptos provenientes de diferentes áreas: el capital social entendido como catalizador de acción colectiva, la Comunicación para el Desarrollo como acción dialógica y la Economía Social y Solidaria que se posiciona como una alternativa para repensar las relaciones económicas y sociales.

La metodología de carácter cualitativo propuesta por esta investigación estuvo basada en la etnografía de la comunicación que da “cuenta de los procesos relacionados entre el habla y su uso, esto es, las clases de eventos comunicativos, los factores relevantes de dichos eventos y el rango de funciones dependientes de la interacción comunicativa” (Prado Ballester, 2007, p. 2). Es así que el enfoque de la etnografía de la comunicación permitió identificar dinámicas de intercambio, significación y representación al interior de la REDEPS.

Para el análisis, partimos de la sistematización de cuatro variables: relaciones sociales (formas de organización, líderes, participación según el género y participación según la edad), prácticas (objetivos, procesos solidarios de distribución del trabajo, procesos recíprocos de organización y transmisión de conocimiento, procesos cooperativos de toma de decisiones y resolución de problemas), recursos (identidad, pertenencia y formas institucionalizadas y no institucionalizadas de comunicación) y beneficios (acceso, diálogo y participación).

Es importante mencionar que previo al inicio del trabajo de campo, el 12 de marzo de 2020, el Gobierno de la República del Ecuador declaró la emergencia sanitaria y aislamiento social en todo el territorio nacional. Esto hizo que el proceso de recolección de datos se viera afectado, principalmente, por la imposibilidad de realizar un acompañamiento físico en las actividades económicas cotidianas de la organización. Posteriormente, se tomó la decisión de realizar un ajuste significativo a los instrumentos de recolección de datos que serían aplicados haciendo uso de aplicaciones tecnológicas como llamadas telefónicas, Zoom y videollamadas de Whatsapp, de la siguiente manera: observación participante de reuniones virtuales esporádicas (2), entrevistas individuales (6), entrevistas grupales (2) e historias de vida (2).

A continuación, se presentan los principales hallazgos respecto al rol de la comunicación, entendido como los procesos de “construcción de sentido y valor que los sujetos atribuyen a nociones como confianza, compromiso, reciprocidad, participación o comunión de identidad con la propia comunidad” (Vizer, 2006, p. 313).

4. PRINCIPALES HALLAZGOS: DE LA TEORÍA LA PRÁCTICA

4.1 Relaciones Sociales

La organización, objeto de estudio, ha establecido modos de cooperación donde sus líderes toman un papel protagónico, desde una visión solidaria, equitativa y participativa. Podríamos decir que la presencia de líderes dota a la organización de características verticales; sin embargo, a saber de las opiniones de sus miembros esta figura está más encaminada hacia la coordinación de actividades que a la creación de un sistema representativo vertical de toma de decisiones. Por ejemplo, Elsa, integrante del emprendimiento de catering, durante el relato de su historia de vida mencionó que, a lo largo del proyecto de alimentación para la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), ellos siempre tuvieron una coordinadora en quien depositaban toda su confianza para sacar adelante el proyecto: “nosotros siempre hemos tenido una coordinadora, que la coordinadora nos distribuía el trabajo a todas, ajá, nos distribuía, la coordinadora nos distribuía el trabajo para poder emprender entre todas”.

Estos actores, que han sido electos de manera democrática y cuyo nombramiento rota periódicamente entre todos los integrantes, han sido dotados de una posibilidad de comunicación significativa, pues las opiniones y preocupaciones de los demás integrantes del emprendimiento y de la Red son personificadas en esta figura. Los líderes recogen las representaciones sociales creadas a través de la interacción comunicacional al interior de sus emprendimientos, para ponerlas a consideración de sus pares en las reuniones realizadas entre los dirigentes de la REDEPS, información que es utilizada para la toma de decisiones.

Un ejemplo de esto fue la introducción realizada por la señora Yolanda en la reunión realizada el 27 de julio de 2020, con la finalidad de presentar una propuesta de apoyo económico emergente, frente a la crisis económica y social desatada por la pandemia del Covid 19. Durante este periodo, los socios de la REDEPS se vieron obligados a pausar casi totalmente su trabajo, lo que provocó que su economía y calidad de vida se viera afectada; en respuesta a esto, se presentó la siguiente propuesta: “se pone en consideración a la Asamblea: Pagar los saldos adeudados a todas las organizaciones que aportaron con recursos para el emprendimiento de servicios de comida saludable, almuerzos, para los funcionarios de la Secretaría Nacional de Planificación – SENPLADES”.

