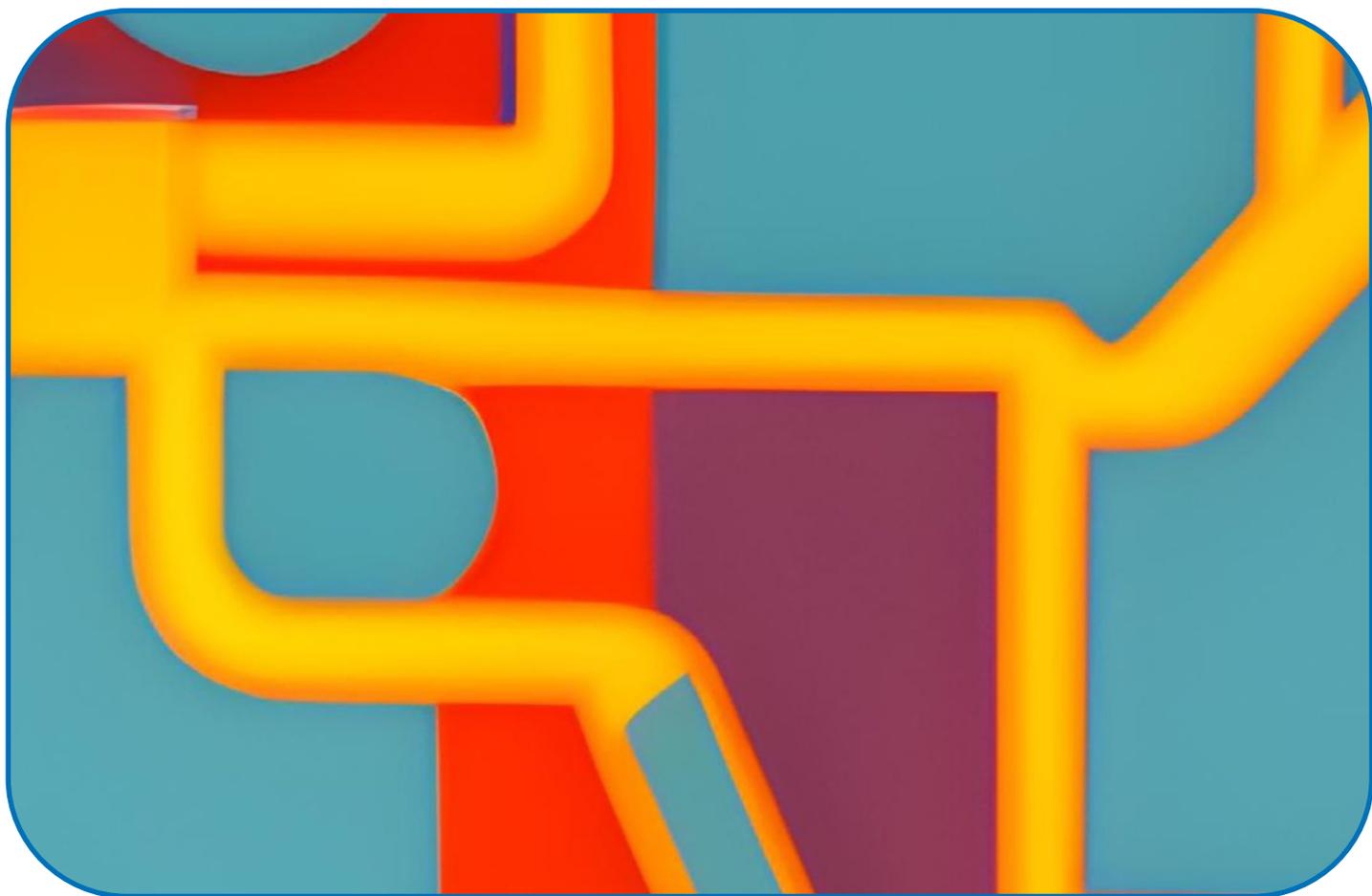


Taller de Prácticas e intervenciones en las organizaciones



Economía Social de las Organizaciones

Taller de Prácticas e intervenciones en las organizaciones. Economía Social de las Organizaciones

Cuaderno de estudios

Gálvez, Eduardo Alegre
Taller de prácticas e intervenciones en las organizaciones : cuaderno de cátedra de bolsillo / Eduardo Alegre Gálvez. - 1a ed - La Plata : Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, 2023.
Libro digital, PDF
Archivo Digital: descarga y online
ISBN 978-950-34-2278-6
1. Economía. 2. Comunicación. 3. Planificación. I. Título.
CDD 330

Editorial de Periodismo y Comunicación
Diag. 113 N° 291 | La Plata 1900 | Buenos Aires | Argentina
+54 221 422 3770 Interno 159
editorial@perio.unlp.edu.ar | www.perio.unlp.edu.ar
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata

