

Percepción de los trabajadores de la economía popular sobre la imagen y gestión de las políticas públicas del Presidente Alberto Fernández destinadas al sector.

TFG - Manuscrito Científico

NOMBRE Y APELLIDO: VALERIA SILVA

Número de Legajo: VRPI03657

Carrera: Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales.

Materia: Seminario Final de Relaciones Públicas e Institucionales.

Profesora: Carolina Cerutti



Indice

Resumen	1
Abstract	2
Introducción	3
Métodos.....	22
Diseño.....	22
Participantes	23
Instrumentos	23
Análisis de datos.....	24
Resultados	25
Discusión.....	36
Referencias.....	47
Anexo	50
Consentimiento Informado para Participantes de Investigación	50
Entrevista 1 - Edad: 64 años	52
Entrevista N° 2.....	56
Entrevista 3	58
Entrevista 4.....	60
Modelo de Encuesta:	63

Resumen

En el presente Manuscrito Científico se buscó analizar las percepciones de los trabajadores de la economía popular de la Ciudad de Monte Caseros, Corrientes acerca de la imagen del presidente Alberto Fernández y la gestión de las políticas públicas destinadas a ese sector. El abordaje de la investigación se realizó desde un enfoque mixto de alcance descriptivo, de diseño no probabilístico e intencional de corte transversal. En relación al aspecto cuantitativo se utilizó la encuesta realizada a veinte trabajadores de la economía popular, en cuanto al enfoque cualitativo se utilizó la entrevista semi estructurada. Los resultados permitieron mostrar una percepción de la imagen presidencial mayoritariamente positiva tanto en las encuestas como en las entrevistas, sin embargo, una parte de ellos señala un deterioro de la imagen a consecuencia de la gestión durante crisis del Covid-19, sobre la percepción de las políticas publicas la conclusión es que las mismas son insuficientes y que hay falencias tanto en la dirección como en la difusión de las mismas, infiriéndose que hay además una comunicación gubernamental que no logra alcanzar con éxito todas sus etapas.

Palabras clave: comunicación gubernamental, percepción, imagen presidencial, políticas públicas, economía popular.

Abstract

In this Scientific Manuscript, we sought to analyze the perceptions of the workers of the popular economy of the City of Monte Caseros, Corrientes about the image of President Alberto Fernandez and the management of public policies aimed at that sector. The research approach was carried out from a mixed approach of descriptive scope, non-probabilistic and intentional cross-sectional design. In relation to the quantitative aspect, the survey carried out on twenty workers of the popular economy was used, in terms of the qualitative approach, the semi-structured interview was used. The results allowed to show a mostly positive perception of the presidential image both in the surveys and in the interviews, however, a part of them indicates a deterioration of the image as a result of the management during the Covid-19 crisis, on the perception of public policies, the conclusion is that they are insufficient and that there are shortcomings both in the direction and in the dissemination of the same, inferring that there is also a government communication that fails to successfully reach all its stages.

Keywords: government communication, perception, presidential image, public policies, popular economy.

Introducción

El tema abordado en este Manuscrito Científico, se inicia poniendo en contexto la Comunicación Política y dentro de ella concretamente la Comunicación Gubernamental ya que así ha sido la elección realizada para TFG. En referencia a la temática abordada la misma incluye variables diversas que se conjugan para su redacción, por lo que se tratara de establecer los antecedentes hallados respecto de cada una de esas variables.

Respecto a la Comunicación Política, el trabajo “Imagen presidencial y opinión pública: percepciones de personas mayores de la ciudad de Córdoba en torno al gobierno de Mauricio Macri en su tercer año de mandato presidencial” atravesando los conceptos de Comunicación política, imagen y opinión publica pudo analizar la influencia de los líderes de opinión, el grado de conocimiento de las personas mayores acerca del poder mediático, entre otros para arribar a los resultados a través de una encuesta.

En la misma temática encontramos el trabajo de Abduljad, Agustín (2020), investigación referida a las percepciones de las personas, de más de 30 años, de la ciudad de Córdoba en torno a la imagen presidencial de Alberto Fernández en la gestión de crisis por la pandemia COVID-19, a partir del consumo de medios de comunicación masiva. El estudio concluye demostrando como se fue modificando la imagen presidencial a lo largo del periodo estudiado de positiva en casi un 80% a niveles del 28%. La población considera que los medios de comunicación exageraron la información con relación a la pandemia, y las medidas sanitarias no fueron explicadas de manera correcta.

Macarena Liz Sánchez, analiza la construcción mediática y discursiva de la imagen pública presidencial de Fernando De la Rúa, durante su mandato gubernamental. Como

construyo el candidato su imagen pública y también como contribuyeron los medios de comunicación Clarín y Nación a esa construcción. Categorizando los discursos y los mensajes de estos medios realizo una comparación entre la imagen construida desde la comunicación electoral y la comunicación de gobierno concluyendo que la primera fue la mejor durante ese periodo sin embargo con respecto a la segunda fue tan negativa que terminó en su renuncia anticipada.