En cuanto a las formas de organización que se han creado en el sector de la Economía Popular y Solidaria no se pueden ver de forma ya sea exclusivamente vertical, o bien horizontal; sus prácticas organizativas no se dan de manera polarizada, sino más bien están entre estas dos opciones, pues si bien hay líderes de los emprendimientos y de la REDEPS como tal, sus mecanismos de participación hacen de esta una forma mixta.

Es importante también reconocer las relaciones de género al interior de la REDEPS de Economía Popular y Solidaria de Calderón; podemos decir que han sido establecidas de manera equitativa, es decir, tanto hombres como mujeres tienen posibilidad de participación y además se reconoce a

este como un espacio de resistencia y lucha de género. Las mujeres de este grupo han encontrado en la Economía Popular y Solidaria una forma de inclusión social y económica, que se adapta a su cotidianidad y mejora su calidad de vida. Muchas de las mujeres que forman parte de este sector han podido salir de situaciones de violencia, como es el caso de Elsa, mujer afroecuatoriana e integrante del emprendimiento de catering, quien respecto a los momentos más difíciles de su vida mencionó:

O sea se podría decir mi niñez que no fue una niñez, o sea, linda porque (...) estuve tratada mal, como decir, y ya pues eso es mi impulso para salir adelante y demostrar que yo puedo, o sea estar bien con otras personas teniendo este emprendimiento y para mi familia también.

A través de sus relatos, las integrantes de la REDEPS dan cuenta de las representaciones de género que se han formado dentro de la organización. La equidad entre hombres y mujeres es una práctica recurrente entre los integrantes de la organización, a pesar de que prevalece la presencia de las mujeres como principales miembros.

Finalmente, esta forma de organización horizontal que rige las relaciones sociales al interior de la Red de Economía Popular y Solidaria de Calderón también se ve materializada en las interacciones entre compañeros de diferentes generaciones. Dentro de la REDEPS confluye la experiencia de las personas adultas mayores y la vivacidad de los más pequeños, pues la integrante de mayor edad tiene 70 años y el niño de menor edad apenas 5 años.

4.2 Prácticas

El discurso oral y escrito de la organización permite reconocer el rasgo más importante de su acción colectiva, pues sus integrantes buscan crear una estrategia de desarrollo sostenible a largo plazo que les permita mejorar su calidad de vida más que la acumulación de capital. Así por ejemplo, la organización establece que su objetivo es promover, apoyar y crear formas de organización derivadas de la EPS, como una forma de establecer estrategias de desarrollo comunitario orientadas al Buen Vivir en contraposición con el modelo capitalista (REDEPS, s.f.).

Los integrantes de la REDEPS han creado representaciones en torno a la Economía Popular y Solidaria en contraposición a la economía tradicional-capitalista. Esto no solamente ha sido establecido dentro del tríptico, sino que además lo mencionan recurrentemente a través de frases como: “nosotros no trabajamos por el capital sino por el ser humano” o “la Economía Popular y Solidaria es una economía más cálida, la diferencia de la economía del capitalismo que es una, digamos algo más frío”. A través de la comparación, esta organización ha establecido que su objetivo es el desarrollo integral, donde el ser humano es más importante que el dinero o la acumulación de este. Este objetivo claro e interiorizado por sus integrantes es lo que le permite a la organización mantenerse en pie y seguir buscando actividades económicas asociativas con características más complejas, pero más enriquecedoras que las encaminadas a la acumulación de capital.

Un objetivo claro permite materializar, en su cotidianidad, formas de distribución de trabajo que consideran la realidad de sus compañeros y mecanismos de financiamiento acordes a sus posibilidades de pago. La tolerancia dentro de la organización es un signo de como la Comunicación para el Desarrollo se pone en práctica en esta alternativa económica. La interacción constante entre sus miembros hace que cada integrante reconozca en la realidad de otros aspectos similares a la suya y que, por tanto, se fortalezcan los lazos de cooperación.

Así mismo, la comunicación permite desarrollar prácticas económicas productivas consensuadas mediante el diálogo. A través de su principal canal de comunicación, las asambleas, los socios intercambian opiniones respecto a la distribución del trabajo, socializan las actividades a realizar y cada persona en relación con su capacidad y conocimiento se hace responsable de una parte del trabajo. La comunicación dialógica y participativa permite que cada socio se comprometa con su labor conociendo sus limitaciones materiales y de tiempo. Es decir, por un lado, la distribución del trabajo es una negociación entre socios, donde la comunicación permite unir fuerzas para sacar adelante un proyecto o un contrato y, por otro lado, la puesta en práctica del capital social que les permite confiar en el trabajo de sus compañeros como si fuera su propio trabajo.