Diseño y maquetación
Franco Dall'Oste



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

AUTORIDADES

Decana

Ayelen Sidun

Vicedecano

Carlos Ciappina

Jefa de Gabinete

Antonela Zaffora

Secretaria de Decanato

Gisela Sasso

Secretario de Asuntos Académicos

Martín González Frígoli

Secretario de Investigaciones Científicas

Leonardo González

Secretaria de Posgrado

María Elisa Ghea

Secretario de Extensión

Ezequiel Bustos

Secretario Administrativo

Federico Varela

Secretario de Finanzas

Facundo Ochoa

Secretario de Derechos Humanos

Jorge Jaunarena

Secretaria de Género

Gabriela Chaparro

Secretario de Producción y Vinculación Tecnológica

Pablo Miguel Blesa

Director de la Editorial

Ulises Cremonte

ÍNDICE

Planificar para la esperanza· una exploración comunicacional	8
1. CONTEXTO	11
Perspectiva holística	12
Epistemología de la Economía	13
Ideología	13
2. MIRADA ECONÓMICA	15
Nuevas economías	16
3. MATERIALIDADES	19
Aspectos jurídico-normativos	20
Aspectos tecnológicos	21
4. PRESUPUESTO	23
BIBLIOGRAFÍA	26

Planificar para la esperanza: una exploración comunicacional

Por Eduardo Alegre Gálvez

Este libro condensa reflexiones producidas en el “Taller de prácticas e intervenciones en las organizaciones. Economía Social de las Organizaciones” del Ciclo Superior de la Licenciatura en Comunicación Social con orientación en Planificación Comunicacional de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP.

Retoma, también, las investigaciones de la cátedra “Administración y gestión financiera de proyectos comunicacionales” del plan de estudios de la misma licenciatura entre 1998 y 2015 y del Seminario “Paradigmas económicos y proyectos de transformación” de la Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales, PLANGESCO, de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP.

En estas páginas encontrarán una perspectiva para la formulación de proyectos comunicacionales a través de un diálogo entre la dimensión económica de las organizaciones y los debates sobre modelos políticos, sociales y culturales actuales.

Cuando debatimos sobre planificar desde lo popular estamos siempre interpelando la economía capitalista para desnaturalizar sus tramas de saber/poder, focalizándonos en mapas interpretativos emergentes, que se consolidan a través de tantas voces personales e instituciones. Asumimos el renovado desafío de anclar la mirada económica al territorio, a sus prácticas, a su memoria, a sus necesidades, pensando siempre en la gente, visión que la ortodoxia económica históricamente ha intentado silenciar.

Concebimos el proceso de planificación–gestión como un desarrollo vivo que se encuentra sujeto a cambios, contingencias, crisis, imprevistos, eventualidades, reformulaciones. Es decir, en el siglo XXI se planifica, más que nunca, desde el caos y la incertidumbre, complejamente relacionados y conectados a escala global, pero situándonos en territorios históricos concretos. Se planifica y gestiona desde la resistencia, desde las luchas por la emancipación. Se planifica desde la esperanza.

En síntesis, con este breve texto y desplegando perspectivas epistemológicas, teóricas y metodológicas buscamos habilitar un camino en sintonía con los debates actuales sobre planificación y gestión en las organizaciones.

1. CONTEXTO

Perspectiva holística

Quemos compartir esta perspectiva metodológica respecto a la formalización de un proyecto comunicacional. Se trata de implementar una visión holística para sostener el diagnóstico, justo cuando empezamos a estructurar la planificación. Es allí precisamente que desplegamos esta mirada. ¿Qué significa esto? Que analizamos a la totalidad en relación con cada una de las partes que van a involucrarse en el trabajo. Las articulamos. Vemos y tejemos relaciones, tramas y argumentos. Pensamos en forma comunicacional. Nos detenemos en el detalle de cada tema pero en función de la unicidad buscada pensando siempre en el diálogo a través de las luchas en la construcción del sentido. Esta configuración holística explora el vínculo entre cuestiones económico financieras, administrativas, normativas, técnicas y tecnológicas, sociales, comunicacionales y culturales y resulta ser muy útil para poner en diálogo desde el principio al presupuesto con todo el proyecto. (Alegre Gálvez, 2023)

Esta perspectiva se inscribe en los debates y revisiones sobre la Planificación Estratégica. Somos conscientes de la relación dialógica que existe entre teoría y práctica considerando a la primera como un dispositivo de la segunda. Buscamos desde un primer momento reconocer las implicancias económico-financieras inherentes a la elaboración de todo proyecto comunicacional.

Al idear un proyecto podemos relacionar cuatro ejes diferenciados: el primero, que denominamos "Contextual", ancla la epistemología a las perspectivas que nos permiten reconocer miradas y puntos de vista ideológicos respecto de nuestras prácticas e intervenciones en las organizaciones. El segundo se focaliza en la configuración de la "Mirada Económica". El tercero es el de "Materialidades", que incluye diversos aspectos técnicos, tecnológicos, jurídicos y normativos que tenemos que resolver en la producción del proyecto. Esto incluye las condiciones en que se inscribe el proyecto, especialmente, el territorio, las personas, grupos e instituciones involucrados. Por eso este eje implica también la lectura y especificación de esas condiciones desde las alianzas estratégicas para llevar a cabo el proyecto. El cuarto eje es el del "Presupuesto" centrado en ciertos saberes y competencias como son las nociones de: mercado, oferta, demanda, costos directos, indirectos, fijos y variables, punto de equilibrio y de recuperación, financiamiento, tasa de interés, etc.