Acerca de los otros temas que se desarrollan encontramos el trabajo de Muñoz, Ruth Zamora, Anabella (2020) “Las políticas públicas de economía social y solidaria en la argentina durante la pandemia de la Covid- 19 Reflexiones preliminares para el caso del INAES en Argentina”, un artículo que reflexiona sobre esta entidad y su centralidad en referencia a las Esys durante el año 2020 que concluye en un escenario abierto que vislumbra miopías persistentes respecto al lugar que se le asigna a estas Economías y su sentido, planteando también el logro de transformaciones interesantes para lograr mejores condiciones objetivas para una nueva institucionalidad de las Esys en el contexto post pandémico.

Siguiendo en la línea anterior la Tesis de Maestría de María Dulce Henríquez Acosta, “La Economía Social y Solidaria como estrategia de desarrollo territorial. El caso del Mercado Municipal Comunitario de San Carlos de Bariloche”(2020), indaga en la configuración y relación de las dimensiones de las Políticas Públicas-Economía Social y Solidaria-Desarrollo Territorial, a partir de la experiencia del Mercado Municipal Comunitario de la ciudad de San Carlos de Bariloche en la que sistematizó y analizó la experiencia en términos del modelo de co-gestión implementado por el municipio y las organizaciones territoriales, las nuevas capacidades institucionales que fueron requeridas, los consensos y conflictos. La experiencia demuestra que el sostener una estrategia de desarrollo con actores de la Esys implica desplegar voluntades

políticas y capacidades de los gobiernos locales (no siempre presentes), necesarias para canalizar y fortalecer esas capacidades territoriales.

Comunicación Política-Comunicación Gubernamental

La comunicación política, (en adelante CP) ha sido conceptualizada a lo largo de los años de diferentes maneras, Canel, (2006) propone como definición la siguiente:

Es la actividad de determinadas personas e instituciones (políticos, comunicadores, periodistas y ciudadanos), en la que, como resultado de la interacción, se produce un intercambio de mensajes con los que se articula la toma de decisiones políticas como la aplicación de estas en la comunidad. La CP, con mayúsculas, es el campo de estudio que comprende tal actividad. (Pág. 27)

En cuanto la CP, con minúscula, es un terreno amplio, apenas utilizado en el mundo profesional, pero que incluye una serie de fenómenos comunicativos que han recibido etiquetas tan variadas como la propaganda, el marketing electoral, el marketing político, las relaciones públicas políticas o la comunicación institucional política. (Pág. 17)

D. Wolton, citado por María Belén Mendé y Cinthia Smith (1999) define a la CP “como un espacio en el que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre la política y que son: los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos de opinión”.(Pag.201) La opinión pública puede ser agregada, que es la suma de opiniones pensadas individualmente sobre determinados temas, se cristaliza en un porcentaje, generalmente se mide a través de encuestas y la opinión pública discursiva: que son

argumentos que explican una determinada posición sobre un tema, no es de fácil medición y no siempre trasciende a la esfera pública.

Esta CP, tal como la conocemos hoy solo puede ser explicada con los medios masivos de comunicación (tradicionales y nuevos), en la segunda mitad del siglo XX, cuando los medios de comunicación se convierten en protagonistas de la esfera pública, la política inicia un vínculo permanente e indisoluble con ellos, los políticos deben aprender sus reglas de funcionamiento para operar con los mismos.

Dentro de la CP se establece una distinción conceptual importante entre Comunicación Electoral y Comunicación de Gobierno o Comunicación Gubernamental, (en adelante CG) en relación a esta última puede decirse que tiene múltiples objetivos vinculados con la gestión ya que, aunque los partidos políticos se encuentran en campaña de manera permanente , se hace necesario diferenciarla de las políticas públicas a implementar en un periodo de gobierno, que en general duran cuatro años, (en Argentina la mayoría de los cargos ejecutivos),de la Comunicación Electoral cuyo objetivo es alcanzar el resultado ganador para asumir una gestión de gobierno.

Si bien estas diferentes formas que adopta la CP se diferencian a efectos de su estudio y análisis es necesario conocer que por lo general se terminan cruzando.

Un gobernante en relación a la comunicación y/o promoción de gestión enfrenta una serie de desafíos que pueden analizarse a partir de distinguir entre la CP y la CG.

Al ocupar el cargo para el que ha sido elegido comienza la etapa de CG, Mario Riorda (2006) describe como una etapa en que el gobernante y su equipo busca establecer una relación basada en el consenso para legitimar la acción de gobierno, para visibilizar la gestión, para mantener informada a la ciudadanía sobre la ejecución de las políticas públicas, entre otras.