Dentro de la organización se tejen relaciones sociales y económicas basadas en la premisa de ganar-ganar (reciprocidad) como principio integrador. La reciprocidad no solamente se pone en juego a través del trabajo justamente remunerado, sino que funciona más allá del ámbito económico, bajo la lógica del don propuesta por Marcel Mauss (2007). El trueque, por ejemplo, permite a los integrantes del grupo solventar necesidades básicas como alimentación y vestimenta. Al respecto, María mencionó: “la otra persona no tiene dinero, entonces nosotros le damos a lo que cuesta lo que nosotros tenemos, que no me habré comprado yo así, lo que si hubiera sido con dinero no hubiera tenido”.

Más allá del intercambio monetario, dichas prácticas de reciprocidad fortalecen su razón de ser, la búsqueda del bien común y las redes de acción colectiva, como parte de un tejido social que es previo y posterior a su actividad económica y donde, además, se reproducen modos específicos de diálogos, conversación, negociación, comunicación comunitaria y popular. La comunicación ha permitido que cada miembro se convierta en participante y no en receptor. Frases como “qué tienes tú que me pueda servir y qué tengo yo que te pueda dar” son formas de nombrar a la comunicación horizontal y equitativa que se ponen en práctica en la organización.

La unión de esfuerzos es lo que posibilita que la Red de Economía Popular y Solidaria de Calderón sea un espacio de trabajo mancomunado en el que cada persona encuentre una alternativa de vida más justa y equitativa. En este sentido, los socios han establecido dinámicas de cooperación en los siguientes ámbitos: capitalización, trabajo, negociación y resolución de problemas.

4.3 Recursos (identidad y pertenencia)

La posibilidad de establecer un modelo de desarrollo sustentable y sostenible está en reconocer en las personas la capacidad de proponer un modelo conforme con sus necesidades, y donde la comunicación se instaura como principal mecanismo de cambio social. La comunicación no sólo hace referencia a los medios masivos, sino que, como ya se mencionó anteriormente, corresponde a los procesos de creación de valor y sentido que los sujetos de desarrollo puedan asignar a sus acciones. Crear un proyecto es, necesariamente, trabajar sobre representaciones sociales a través de la interacción. No basta con ser invitado, sino que es necesario ser parte del desarrollo, crear un sentido de pertenencia.

En la REDEPS este sentido de pertenencia ha sido trabajado conscientemente por sus integrantes. Los miembros de la organización no son personas que se han juntado para trabajar en relación de dependencia, sino que son socios con un capital económico y de trabajo compartido, conforme con los principios asociativos del sector de la Economía Social y Solidaria. Su sentido

de pertenencia está ligado principalmente a dos variables: capital material (ahorros) y capital simbólico (características socioculturales), que da origen a su actividad económica.

Definir puntos de encuentro y sentirse parte de su propio desarrollo depende principalmente de la comunicación y del uso que hagan de esta los miembros de la organización y sus líderes. Conscientes de la necesidad de interacción, los miembros de la Red de Economía Popular y Solidaria de Calderón han establecido formas interpersonales de comunicación de dos tipos: formales (asambleas) e informales (Whatsapp). Estas son espacios creados por los miembros, con la finalidad de mantener y fortalecer sus relaciones sociales y cooperativas.

Las asambleas son la única forma institucionalizada de comunicación de la Red de Economía Popular y Solidaria de Calderón. Estos son espacios de acceso, diálogo y participación que la organización ha establecido en atención a sus principios. Por un lado, en las asambleas periódicas de coordinación de actividades se presenta, como punto principal, la rendición de cuentas por parte de la directiva a cargo. Esto da cuenta de la importancia que le ha asignado la organización a la transparencia de información y a la posibilidad de que todos sus integrantes estén informados sobre la situación económica de sus emprendimientos.

Por otro lado, las asambleas se han instaurado como un espacio de diálogo para la identificación de problemas y la proposición de soluciones a los inconvenientes que se presentan día a día en el trabajo. Por consiguiente, se mantiene en cada reunión una premisa de participación en la que todos los integrantes pueden hacer uso de la palabra, expresar sus inquietudes, aportar ideas e incluso gestionar nuevos proyectos.