Epistemología de la Economía

Señalamos que el desarrollo de la Epistemología de la Economía atraviesa los crecientes desafíos de las sociedades contemporáneas en el marco de las luchas por alcanzar no solo la equidad distributiva sino la ampliación de horizontes emancipatorios de interpretación. La supuesta unicidad de criterio esgrimida por la Economía Clásica, tan ligada al capitalismo, ya fue interpelada por Karl Marx hace más de 150 años y fue desafiada por la planificación económica comunista durante buena parte del siglo XX. Desde hace 30 años transita el llamado "giro político para la Epistemología" al interrogarse sobre el rol del Estado junto a la sociedad civil, de la que forma parte el propio mercado, en las dinámicas de generación de derechos y de administración y asignación de los recursos para la validación de un modelo político y económico sustentable e inclusivo. Está en el centro del debate la "racionalidad económica" ya que hace mucho dejó de garantizar lo que su propia definición sostiene, es decir satisfacer las necesidades de la sociedad. Podemos afirmar que la Economía dominante se ha convertido, en realidad siempre fue pensada de ese modo, en un brazo analítico y de acción disciplinante del propio capitalismo. Es un saber diseñado a imagen y semejanza de las necesidades de los poderes hegemónicos supremacistas centrados en la concentración de la riqueza y más en la especulación que en la producción. Contra estas prácticas se han constituido "nuevas economías" a través de rupturas y configuraciones éticas, racionales y organizativas alternativas. Los caminos emergentes nos llevan a desnaturalizar las miradas dominantes y a reformular tanto los límites de la dimensión económica de los proyectos de comunicación en las organizaciones como el propio campo, sus nociones y objetos de estudio. Queda mucho por hacer. Tomemos un concepto fundamental en nuestras carreras para desnaturalizar la supuesta racionalidad ahistórica de lo económico: la ideología.

Ideología

Abordaremos este concepto siguiendo los estudios comunicacionales y culturales sobre la relación saber/poder y sus alcances en la constitución de subjetividades. En nuestras carreras, la ideología es concebida, desde Althusser, como "representación imaginaria de procesos reales. En *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*, Althusser produce esta noción de ideología en diálogo con el concepto gramsciano de hegemonía y con los trabajos de Sigmund Freud y Jacques Lacan sobre la constitución del sujeto. Concibe la ideología como: "una representación de las relaciones imaginarias de los sujetos con sus condiciones reales de existencia". De este modo Althusser retoma de Marx y Engels esa primera concepción de lo ideológico como distorsión o falsa conciencia. Nos propone este problema al decir que la "ideología" nos constituye como sujetos, haciendo que el vínculo con lo real de las relaciones sociales de producción sea distorsionado. Pero esta distorsión no acontece

de tal manera que podamos rectificarla: lo real está en nuestras propias representaciones de modo distorsionado. (Althusser, 1989: 102-151)

Como dijimos, Althusser recurre al psicoanálisis y toma de Jacques Lacan la noción de "realidad psíquica" como articulación de tres registros: lo imaginario, lo simbólico y lo real. El primero se refiere a un orden familiar, a una sensación de "quién somos", de identificación del espejo; el segundo es el lenguaje, nos habla del sujeto y las instituciones sociales, es puramente significante. El tercero es la dimensión de lo real a la que solo tenemos acceso a través de lo simbólico.

Se abre entonces una serie de preguntas que propone Stuart Hall en su artículo "El problema de la ideología: marxismo sin garantías" a partir de los debates sobre "falsa consciencia": "El término "distorsiones" plantea inmediatamente la cuestión de por qué algunos, aquellos que viven su relación con sus condiciones de existencia a través de una ideología distorsionada, no pueden reconocer que está distorsionada mientras nosotros, con una sabiduría superior o armados con conceptos apropiadamente formados, podemos. ¿Son las distorsiones meras falsedades? ¿Son falsificaciones deliberadamente producidas? Si lo son, ¿por quienes? ¿Funciona la ideología realmente como propaganda de una consciencia de clase? Y si la ideología es el producto o función de "la estructura" [económica] de un grupo de conspiradores, ¿cómo genera una estructura económica un conjunto garantizado de efectos ideológicos? Stuart Hall responde diciendo: "nuestras ideas de Libertad, Igualdad, Propiedad y Bentham (es decir, Individualismo), los principios dominantes del diccionario burgués y los temas políticos claves que, en nuestro tiempo, han tenido un retorno poderoso y convocante en el estadio ideológico bajo los auspicios de Ms. Thatcher y el neoliberalismo, pueden derivar de categorías que usamos en nuestro pensamiento práctico, de sentido común, acerca de la economía de mercado. Es así como surgen, de la experiencia cotidiana, las categorías poderosas del pensamiento burgués legal, político, social y filosófico." (Hall, 1998)

Para abordar la articulación entre la condición simbólica de la ideología y lo real, podemos citar a Jorge Alemán: "La ideología constituye el sistema de representaciones que rige las relaciones del sujeto con la realidad, puede ser entendida como una estructura que participa tanto en la producción de las relaciones sociales de producción dominante -éste es uno de sus aspectos- como en la constitución del sujeto". El mismo autor concluye que "El sujeto se sirve de la "ideología" como forma de organizar en torno a lo real, en verdad, ("el vacío") su propia realidad. La "ideología" no sólo implica un lugar desde donde me desconozco, sino que también da un lugar donde me reconozco, en la medida en que el sujeto se constituye a partir de una interpelación que viene del otro (lugar que podríamos traducir como el ámbito global del lenguaje y del inconsciente)". (Alemán, 2021) Como dijimos, la ideología es concebida como representación imaginaria de procesos reales. Nada puede quedar por afuera de ella. Nada, estas líneas tampoco.