Entendido el consenso como un concepto difícil de analizar, Mario Riorda (2011) expresa:

El consenso es entonces la búsqueda de acuerdos políticamente operantes centrados en la idea de que, si bien puede haber (y de hecho probablemente siempre existen) grupos en los márgenes del consenso, o bien fuera de este las políticas de un gobierno deber ser aceptadas socialmente por la mayor cantidad de personas. (Pag.98)

La generación de ese consenso no es una tarea sencilla para un gobierno, no está muy claro con qué instrumental argumental cuenta un gobernante para estimular estratégicamente la comunicación Gubernamental, en especial la comunicación que haga posible el acompañar y mejorar la eficacia de la gestión del Estado, es decir el poder proyectar, desarrollar y hacer de modo eficaz y sistemático cierta cantidad de políticas públicas en las mejores condiciones posibles. (Elizalde, 2006, Pag.146).

Todas las Instituciones necesitan comunicar de manera organizada y estratégica, los gobernantes deben comunicarse permanentemente con los ciudadanos, para ello es necesario que recurran a planes estratégicos de Comunicación. Para que los mismos puedan opinar sobre un gobierno es necesario que cuenten con información y para eso la C. G debe hacerlo articuladamente con los medios de Comunicación Masivos (tradicionales y/o nuevos), radio, prensa, televisión, redes sociales y plataformas digitales.

Existen diferentes tipos de Comunicación de Gobierno, Felipe Noguera (2001), en su “Campaña Permanente” realiza una clasificación:

- Comunicación Reactiva: donde el gobierno reacciona ante los hechos que se suceden prevista o imprevistamente y debe comunicar.
- Comunicación Proactiva: donde la comunicación es realizada estratégicamente por el gobierno y con el objeto de “fijar la agenda” de los medios.
- Comunicación contable: donde se busca posicionar en la mente del ciudadano los logros de gestión a través de contabilizar diversos hechos o sucesos.

Ahora bien, esa CG tiene características específicas en relación a: objetivo, destinatarios, eslóganes, polisémicos y plazos. El objetivo central como lo describimos anteriormente es construir consenso a largo plazo, los destinatarios son ahora a diferencia de la comunicación electoral, la totalidad de la ciudadanía, no es posible una segmentación y si se realiza esta genera controversias pues la política pública segmentada es una no política pública para el resto de los ciudadanos, los eslóganes deben representar lo más que se pueda al mito de gobierno.

El mito de gobierno, entendido como el proyecto general del gobierno hipercomunicado de una manera breve, sustentado en valores simbólicamente hablando. Es decir, es una expresión que tiene que ver con la recuperación de un pasado lejano o cercano, junto con una expresión futura que indica la propuesta de agenda de políticas públicas hacia adelante. (Riorda, 2018) El mito de gobierno se forma tanto de la imagen –como una percepción social–, así como de la identidad: lo que se es en tanto organización, con su gente, con sus cosas (pag.108)

Una herramienta clave para la CG es el Story Telling una técnica de comunicación con determinadas características que busca ser lo más efectiva posible a la hora de hacer llegar un mensaje a una persona. Los gobiernos tienen que permanentemente construir relatos, narrativas, encuadres, necesarios para construir comunidad y esta técnica genera

confianza porque permite la identificación del destinatario con lo que se cuenta. Apela tanto a la racionalidad, procesos lógicos de la persona, como lo instintivo, la emocionalidad.

Por ultimo llegamos a una parte de la CG muy importante, ella requiere un análisis especial, nos referimos a la Comunicación de Crisis, para González Herrero, (como se citó en Pilar Saura Pérez y Francisco García García ,2010) : “Es la capacidad de una organización de reducir o prever los factores de riesgo e incertidumbre respecto del futuro, de forma que se capacite a la misma para asumir de manera rápida y eficaz las operaciones de comunicación que contribuyan a reducir o eliminar los efectos negativos que una crisis puede provocar sobre su imagen y reputación”.

Las crisis son acontecimientos inesperados, únicos que provocan urgencias, desestabilizan, cercenan la calidad de la información en un momento de gran demanda de la misma, la disputa de un gobierno es con los medios de comunicación acerca de la agenda.

Imagen presidencial

La imagen es un concepto que viene de la Comunicación Institucional, la imagen que tenemos del gobierno la vamos construyendo en nuestra mente, a partir de la multiplicidad de actos que sigue ese gobierno. La imagen es la suma de experiencias que adquiere alguien de esa Institución, es concepto subjetivo, reside en nuestra mente y allí debe operar la CG de crisis.

Sin embargo, si analizamos este concepto desde las Relaciones Públicas e Institucionales y de Marketing Político encontramos que Ávila Lammertyn, (1997) la define como “la representación que el público se hace de una entidad”. Para este autor,

“la imagen es el recurso principal de un relacionista público, lo que la convierte en su principal objeto de estudio” (pág.27).

Villafañe (1998), entiende que es:

La conceptualización más cotidiana que poseemos y quizás por ello, se reduce este fenómeno a unas cuantas manifestaciones. Sin embargo, comprende otros ámbitos que van más allá de los productos de la comunicación visual, implica también otros procesos como el pensamiento, la memoria, en suma, la conducta. (pág. 23).