La comunicación juega un papel importante en el establecimiento de nuevas formas de coordinación de actividades, cuyo principal objetivo es la asociatividad. En estos espacios se hacen evidentes los mecanismos de participación y democratización de la palabra que han sido establecidos por la REDEPS. La comunicación participativa y dialógica debe encontrar momentos en los que pueda llevarse a cabo la acción de comunicar; por lo tanto, se resalta a las asambleas como principal espacio de comunicación, pues sin la institucionalización de este espacio muchos de los aspectos organizativos mencionados anteriormente no podrían tener lugar.

Fuera de las asambleas, los integrantes mantienen cierto tipo de comunicación un poco más continua y espontánea, pero de igual importancia que las formas institucionalizadas de comunicación. Tanto la REDEPS como los emprendimientos que la conforman han creado grupos de Whatsapp, a través de los cuales se comunican frecuentemente. Si bien esta investigación se centra en los mecanismos de comunicación interpersonales y, sobre todo, en la comunicación cara a cara, estas nuevas herramientas tecnológicas utilizadas por la organización merecen ser reconocidas como espacios de diálogo. Se han establecido procesos de apropiación tecnológica por parte de los integrantes de la REDEPS, para amplificar el alcance de sus relaciones sociales interpersonales e incluso aumentando la posibilidad de crear redes de comercio justo.

4.4 Beneficios (Acceso vs. Participación)

El postulado más importante del paradigma de la Comunicación para el Desarrollo es la participación. Pasar de comunicación en el desarrollo a Comunicación para el Desarrollo depende, en gran medida, de la capacidad que tenga el grupo de crear mecanismos de democratización de la palabra, haciendo que sus integrantes tengan la misma posibilidad de recibir y de emitir mensajes en condiciones equitativas. Sin la posibilidad de emitir mensajes, el proceso de desarrollo

estaría en manos de una minoría y su paradigma social y solidario no podría materializarse, pues la comunicación participativa es lo que permite crear mecanismos de cooperación y acción colectiva, que sobrepongan el trabajo al capital.

La REDEPS ha establecido mecanismos de acceso a la información para todos sus socios, especialmente a aquella ligada con la rendición de cuentas. Esta premisa de acceso a la información está íntimamente relacionada con uno de los principios del sector de la Economía Popular y Solidaria, que es la transparencia. Todas las asambleas inician con la rendición de cuentas por parte de la directiva a cargo dentro de cada emprendimiento como en el caso de la reunión realizada por la Asociación Textil para el Bien Vivir (ASOTEXVIR), organización que forma parte de la REDEPS, el 19 de mayo de 2020, o la que se llevó a cabo entre los dirigentes de varios emprendimientos el 24 de julio del mismo año.

El acceso a la información no es suficiente (Hornik, 2008), es necesario el diálogo -la interacción- para que la información apoye los procesos de creación de sentido y valor para los sujetos de desarrollo. En este sentido, la Red de Economía Popular y Solidaria de Calderón ha establecido espacios de diálogo, donde la comunicación juega un papel importante en las asambleas. Estos espacios de comunicación, como formas institucionalizadas de comunicación, aseguran el acceso a la información y se han convertido en momentos donde los miembros de la organización llevan a cabo procesos de intercambio dialógico entre los integrantes, así surgen preguntas, aclaraciones, dudas y rectificaciones.

El diálogo, como práctica habitual, ha permitido que la organización sobreponga “el valor organizativo de la comunicación, en lugar de su valor informativo” (Hornik, 2008, p. 568). Estos procesos de intercambio comunicacional clarifican los procesos organizativos, especialmente en lo referente a la distribución del trabajo y la justa remuneración. Esta es una negociación que permite que cada uno de los integrantes establezca los parámetros para la realización de su propio trabajo, horarios, responsabilidades y remuneración.

Cada uno de los emprendimientos que forman parte de la organización realiza un proceso de socialización, negociación y toma de decisiones, cada vez que se les ha sido adjudicado un contrato. Yolanda mencionó:

Entonces por eso nosotros nos hemos pagado. [...] Socializamos cómo pagarnos o cómo, o sea a nadie se presiona, cada quien trabaja a su ritmo de trabajo, si yo soy más lentita y hago más lento las cosas, por lo que yo trabajo es lo que voy a ganar.