2. MIRADA ECONÓMICA

Nuevas economías

Centremos nuestra atención en la reflexión sobre el surgimiento y consolidación de las llamadas “Nuevas Economías”, que nos invita a ser parte de los debates que analizan y formulan diferentes economías de naturaleza popular, social y solidaria, transversales al modelo hegemónico. Nos referimos, entre otras, a las Economías Popular, Social, Solidaria, Feminista, Ecológica y Circular. Todas, desde distintos lugares y articulaciones, dan batalla contra el capitalismo heterocispatriarcal supremacista. Expresan búsquedas, tensiones y disputas por la construcción de modelos económicos inclusivos, responsables y solidarios en el cambiante y dinámico escenario social actual.

Estas economías no se fundamentan en los mismos principios y valores que, desde hace más de 200 años, sostiene con adecuaciones la Economía de Mercado, heredera de la Economía Clásica Inglesa, y que sigue vigente a través de su formulación más amenazante: el Neoliberalismo. Muy por el contrario, las Nuevas Economías evidencian un fuerte interés de lo colectivo sobre lo individual. Podemos leerlas a partir de una dinámica matriz emergente que dialoga con categorías marxistas y post marxistas; reivindica ciertas prácticas y concepciones económicas vinculadas a los pueblos originarios; toma algunos elementos del paradigma keynesiano, reinterpretado a la luz de los derechos ganados en las últimas décadas y le imprime una fuerte conciencia interseccional so-

bre géneros, sexualidades, etnias y toda forma de disidencia a través del feminismo decolonial y las luchas ecológicas no especistas en el cuidado del planeta y la vida en general. Todas ponen a la gente en el centro. Son en gran mayoría de raigambre popular, aunque algunas evidencian una cierta lógica operativa mercantil.

La naturaleza de estas economías nos lleva a focalizarnos en las transformaciones del Estado en su relación con la sociedad civil, a través de sus actores/as económicos/as más vulnerables, para dar respuestas a los reclamos realizados por los movimientos sociales y políticos, frente a la pobreza, la exclusión, la estigmatización y la violencia como dispositivos de gobernabilidad en el capitalismo neoliberal.

Estas economías emergentes construyen nuevos cruces, límites, sentidos y materialidades a partir de tensar de una manera singular las relaciones sociales, comunitarias, identitarias y culturales que sostienen precisamente la producción, distribución y consumo de los bienes materiales y simbólicos; privilegian además el espíritu colaborativo y asociativo sobre el de lucro. Son solidarias, en el sentido de hacer propia la necesidad del otro desde proyectos colectivos. Se posicionan desde esos proyectos colectivos ante el Estado para exigir el acceso a derechos y la transformación de las condiciones colectivas de existencia. Buscan puentes entre las necesidades de la gente y las políticas públicas. Se preocupan por las diferencias y buscan soluciones comunes. Despliegan una lógica de gestión horizontal, rizomática y de trabajo colaborativo. Construyen desde la memoria y sus luchas, nunca desde la mercadotecnia. Son productivas y no especulativas. Dialogan con la naturaleza, no la contaminan. Se centran en acciones y proyectos locales y regionales. Sostienen una raigambre nacional y popular.

La Economía Popular (EP), si bien despliega puntos en común con las otras mencionadas, fue consolidando de manera singular su trayectoria de reflexión y práctica. Podemos decir que surgió cuando los sectores excluidos del mundo del trabajo comenzaron a plasmar sus propios modos de producción, como así también sus circuitos de distribución, comercialización y consumo. Se constituyó como una exploración ante la perspectiva neoliberal dominante que pretende otorgar a las leyes del mercado, con el lucro y la supuesta mano invisible en su centro, la supremacía absoluta del juego económico y determinar de ese modo, el lugar que cada uno de nosotros ocupa en la sociedad. Rastrear el gen distintivo de la EP nos lleva a las diversas crisis económicas y políticas, con sus respectivos correlatos de disciplinamiento social, que sufrieron todos los países latinoamericanos, desde México hasta Argentina y Chile, en especial durante los regímenes cívicos militares de los ´70, la década perdida de los ´80 y a partir del ajuste neoliberal proclamado por el Consenso de Washington (1989) con su arrasadora receta de jibarizar el Estado para arrasar las economías locales con la globalización financiera y especulativa. En la Argentina, de manera singular, la gran crisis desatada en su faz aguda entre 2001 y 2003, fue una bisagra que nos permitió pensar y actuar con una lógica y un marco jurídico y económico diferente del convalidado hasta entonces por las clásicas democracias de mercado. En ese sentido, la sociedad puso en "pausa" a las instituciones que vienen "formateando" al capitalismo a lo largo de los últimos 250 años. Las asambleas populares, el trueque y la recuperación de fábricas y empresas en manos de sus trabajadores fueron algunas de las prácticas que surgieron resignificadas desde el campo popular como respuesta a la desafiante situación vivida. Lo solidario, expresado de manera colectiva, fue uno de los pilares utilizados para la reconstrucción del país. Se implementaron prácticas y miradas para explorar y legitimar otras formas comunitarias de relaciones económicas, políticas, sociales y culturales. Con la vuelta a la intervención política durante los gobiernos de Néstor y Cristina Kirchner (2003-2015), el Estado, subrayando su propio rol como un actor central del proyecto político emancipatorio, acompañó los reclamos y luchas de los movimientos populares a través de la implementación de leyes orientadas a la generación de nuevos derechos, que fueron a su vez acompañadas por la implementación de las políticas públicas correspondientes. El correlato en el mundo económico fue la incorporación de miles de trabajadores y trabajadoras a la matriz productiva, fortaleciendo la transferencia de mayo-

res recursos del PBI a los sectores más vulnerables, marginalizados y postergados de la sociedad; favoreciendo de ese modo la redistribución, la inclusión y la paz social.