Al respecto Capriotti define:

La imagen es una representación mental que se forma en el sujeto receptor, y, por lo tanto, partiendo de esa concepción queda claro que el proceso de formación de la Imagen es un tema que atañe al estudio del receptor y más específicamente al análisis del proceso de percepción de la información. (Capriotti, 1992; 47)

“La interpretación de la información, es el ‘proceso creativo’ del sujeto receptor, el cual reconstruye la información recibida del exterior. En esta ‘reconstrucción’ intervienen la conceptualización y la atribución de significación” Respecto al proceso de la percepción no solo se limita a la recepción de información, sino que es un proceso constante de formación de conocimientos de nuestro entorno. (Capriotti, 2006, pág. 48).

Políticas Públicas y su relación con la Economía Popular

La gestión de Políticas Públicas (en adelante PP) tiene que ver con llevar adelante, a partir de la gestión de gobierno preferentemente, investigaciones y acciones de modo de poder diagnosticar correctamente la situación, significa a la vez conocer qué se está

haciendo, cuáles son las falencias de lo que se está haciendo, cuáles son las necesidades sociales, si existen políticas públicas tendientes a satisfacerla y por qué no se las satisface. Para Graglia (2017) Las PP son planes y actividades que tienen al Estado como responsable principal y a la sociedad como primera destinataria y partícipe necesaria, implica que lo hace en la búsqueda del bien común, la satisfacción social y la aceptación ciudadana. (Pag.27)

El mismo indica que existen dos tipos de estudios de PP. Los estudios de determinación: sirven para establecer cuáles son las políticas diseñadas o gestionadas por las dependencias gubernamentales o administrativas de un estado específico, a los fines de satisfacer las necesidades de los sectores. En cambio, los estudios de impacto buscan estimar los efectos (deseados y logrados) de las políticas existentes sobre las necesidades sociales a satisfacer. De esta manera, concluye que los estudios de determinación debieran ser la base de los estudios de impacto y por lo tanto servir como los cimientos del diseño y gestión de una política pública.

Este autor, además, establece que: “la sociedad, a través de los sectores privados y ciudadanos que la integran, debe ser destinataria de las políticas públicas y, consiguientemente, partícipe necesaria en los procesos de análisis, diseño, gestión y evaluación”. (Graglia, 2004, pag.95)

La sociedad debe ser la primera destinataria, pero no la última. La última destinataria de las PP es la persona humana. Es decir, la gente, los habitantes de cualquier país latinoamericano, los vecinos de cualquiera de sus regiones o localidades, los seres humanos de carne y hueso que viven y conviven en un tiempo y un espacio definidos, que sufren las necesidades insatisfechas y los problemas irresueltos. (Graglia,2004, pag.95)

Las PP deben ser diseñadas y luego difundidas, existen ciertas etapas o procedimientos en el diseño, el diagnóstico, decisión, dirección y difusión. La difusión de PP se vincula con la comunicación de las actividades gubernamentales ejecutadas o proyectadas, concluyendo en la evaluación de las actividades comunicadas. Como nos menciona el autor antes citado, “... sin información administrativa no hay comunicación y sin comunicación no hay difusión. Sin difusión no hay transparencia, y sin transparencia no hay satisfacción ni consenso social” (Graglia, 2004, pág. 121)

La divulgación de las Políticas Públicas es imposible sin los medios de comunicación social (MECOS) Entre ellos distinguimos los escritos y los audiovisuales: diarios, radios y televisoras. Los medios han reemplazado a los partidos políticos como mediadores entre el gobierno y la sociedad, totalmente. No pueden ser subestimados ni deben ser sobreestimados. No se puede gobernar “sin” los medios y es muy difícil hacerlo con ellos “en contra”. Pero tampoco se debe gobernar “con” los medios y mucho menos “por” o “para” su beneplácito. A los fines de un justo equilibrio, los gobernantes deben conocer y entender las relaciones con los dueños de los medios y con sus periodistas. (Graglia,2004, Pág. 47)

Es momento entonces de identificar algunas de las PP en relación a la Economía Popular (en adelante EP) y sus actores, dentro de la Economía Social y Solidaria (en adelante Esys) No cabe mencionar aquí el origen de estas políticas en el contexto internacional, sino que es menester describirlas en el contexto regional, en especial en nuestro país.

En América Latina, la creciente relevancia de la Esys se encuentra motivada fundamentalmente por la conjunción de dos movimientos: el

mayor excedente de mano de obra urbana y calificada, consecuencia de la crisis de desarrollo iniciada en la década del 70, y la existencia de movimientos sociales significativos, comprometidos con propuestas económicas alternativas al modo de producción capitalista, acompañando la búsqueda de estos segmentos excluidos de la población(Castelao Caruana,2015,pag.358)

En Argentina, en el año 2001, luego de la crisis derivada en una grave situación socioeconómica y social que implicó gravísimas consecuencias en todos los sentidos, recién se instala el debate en torno a la acción pública.