Este testimonio da cuenta de cómo a través del diálogo y la participación se permite la realización de un trabajo asociativo. Asimismo, es importante mencionar que en muchas de las ocasiones la participación permite establecer formas de trabajo cooperativo justas y equitativas, no solamente en relación con su actividad, sino que también se negocian los valores que serán pagados a cada miembro. A través de la comunicación participativa se establecen compromisos, que permiten llevar a cabo proyectos económicos basados siempre en la premisa del trabajo sobre el capital, pues el discurso de la organización evidencia que más allá de asignarle un valor monetario a las actividades lo que negocian sus integrantes es su tiempo, sus habilidades y su conocimiento.

5. CONCLUSIONES

En el establecimiento de una fórmula para el desarrollo, muchos han sido los intentos y, por lo tanto, muchos los fracasos; pero ¿qué es el desarrollo?, ¿dónde está?, ¿hacia dónde va?, ¿para quién? y ¿con quién? Posiblemente estas son las preguntas que a diario se hacen aquellos quienes crean, analizan y aplican las políticas nacionales e internacionales de desarrollo. Tras la reflexión realizada a lo largo de esta investigación, podemos decir que quizás estas preguntas son muy superficiales al momento de analizar los proyectos de desarrollo que día a día construyen aquellas personas que forman el sector de la Economía Popular y Solidaria en el Ecuador.

En la Red de Economía Popular y Solidaria de Calderón se han creado procesos de producción y reproducción de formas de trabajo justo, basados en un modelo de comunicación horizontal donde cada miembro encuentra la posibilidad de establecer los términos de su propio desarrollo. Los procesos organizativos que guían su accionar están encaminados a la búsqueda de una alternativa que les permita crear lazos cooperativos con sus pares, así como extender las barreras de su propio bienestar para aportar al de sus compañeros. La REDEPS ha delimitado las reglas de funcionamiento de una organización con características horizontales, donde los líderes, haciendo uso de modos de comunicación horizontal y participativa, cumplen el rol de coordinadores y no de mandatarios, de representantes y no de únicos tomadores de decisiones, de negociadores y no de impositores, de propositores de acción colectiva y no de jefes.

La comunicación intersubjetiva cara a cara ha permitido la producción, reproducción y acumulación de capital social que da origen a representaciones y valores sociales como la solidaridad, la reciprocidad y la cooperatividad. Estos principios sociales que guían su actividad económica posibilitan el establecimiento de un modelo de desarrollo económico equitativo, participativo y acorde con su realidad. En el discurso de los integrantes de la organización, podemos reconocer que el objetivo principal de su acción colectiva es crear una estrategia de desarrollo sostenible a largo plazo que les permita mejorar su calidad de vida y no la acumulación de capital. Su propuesta está encaminada al proceso y no al producto, a la construcción diaria de un proyecto de vida, que mucho tiene que ver con la importancia que la organización le da a la participación, es decir, trabajan mancomunadamente a pasos pequeños para lograr el bienestar común.

La creación de espacios de diálogo y negociación donde se tejen redes de intercambio material y simbólico que se fortalecen día a día, y que permiten que la solidaridad se materialice en aspectos como la distribución equitativa del trabajo, de acuerdo con la situación de cada integrante, su tiempo y su familia. Así mismo, la comunicación permite poner en práctica el principio de solidaridad, pues a través de esta los socios entienden y comparten la realidad de sus compañeros y, finalmente, la comunicación hace que la solidaridad encuentre espacios de aplicación más amplios a las fronteras de la REDEPS, como en la inclusión de vecinos en sus proyectos.

La comunicación ha permitido que cada miembro se convierta en participante y no en receptor. El intercambio refuerza también la comunicación cara a cara, como principal subsistema de comunicación al interior de la REDEPS, ya que esta organización materializa, a través de sus prácticas, una real bidireccionalidad de la comunicación, no se trata de una retroalimentación que da una falsa idea de participación al receptor, sino de intercambios cargados de sentidos que dan valor a su trabajo. Es así como los miembros de la organización cuestionan las representaciones sociales establecidas por la lógica del capital, revalorizando conceptos como el dinero y el trabajo.