Durante las presidencias citadas se promulgaron importantes leyes relativas al trabajo, entre ellas, la Ley del Salario Vital y Móvil, la Ley de Paritarias, el Nuevo Estatuto del Peón Rural y la derogación de la Ley de Flexibilidad Laboral. Se llevaron adelante también numerosos programas, como el Programa Jefes de Hogar, el Programa Jóvenes con Más y Mejor trabajo y el apoyo a PyMEs. A partir de estas medidas, entre otras, se lograron datos contundentes: la desocupación pasó del 24% (en 2003) al 7% (en 2013), el empleo privado tuvo un crecimiento del 75%, y se crearon a nivel nacional 5.700 cooperativas. Como estamos viendo, la presencia del Estado en el mundo económico pasó de ser el 27% al 39% del PBI. En este marco es importante destacar las políticas públicas orientadas a los géneros, las diversidades, las juventudes, entre otras.

Hoy, podemos decir que alrededor de cuatro millones de personas son parte de la EP en la Argentina, de los cuales casi el 50 por ciento se encuentra en la Provincia de Buenos Aires. Representan al sector social, laboral y productivo más vulnerable ya que sus ingresos son bajos y en su mayoría están asociados a la economía informal. En los últimos años, se organizaron y desarrollaron agendas de defensa de derechos y se impulsaron unidades productivas que generan trabajo y organización popular.

Es importante destacar una vez más que muchas conquistas de este sector económico/laboral están vinculadas con programas sociales de financiamiento estatal. Podemos enunciar una serie de unidades de producción que evidencian la pluralidad de actores/as y organizaciones que conforman a la EP: cooperativas de trabajo, agrupaciones de microemprendedores, comedores, merenderos y espacios de primera infancia, clubes del trueque, ferias y mercados asociativos populares, redes de comercio justo, organizaciones de microcrédito, talleres, fábricas y empresas en general recuperadas, redes de consumo responsable y ecológico, grupos comunitarios de base, medios de comunicación comunitarios, núcleos de agricultura familiar, comunidades de pueblos originarios u otras organizaciones del pueblo sin fines de lucro.

Para visualizar el enorme compromiso que sostiene precisamente el Estado en la consolidación de estas formas económicas populares podemos recurrir a la Página Web del Ministerio de Desarrollo Social de la República Argentina. Desde julio de 2020 hasta junio de 2022, las personas inscriptas en el Registro Nacional de Trabajadores y Trabajadoras de la Economía Popular (ReNaTEP) ascienden a 3.457.692. Se observa que el 58% de esta población son mujeres y el 42% varones. <https://www.argentina.gob.ar/desarrollosocial/economiasocial>

Allí, se expresa con claridad: "En los últimos años, la economía popular creció en territorialidad, demanda laboral, organización y, fundamentalmente, en cantidad y calidad de trabajadores/as. No es transitoria y no es absorbida por las instituciones laborales actuales. Por eso, nuestro objetivo es crear una nueva institucionalidad para la EP, para desarrollarla y dignificarla".

3. MATERIALIDADES

Aspectos jurídico-normativos

Cada uno de nuestros actos está en relación con una matriz normativa de naturaleza social y otra jurídica, de base legal. No las podemos evitar, tengamos conciencia o no de su existencia. Las normas no se hayan sólo en el mundo del derecho. Han sido estudiadas por las ciencias sociales desde fines del siglo XIX por la sociología, la antropología, la filosofía, la lingüística, y, por supuesto, por la comunicación. Las normas sostienen el funcionamiento y la continuidad de sistemas relativamente estables. Desde la planificación y la gestión comunicacional nos interesan no sólo porque constituyen el marco legal de nuestros proyectos sino porque el trabajo colectivo implica también registrar y proponer los cambios deseables o necesarios en esas normas en situaciones históricamente concretas: la producción, circulación y comercialización de productos de la Economía Popular, el funcionamiento de medios alternativos, el acceso y la apropiación de tecnologías, la organización de emprendedores para demandas específicas de movimientos sociales. En verdad, por ser ciudadanos/as que vivimos en un Estado de Derecho aceptamos estar sujetos/as a códigos y procesos legales, pertenecientes siempre a la esfera pública. Nuestra inclusión en esas tecnologías legales, no quiere decir que de manera personal y/o colectiva renunciemos a la experimentación y al cambio como legítimos motores de luchas, sueños, mundos y futuros posibles.

La relación entre saberes y prácticas está presente en cada acto y la reflexión sobre sus

aspectos normativos puede dar lugar al diseño e implementación de políticas públicas en términos de derechos y, por lo tanto, de responsabilidad y emancipación colectiva. En el momento de idear un proyecto necesitamos tener un rápido panorama de la dimensión jurídico normativa que estamos atravesando. Los ejemplos son innumerables. Mencionaremos algunos para poder ejemplificar:

Los llamados términos y condiciones de una aplicación o de una página en internet son cláusulas legales que establecen la forma (límites incluidos) del uso de esa información.