A partir del año 2003 se logra una nueva definición de los problemas sociales que se reflejó en el diseño y formulación de las políticas públicas nacionales al tiempo que el Estado comenzó a recuperar parte de sus funciones de regulación económica, redistribución de la riqueza y atención de las necesidades sociales”. (Castelao Caruana, 2015, pag.360)

“Se inicia allí una novedosa manera de relacionarse el estado con los movimientos sociales incorporando sus reclamos directos en la agenda estatal” (Castelao Caruana, 2015, pag.360). La Inclusión de la Esys en el diseño de las políticas públicas busco dejar de lado el enfoque asistencial de la década de los 90 y transformarlo en un enfoque centrado en la participación social y el empleo como un medio para acceder a bienes y servicios básicos. “Este proceso implicó la inclusión en las políticas públicas de una multiplicidad de actores económicos y de formas organizativas heterogéneas denominadas por el Estado como economía social”. (Castelao Caruana, 2015, pag.361)

Estas políticas públicas tomaron como bases iniciativas que la sociedad había adoptado como medio de subsistencia, con normas asociativas de organización para la

producción: emprendimientos auto gestionados individuales y asociativos, empresas recuperadas y huertas comunitarias; o bien concretadas en experiencias auto gestionadas de intercambio: club del trueque, ferias francas (identificándose en algunos casos con los valores y principios de la economía social y solidaria); o canalizando los reclamos a través del movimiento de piqueteros o de las asambleas barriales.

En lo que refiere a la legalidad , las Políticas públicas aplicadas a la Esys, en nuestro país, no tenían un marco respaldatorio originariamente, en la Constitución Nacional Argentina, por ejemplo, no hay mención de la Esys ni de las formas jurídicas que la componen, sin embargo, las cooperativas y, en algunos casos, las mutuales se encuentran incluidas en las constituciones de la mayor parte de las provincias, así como en la legislación nacional y provincial, teniendo también muchos obstáculos en omisiones que terminan limitando o discriminando su participación en algunas áreas. En el año 1996, se crea el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES) como el organismo dependiente del Ministerio de Desarrollo Social que ejerce las funciones que le competen al Estado en materia de promoción, desarrollo y control de la acción cooperativa y mutual, disolviéndose así el Instituto Nacional de Acción Cooperativa y el Instituto Nacional de Acción Mutual, creado precedentemente. Se promueve entre 2004-2008 tres leyes que incorporan en sus textos el término “economía social”: las leyes de Monotributo Social (ley 25 865), Promoción del Microcrédito para el Desarrollo de la economía social (ley 26 117) y Marcas Colectivas (ley 26 355).

Estas leyes “surgieron como instrumentos complementarios, aunque no exclusivos, de los programas públicos dirigidos a promover la reinserción social de las personas a través del trabajo autogestionado y forman parte del reconocimiento institucional y apoyo público que recibe la Esys”. (Castelao Caruana, 2015, Pag.366)

A lo largo del período 2003-2015, el Estado Nacional desarrolló Planes y programas como: el Plan Nacional de Desarrollo Local y Economía Social, lanzado en 2004, dependiente del Ministerio de Desarrollo Social (MDS) que buscaba apoyar técnica y financieramente a través del otorgamiento de subsidios para herramientas de trabajo, a los emprendimientos productivos, organizaciones, redes y espacios asociativos que fortalecieran procesos locales de desarrollo. Otro programa destacado lanzado desde ese ministerio fue el programa Ingreso Social con Trabajo (o Argentina Trabaja), en el 2009, con un fuerte impulso dado a las cooperativas de trabajo, así como a redes y espacios asociativos de manera de incrementar el capital social. En el 2013 se instrumentaliza, dentro del Programa, una línea específica para mujeres jefas de hogar con tres o más hijos a cargo, en situación de vulnerabilidad. En el año 2009, se creó la Asignación Universal por Hijo fue creada en el año 2009 con el fin de ampliar el alcance de las asignaciones familiares contributivas a sectores que hasta el momento habían estado relegados.

Los planes y programas se fueron incrementando a través de los años, algunos afianzando, también cambiando de un Ministerio a otro, o a depender de una secretaria o subsecretaría diferente. Durante los años del gobierno posterior: 2015 a 2019 se mantuvieron la mayoría de ellos, cambiando si las dependencias que lo gestionaban, y también la perspectiva en algunos de los programas focalizados en el desarrollo individual, más que en el desarrollo colaborativo o cooperativo.