La posibilidad de establecer un modelo de desarrollo sustentable y sostenible está en reconocer en las personas la capacidad de que sean ellos quienes propongan un modelo conforme con sus necesidades y es aquí donde la comunicación se instaure como principal mecanismo de cambio social. Crear un proyecto es, necesariamente, trabajar sobre representaciones sociales a través de la interacción. No basta con ser invitado, sino que es necesario ser parte del desarrollo, es necesario establecer los términos de su propio desarrollo y reconocer a la comunicación como eje creador de tejido social, como mecanismo creador de capital social dejando de lado esa visión limitada y errónea de que la comunicación es una herramienta para la imposición de fórmulas y recetas de desarrollo, que no darán el resultado esperado, porque han sido establecidas para la gente y no desde la gente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfaro, R. (2015). *Una comunicación para otro desarrollo*. Calandría Asociación de Comunicadores Sociales.
- Alfaro, R. (2008). Comunicación, flexibilidad y articulación. En Gumucio-Dagrón, A. y Tufte, T. (eds.). *Antología de comunicación para el cambio social* (pp. 837- 841). Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.
- Barbero, J.M. (1996). Comunicación: el descentramiento de la modernidad. *Revista Anàlisi*, (19), 79-94. <http://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n19/02112175n19p79.pdf>.
- Beltrán, R. (2005, 12-16 de julio). *La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo* [comunicación]. III Congreso Panamericano de Comunicación, Buenos Aires, Argentina. <https://red.pucp.edu.pe/ridei/files/2011/08/160310.pdf>
- Beltrán, R. (2008). Desarrollo rural y comunicación social: relaciones y estrategias. En Gumucio-Dagrón, A. y Tufte, T. (eds.). *Antología de comunicación para el cambio social* (pp. 145-158). Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.
- Bourdieu, P. (2001). *Poder, Derecho y Clases Sociales*. Editorial Desclée de Brouwer.
- Coraggio, J. L. (2009). *Los caminos de la economía social y solidaria: presentación del dossier. Íconos*. *Revista de Ciencias Sociales*, (33), 29-38. <https://doi.org/10.17141/iconos.33.2009.314>.
- Díaz Bordenave, J. (2008). *La comunicación para el desarrollo*. En Gumucio-Dagrón, A. y Tufte, T. (eds.). *Antología de comunicación para el cambio social* (pp. 746-747). Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.
- Freire, P. (1970). *La pedagogía del opimido*. Siglo XXI editores.
- García Canclini, N. (1983). Las Políticas Culturales en América Latina. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 0(7), 18 - 26. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i7.1734>
- Gumucio-Dagrón, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento*, XXX(58), 26-39. <https://www.redalyc.org/pdf/860/86020038002.pdf>.
- Gumucio-Dagrón, A. y Tufte, T. (2008). Raíces e importancia. Introducción a la Antología de la Comunicación para el Cambio Social. En Gumucio-Dagrón, A. y Tufte, T. (eds.). *Antología de comunicación para el cambio social* (pp. 16- 47). Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.
- Hornik, R. (2008). Por qué la comunicación para el desarrollo rara vez funciona. En Gumucio-Dagrón, A. y Tufte, T. (eds.). *Antología de comunicación para el cambio social* (pp. 565- 576). Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.
- Kay, C. (2007). Pobreza rural en América Latina: teorías y estrategias de desarrollo. *Revista Mexicana de Sociología*, 69(1), 69-108. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032007000100003&lng=es&tlng=es.

- Mari, V. (2011). *Comunicar para transformar, transformar para comunicar*. Editorial Popular.
- Mattelart, A. y Dorfman, A. (1972). *Para leer al Pato Donald comunicación de masas y colonialismo*. Siglo XXI Editores.
- Mauss, M. (2007). *Ensayo sobre el Don: Forma y Función del Intercambio en las Sociedades Arcaicas*. Katz Editores.
- Obregón, R. (2014). *Comunicación, desarrollo y cambio social*. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Pasquali, A. (1963). *Comunicación y cultura de masas*. Monte Ávila Editores.
- Pasquali, A. (1979). *Comprender la comunicación*. Monte Ávila Editores.
- Prado Ballester, C. (2007). *La etnografía de la comunicación. Un modelo olvidado. VI Congreso Chileno de Antropología*, Universidad Austral de Chile. <https://www.academica.org/vi.congreso.chileno.de.antr opologia/140>.
- Reyes, G. E. (2001). Principales teorías sobre el desarrollo económico y social y su aplicación en América Latina y el Caribe. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, (4). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18100408>.
- Rogers, E. (1983). *Diffusion of Innovations*. The Free Press.
- Torrico Villanueva, E. R. (2013). Una comunicación para salir del desarrollo. *Quórum Académico*, 10(2), 263-276. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199028788005>.
- Vizer, E. (2006). *La trama (in)visible de la vida social*. La Crujía.

NOTAS

Nicole Iturriaga Mantilla es becaria y maestrante en Comunicación y Opinión Pública (FLACSO Ecuador). Licenciada en Comunicación con mención en Comunicación Organizacional, Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE).
Contacto: nico.64nim@gmail.com