- Si tuviéramos que realizar algún trabajo remunerado, tendríamos que conocer las condiciones que establecen las normas laborales al respecto: trabajo como monotributistas o autónomo/as, locaciones y prestaciones de servicios, compra-venta de maquinarias, muebles, etc.
- Si tuviéramos que contratar a terceros para realizar una tarea, tendríamos que hacerlo, también, de acuerdo con las normas laborales existentes.
- De la misma manera, si necesitáramos utilizar un determinado proveedor, o pedir un préstamo a una entidad bancaria o solicitar un subsidio a una agencia gubernamental o buscar un apoyo económico a través de relacionarnos con el área de RSC (Responsabilidad Social Corporativa) de grandes empresas o buscar financiamiento en una agencia internacional o en una Fundación local o global siempre estaríamos contemplando los aspectos jurídicos/normativos que rigen esas posibilidades.
- Para constituir y/o ser parte de una organización deberíamos evaluar las características de las distintas posibilidades que nos brinda el actual código civil. Necesitaríamos comprender las fortalezas y debilidades de cada forma jurídica, en función del proyecto a desarrollar, o sea que nos parezca adecuada una cooperativa, una asociación civil, una sociedad anónima, etc.
- Las distintas formas posibles de sociedad estipulan los modos de nuestra participación: aportes materiales y simbólicos, régimen de ganancias y/o pérdidas.

Como un primer pantallazo, el tecnicismo jurídico nos lleva a diferenciar personas "humanas" de las "jurídicas" (las organizaciones), gozando ambas de la aptitud para adquirir derechos y contraer obligaciones.

De acuerdo con el nuevo código civil, las organizaciones pueden ser clasificadas como:

- Las Sociedades comerciales, que tienen fines de lucro y son, según la ley general de sociedades N°19.550: la sociedad colectiva (S.C.), la sociedad de capital e industria, la sociedad en comandita simple (S.C.S.), la sociedad en comandita por acciones (S.C.A.), la sociedad de responsabilidad limitada (S.R.L), la sociedad anónima (S.A.) y la sociedad anónima unipersonal (S.A.U).
- Las organizaciones de la sociedad civil (OSC) pueden adquirir formatos muy diversos. Podemos distinguir las asociaciones y las fundaciones, las mutuales, las cooperativas, y los gremios. También forman parte de este grupo las llamadas organizaciones no gubernamentales (ONG), las cooperadoras, los clubes deportivos o sociales, los centros barriales, las asociaciones de fomento, las organizaciones populares, de profesionales y confesionales, los movimientos sociales, las organizaciones de base y redes de activistas, entre muchos otros.

Obviamente, una vez decididos a ejecutar un proyecto, será necesario profundizar cada uno de los aspectos de esta dimensión, junto con las otras ya mencionadas a través de nuestra mirada oblicua, transversal, situada y relacionante.

Aspectos tecnológicos

En el presente, los aspectos tecnológicos de un proyecto sobre economía social de las organizaciones implican los cambios acelerados del último siglo. Posicionarnos desde la articulación entre Planificación, Gestión y Comunicación a partir de las tecnologías nos lleva a plan-

tear un escenario global-local donde lo tecnológico es concebido como el reservorio simbólico de la humanidad que, a su vez, despliega distintas configuraciones para la planificación, gestión y organización de la materialidad de procesos económicos, sociales, culturales y políticos.

Podemos acordar que el mundo de las tecnologías, especialmente las digitales, se ha convertido en un punto de convergencia de distintos saberes y competencias que hacen dialogar –entre otros- aspectos físicos, matemáticos, administrativos, económicos, financieros, “marketineros”, normativos, filosóficos, éticos y comunicacionales.

Surgen las huellas del poder y de la resistencia al capitalismo actual en la realización de dispositivos técnicos: no hay algoritmo que no sostenga la marca ideológica en el interés manifestado de quien lo ideó y/o financió. Dentro del modelo neoliberal, aún dominante, pero que evidencia a cada paso signos de agotamiento, la tecnología y las culturas digitales habilitan nuevas formas de relaciones personales e institucionales, de asociaciones, de entendimiento, de aprendizaje, de consumo, de comunicación real y virtual, de concepción y sentido de la vida misma. Se escuchan de manera constante miles de voces que lo expresan en todo el planeta desde diversos espacios ya sean políticos, sociales, artísticos, intelectuales, periodísticos y/o espirituales. Los paradigmas que nos sujetaban a un mundo analógico hace tiempo que empezaron a colapsar. Surgen tensiones, tanto en el campo teórico como en el profesional, que podemos vincular a marcos interpretativos y modos de organización. El big-bang tecnológico del cual ya formamos parte de manera innegable e irreversible nos desafía con nuevos mundos, algunos inimaginables, que requieren otros modos de planificar y gestionar.

Desde la mirada comunicacional, lo digital es entendido como un espacio de investigación y reflexión sobre diversos modelos económicos, sociales y políticos para promover y difundir los usos de las tecnologías en vastos sectores productivos de nuestro país con el objetivo de fortalecer la justicia y la inclusión social en especial de miles de pequeños y medianos productores. Entendemos que las tecnologías no deben pertenecer sólo al dominio de las grandes empresas y corporaciones ya que esto favorece la concentración del capital. Muy por el contrario deben ser desarrolladas y apropiadas para dinamizar la inclusión y el empoderamiento de las clases populares dentro del sistema productivo nacional. Es necesario reflexionar sobre las posibilidades que el territorio digital abre a nuevas propuestas de planificación y gestión de emprendimientos, desde una perspectiva comunicacional.