Retomando a Castela Caruana, (es necesario aclarar que su investigación fue tomada en este documento como desarrollo del marco teórico y no como antecedente) la misma señala que no todas estas PP denominadas por los gobiernos de estas etapas como de “economía social”, cumplen con los principios teóricos de una política social y solidaria, a su entender solamente algunas de ellas podrían encuadrarse dentro de esa concepción,

siendo otras, solo PP de EP. En relación a ello, observó, un marcado incremento de acciones públicas que incorporaron conceptualmente a la Esys pero que se muestran dirigidas a la generación de empleo y la inclusión social antes que, al desarrollo endógeno de las experiencias de Economía Social, acompañado por una desarticulación entre políticas y lineamientos nacionales, provinciales y municipales.

Vale entonces establecer alguna diferencia conceptual entre la Esys y la EP según a autores seleccionados. En primer lugar, citando a Coraggio (2016),

La EP es entendida como aquel segmento de la estructura social que se encuentra subordinado, insertado en el conjunto del sistema, y que no puede plantear por sí mismo un proyecto de desarrollo independiente, se refiere a la economía de los trabajadores, miembros de la sociedad cuyas unidades domésticas dependen de la realización de sus capacidades de trabajo para obtener su sustento. Se entiende entonces que, la economía popular, como economía del trabajo, constituiría la base para una “Esys”, que se opone como economía de capital. De esta manera, la centralidad no se sustenta en el tipo de actividad que realizan los destinatarios sino en que las mismas reproducen sus vidas. (pag.18)

Es la economía empírica de los trabajadores, dependientes o autónomos, de los que viven o quieren vivir de su trabajo, es la economía de sus familias, comunidades, asociaciones, organizaciones y redes de cooperación o ayuda mutua, formales o informales. Visto en general, su funcionamiento real requiere de producción para el autoconsumo y el intercambio basado no solo en los ingresos derivados de sus trabajos sino también la percepción de transferencias monetarias (como, por ejemplo, en Argentina la Asignación Universal por Hijo) o el acceso gratuito o

subsidiado a los bienes públicos (educación, salud, transporte, etc.), así como activos productivos (máquinas, herramientas) y bienes de consumo/producción durable (viviendas, tierra) (Coraggio,2016,pag)

En Argentina fue creado en los últimos años El ReNaTEP (Registro nacional de Trabajadores de la EP) cuyo objetivo principal es registrar a los/as trabajadores/as de esta economía en su conjunto y generar datos unificados que permitan dar cuenta de las características de la población, las formas de organización de las unidades productivas, la distribución territorial y las ramas de actividad en las cuales desarrollan sus tareas para poder pensar, planificar y desarrollar políticas públicas destinadas a este sector. Junto con ello se crearon el Registro Nacional de Cuidadores Domiciliarios y Registro Nacional de Comedores y Merenderos Comunitarios (ReNaCOM) y el Registro Nacional de Promotores Territoriales de Género y Diversidad a Nivel Comunitario (a cargo del nuevo Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad).

Las ocupaciones registradas en ReNaTEP comprenden: trabajador/a de comedores y merenderos comunitarios, servicios de limpieza, agricultor/a, vendedor/a ambulante, albañil / durlero, ayudante /auxiliar en obras de construcción, peluquería / depilación /manicura /masajista, asador /cocinero/a, feriante, producción de alimentos. Como dato ilustrativo, se indica en los últimos informes publicados a agosto 2021, la mayor parte de los trabajadores se registran en Servicios personales y otros oficios, servicios sociocomunitarios, en su mayoría comedores comunitarios, comercio popular y trabajos en espacios públicos.

Otro organismo con fuerte respaldo en los últimos años, ha sido el Instituto Nacional de la Economía Social (INAES), que es un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Economía, el cual cuenta con autonomía técnica, operativa y de gestión. El objetivo del INAES es instrumentar políticas públicas de fomento al sector social de

la economía, con el fin de fortalecer y consolidar al sector como uno de los pilares de desarrollo económico del país, a través de la participación, capacitación, investigación, difusión y apoyo a proyectos productivos del sector social. El sector social está constituido por todas las formas de organización social para la producción, distribución y consumo de bienes y servicios socialmente necesarios, como los ejidos, comunidades, organizaciones de trabajadores, cooperativas, empresas que pertenezcan mayoritaria o exclusivamente a los trabajadores entre otros que se encuentran legalmente constituidos.

De PP en la gestión del Gobierno actual, con el presidente Alberto Fernández se puede enumerar algunas que tuvieron alto impacto en la ciudadanía especialmente en la etapa de pandemia, durante el año 2020. Ellas son:

- El ingreso familiar de Emergencia (IFE) destinado a desocupados, trabajadores informales de casas particulares, monotributistas de las categorías más bajas y monotributistas sociales. Este programa tuvo dos desembolsos durante el año 2020, alcanzó al 54% de las personas en edad laboral, es decir aproximadamente 8,3 millones de beneficiarios.
- Programa de Asistencia al Trabajo y la Producción. Incluyó: postergación o reducción de hasta el 95% del pago de las contribuciones patronales al sistema integrado previsional argentino. Salario complementario: es una asignación que paga el Estado Nacional para los trabajadores en relación de dependencia del sector privado. Crédito a tasa cero para monotributistas y trabajadores autónomos sin ningún costo financiero. Crédito a tasa subsidiada para empresas. Sistema integral de prestaciones por desempleo.