Trabajos como los Éric Sadin, Nick Srnicek, Franco “Bifo” Berardi – entre muchos otros- dan cuenta de ese futuro que ya llegó para interpelarnos, moldearnos y formar parte de él.

Sadin sostiene que “somos testigos de una mutación decisiva en nuestro vínculo con la tecnología: mientras que su vocación ancestral consistía en actuar como una prótesis de las insuficiencias del cuerpo, hoy su capacidad cognitiva le confiere el inquietante rol de gobernar a los seres y las cosas”. (Sadin, 2018)

Srnicek apunta que “el capitalismo se volcó hacia los datos para recobrar vitalidad tras las prolongadas crisis de sobrecapacidad que acechan la producción fordista de bienes y su régimen de empleo desde la década de 1970”. (Srnicek, 2018)

Bifo dice “la perspectiva de la futurabilidad pone de relieve la multiplicidad de futuros posibles inscriptos en la actual conformación social. Si hoy el despliegue de los acontecimientos se nos presenta como inevitable es porque el código capitalista traduce las dinámicas de la innovación a la lógica de la acumulación privada”. (Bifo, 2019)

Más allá de las visiones de estos autores, no podemos olvidar que ya nos resultaría casi imposible encarar algún proyecto comunicacional sin la utilización de los dispositivos que ofrecen las tecnologías digitales. Hoy nos enfrentamos con la inquietante situación de la “duplicación” de lo real a través de la mecánica algorítmica. Sin dudas, el estatuto de la técnica está en plena ebullición y a partir de la segunda década de este siglo IA ha comenzado a tener independencia decisional sobre muchísimos procesos sociales, un verdadero desafío para nuestra especie. Al igual que en las series de ciencia ficción que tantos nos atraen: esto continuará.

4. PRESUPUESTO

Seguimos con nuestro objetivo de presentar algunas herramientas teóricas que nos asistan en la instancia de pensar y realizar un proyecto de planificación en organizaciones. Es el momento de mencionar la instancia de elaboración de un presupuesto para analizar la factibilidad de la ejecución del proyecto. Se trata de una racionalidad que se evidencia en la tensión entre lo cuantitativo y lo cualitativo, siempre presente en toda planificación.

Recordemos que la economía como saber y como técnica utiliza metodologías cuantitativas, que, desde el siglo pasado, están involucradas en debates con la demografía, la sociología, la psicología organizacional, el marketing, las ciencias políticas, etc.

Comenzaremos por definir el presupuesto como un instrumento fundamental para la gestión de una organización o para la preparación de un proyecto, en el que se determinan los ingresos, gastos y recursos requeridos en un determinado período para alcanzar los objetivos trazados. El presupuesto es un plan de acción numérico dirigido a cumplir una meta prevista que se expresa en valores y términos financieros. Debe plasmarse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas. Implica proponer una mirada transversal a todo el proyecto considerado. Es un aliado estratégico para re direccionar el proyecto y/o su gestión. Es un elemento de naturaleza operativa y de previsión. Es una hoja de ruta a seguir. No existe bajo un único formato. Dialoga con cada centro de responsabilidad de la organización, pudiendo ser altamente participativo, tanto en su faz de elaboración como en la de ejecución y control. Siempre está sujeto a revisión para optimizar sus fines.

Propone una mirada prospectiva a través de la re-lectura y seguimiento de los indicadores previstos. Hay momentos en que el presupuesto lleva a replantear el proyecto o la gestión en su conjunto.

El presupuesto expone de manera cualitativa, en un metalenguaje, como es el de la matemática, las decisiones que fuimos tomando en el momento de diseñar nuestro proyecto. Es una guía, desarrollada en un tiempo singular, que se refiere a los insumos necesarios para llevar adelante el proyecto en cuestión. Desde nuestra visión holística, la preocupación por el presupuesto está presente a partir del primer esbozo del diagnóstico.

Esta instancia nos permite analizar diversos aspectos en que la administración está ligada y, a su vez, se diferencia de la planificación. Ambas dimensiones coinciden en el intento de proponer criterios de racionalidad para sistematizar ciertas cuestiones de los procesos, proyectos o espacios de acción. No obstante, la administración se diferencia de la planificación al no considerar lo ideológico como disparador del proceso. La planificación, por su parte, más allá de su dimensión instrumental, propone la sistematización y aplicación ordenada de cierta voluntad de cambio de los actores que participan en determinado ámbito o se encuentran decididos a trabajar para construir dicho espacio, proyecto o proceso.

La administración dialoga también con la gestión en referencia al momento operativo, vinculado a la toma de decisiones y al control. Recordemos que el propio John Keynes definió a la economía como "el arte de tomar decisiones". La gestión, a su vez, es entendida como: una dimensión compleja, que articula lo macro con lo micro. Una dimensión en la que el poder, con sus infinitas máscaras, las diferentes circunstancias contextuales, el espíritu de época encarnado en los modelos triunfantes político-económicos, sociales y culturales se entretajan con las utopías personales o grupales, con deseos, estrategias, saberes previos y recursos a partir de la disímil personalidad de los distintos actores, de sus capacidades de vinculación, de sus historias e ideologías.

Nos adentramos ahora en el concepto de costo que es la parte objetivable en el proceso de constitución de los precios ya que la otra dimensión del precio es la utilidad que es subjetiva. En esta simple fórmula lo vemos: $P = C + U$, donde "P" es precio, "C" es costo y "U" es utilidad. Fijar la utilidad requerida siempre es subjetivo porque abarca un amplio rango desde no querer nada, filantropía total, hasta la más brutal especulación. El costo, no: expresa sólo materialidad.

Por definición, costo es la medida valorizada del consumo de los factores de producción necesarios para la obtención de un producto, bien o servicio. Tengamos presente que en la economía dominante se habla de "sacrificio" de recursos, naturalizando la perspectiva clásica que indica que los recursos siempre son escasos frente a la urgencia que tiene la sociedad por satisfacer sus necesidades.

Podemos clasificar los costos diferenciándolos entre fijos y variables. Esta perspectiva es importante para la realización de estudios de planificación y control de operaciones. Se vincula con las variaciones o no de los costos, según los niveles de actividad. Se utiliza esta tipificación más en los proyectos vinculados a servicios y al Estado.

Costos Fijos son aquellos cuyo importe permanece constante independientemente del nivel de actividad de la organización. Se pueden identificar y considerarlos costos para mantener el proyecto, la organización o la empresa en funcionamiento, se realice o no la actividad, se venda o no la mercadería o el servicio. Dichos costos igual deben ser solventados por la estructura.

Costos Variables son aquellos que cambian en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la organización. Son los costos para "producir" o "cumplir los objetivos".

La otra clasificación considera costos directos e indirectos. Los primeros son aquellos que se asignan solamente a una unidad de producción. Por lo general se asimilan a los costos variables. Los indirectos, en cambio, son aquellos que no se pueden asignar a un producto o servicio, sino que se distribuyen entre las diversas unidades productivas mediante algún criterio de reparto. En la mayoría de los casos, los costos indirectos son costos fijos.

Esta forma de mirar los costos como directos o indirectos es más utilizada en los proyectos vinculados a la producción. Clasificar los costos es un esfuerzo que sirve para poder analizar y pla-

nificar la ejecución de un proyecto en un tiempo asignado.

Sobre el final volvemos a pensar una vez más que planificar es siempre participar en la co-creación de un futuro posible o deseado.

Noam Chomsky, hace casi tres décadas, en su libro *Política y Cultura a fines del siglo XX* lo sintetiza al decir que existen dos tendencias a nivel mundial: la construcción de un mundo de ricos y para ricos o la crisis de la democracia, que tanto preocupa a las elites. De cuál de estas dos tendencias prevalezca dependerá si va a haber un mundo o no, en el que una persona decente querría vivir.

Este siglo XXI nos lleva a pensar la planificación desde diversas perspectivas: sociales, utópicas, solidarias, de género, creativas, ecológicas, empáticas, lúdicas, -entre otras- que atraviesan nuestras existencias singulares y colectivas respectivamente. Además nos lleva a asomarnos a las llamadas Nuevas Economías para enriquecer el debate y la perspectiva. La configuración de la gestión es dinámica y polivalente porque transcurre en la vida misma, en el propio territorio. Es puro quehacer situado. Por eso insistimos en que la gestión como una forma de trabajo y compromiso genera siempre procesos comunicacionales. Es decir, está inscripta en condiciones colectivas y desencadena acciones, redes, procesos y sentidos

Podemos considerar la gestión como parte de un proceso dialógico con la planificación en el que nada es simplemente rígido ni invariable, aunque se intente desde la planificación prever y equilibrar todas las instancias posibles. Es decir, en este siglo se planifica, más que nunca, desde la crisis, el caos y la incertidumbre. El desafío sigue siendo, como dijimos al comienzo, planificar y gestionar desde la resistencia, desde las luchas por la emancipación, en síntesis, desde la esperanza.

Bibliografía

Alegre Galvez, Eduardo, Curso sobre economía política. En línea en: <https://www.youtube.com/channel/UCpfDZVOAKqRa2F4c1JR8kvA/videos> Consultado 30 de marzo de 2023.

Alegre Gálvez, Eduardo, "Pensar otro año de RSE en Balance sustentable. En línea en: <https://www.ambito.com/edicion-impresa/pensar-otro-ano-rse-n4004845> Consultado 30 de marzo de 2023.

Alegre Gálvez, Eduardo, *Gestionando solidaridad. Una exploración de la responsabilidad social empresarial*. La Plata, Universidad Nacional de La Plata, 2013.

Alemán, Jorge, *Ideologías. Nosotras en la época. La época en nosotros*. Buenos Aires, Página 12, 2021.

Althusser, Louis, "Ideología y aparatos ideológicos del Estado (notas para una investigación)" en *La Filosofía como arma de la revolución*, México, Siglo XXI, 1989.

Berardi, Franco (Bifo), *Futurabilidad*. Buenos Aires, Caja Negra, 2019.

Chomsky, Noam, *Política y Cultura a finales del siglo XX*, Buenos Aires, Espasa Calpe, 1996.

Hall Stuart, "El problema de la ideología: marxismo sin garantías" en *DOXA Revista de Ciencias Sociales* N° 18, 1998.

Ministerio de Desarrollo Social RA. En línea en: <https://www.argentina.gob.ar/desarrollosocial> Consultado 30 de marzo de 2023

Sadin, Éric, *La humanidad aumentada*. Buenos Aires, Editorial Caja Negra, 2018.

Srnicek, Nick, *Capitalismo de Plataforma*. Buenos Aires, Ed. Caja Negra, 2018.