Otras políticas fueron destinadas a la incorporación de cooperativas y mutuales al Sistema de información de proveedores (SIPRO) para ser contempladas en las

licitaciones públicas del Estado Nacional para adquisición de bienes y servicios; por las otras acciones de apoyo técnico y logístico a productores familiares y pueblos originarios para el traslado de los bolsones con hortalizas agroecológicas, a fin de facilitar el abastecimiento de alimentos durante la pandemia. En el mes de septiembre se comenzó a promover “Mercados de Cercanía” destinados al fomento de estrategias de comercialización de productos y/o servicios brindando equipamiento, capacitación, apoyo económico, servicios de adecuación de espacios, logística y comunicación a unidades productivas y cooperativas de todo el país.

El sector de la Esys contó con créditos subsidiados para las organizaciones asociativas y con subsidios menores para los trabajadores autogestionados a través del PTA (potenciar trabajo) y el PTAJ (potenciar trabajo joven)

El Programa Acompañar, destinado a promover la autonomía de las mujeres y LGBTI+ que se encuentran en riesgo en contextos de violencias de género, fuertemente incrementados por el encierro.

De todas las PP mencionadas, financiadas y gestionadas desde el gobierno nacional, existen tres políticas públicas en la provincia de Corrientes registradas dentro del observatorio de políticas públicas de economía popular, social y solidaria ellos son: Corrientes Emprende. Emprendedores Taragüi y Emprendedores somos todos.

En el discurso con el que dio inicio a sesiones ordinarias del Congreso del año 2022, el presidente de la Nación, Alberto Fernández, informó el estado de la Nación, tal como dispone la Constitución Nacional en su artículo 99º, y anunció una serie de acciones que su gobierno pretende encarar durante este año .Entre ellos hay especial atención en lo que se refiere a la economía popular, hizo hincapié en reconocer y registrar las actividades de la denominada “economía popular”. Además, se comprometió a “impulsar su inclusión a través del monotributo productivo” con el fin de simplificar la

formalización de los trabajadores de este sector. Expreso la necesidad de convertir los planes sociales en empleo formal recurriendo a la formación en oficios, capacitación y fomento de la terminalidad educativa mediante la registración de la economía popular. Al momento de realizar este primer avance en la investigación se encuentran en proyecto un nuevo IFE (ingreso familiar de emergencia), dada la situación de crisis que se vive en Argentina como consecuencia de altos índices de inflación, pobreza y desempleo.

Realizar un enmarcamiento teórico para abordar la investigación, como sus antecedentes, ha permitido un recorrido por varias cátedras de esta carrera, buscando aportar desde la redacción de este documento a un aspecto que, a nivel local, específicamente de la ciudad en la que se cursa la misma, no existen investigaciones publicadas en ninguna de las directrices que esta trata.

Se espera a partir de este trabajo, aportar a la visibilización y análisis de algunos temas como la Comunicación Gubernamental como un subsistema de la Comunicación Política, la percepción de los trabajadores de la economía popular local sobre la gestión de políticas públicas del actual gobierno y la percepción de la imagen presidencial del Presidente Alberto Fernández en un contexto determinado, la ciudad de Monte Caseros, Corrientes, durante el periodo marzo 2021-2022. La tarea es abarcativa, pero comprende una visión académica que resulta para el investigador sumamente interesante.

Pregunta de Investigación

¿Cómo perciben los trabajadores de la Economía popular de la Ciudad de Monte Caseros la imagen presidencial de Alberto Fernández y la gestión de las políticas

públicas de su gobierno en relación a su sector durante el periodo comprendido entre marzo 2021-2022?

Objetivos.

General: Analizar la percepción de los trabajadores de la economía popular de la ciudad de Monte Caseros sobre la imagen presidencial de Alberto Fernández y la gestión de las políticas públicas de su gobierno en relación a su sector, durante el periodo comprendido entre marzo 2021-2022.

Específicos:

- Indagar el grado de conocimiento que poseen los trabajadores acerca de las políticas públicas implementadas por la gestión del gobierno de A F. en relación a su sector.
- Describir tipos de actividades que realizan los trabajadores de la economía popular de la ciudad de Monte Caseros.
- Identificar el grado de identificación política partidaria que poseen estos trabajadores.
- Describir las características argumentativas de apoyo o desacuerdo con las políticas públicas de la gestión del gobierno y las apreciaciones positivas o negativas referentes a la imagen presidencial.

Métodos

Diseño.

Desde un abordaje de tipo descriptivo (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, (2010) se analizarán las percepciones de los trabajadores de la Economía Popular de la Ciudad de Monte Caseros, Corrientes respecto de las políticas públicas implementadas para el sector al que pertenecen junto a la imagen presidencial de Alberto Fernández.

El enfoque del diseño es de tipo mixto. Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (Hernández Sampieri, 2010, pág. 593)

En referencia al aspecto cuantitativo, se utilizará la encuesta, se realizará la misma “cara a cara”, es decir será el investigador quien administre el instrumento a 20 personas de la economía popular de la ciudad de Monte Caseros, Corrientes.

En referencia al aspecto cualitativo, se entrevistará a 4 trabajadores de la economía popular.

El tipo de diseño será no probabilístico e intencional, de corte transversal.

En los no probabilísticos, la elección de los elementos no depende de la posibilidad de elección, sino de las causas relacionadas con las características de la investigación o del investigador. No se procede con fórmulas de probabilidad, sino desarrolla a partir de

la toma de decisiones a cargo de una persona o un grupo de personas. (Vieytes,2004, Pag.4)

“Los diseños de investigación Transversales recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede” (Hernández Sampieri, 2010, pag.151)

Participantes

La unidad de análisis la componen trabajadores de la economía popular de la ciudad de Monte Caseros, Corrientes.

La muestra se centrará 24 trabajadores de Economía Popular.

Para Ruth Vieytes (2004), “una muestra corresponde al conjunto de unidades que se extraen del marco muestral que representa la conducta del universo en su conjunto, se llama muestra representativa a aquella que refleja en sus unidades lo que ocurre en el universo”. (pág. 2)

Instrumentos

Encuesta: Para cumplir los objetivos específicos, en el aspecto cuantitativo, se propuso mediante la técnica de la encuesta, la implementación de un cuestionario conformado por preguntas cerradas de fácil comprensión.” Las preguntas cerradas son aquellas que tienen opciones de respuestas previamente delimitadas, resultan más fáciles de codificar y analizar”. (Hernández Sampieri, 2010, pag.217)

Entrevista: Para analizar también los objetivos específicos desde el punto de vista cualitativo se utilizó cuatro entrevistas, semiestructuradas. “Las entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la

libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información”. (Hernández Sampieri, 2010, pag.403)

Análisis de datos

En una primera instancia, se presentaron los antecedentes en relación a las variables de este estudio, también un marco conceptual de las mismas. El análisis de datos se realizará, de manera mixta analizados datos de medición estadística y numérica (tipo cuantitativa), y al mismo tiempo, un análisis descriptivo de los recursos utilizados (tipo cualitativo).

Ficha técnica	
Alcance	Descriptivo
Enfoque	Mixto
Técnicas	Entrevista y encuestas
Población	Trabajadores de la EP de Monte Caseros
Selección muestral	No probabilístico, intencional, transversal
Muestra	20 encuestas a trabajadores de la EP de Monte Caseros, Ctes. 4 Entrevistas a trabajadores de la EP de Monte Caseros, Ctes.

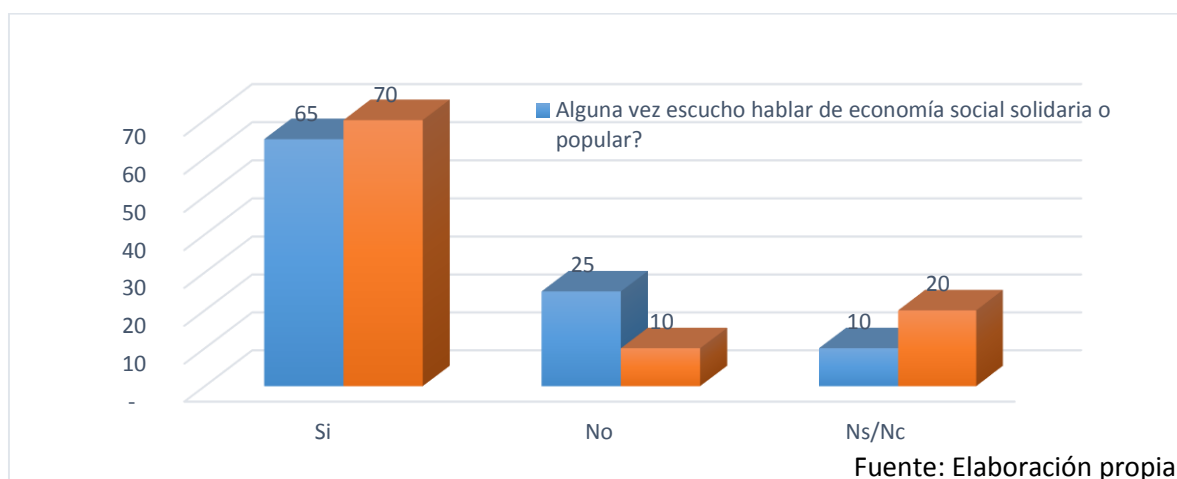
Resultados

Comenzamos esta exposición de resultados, siguiendo el orden de los objetivos específicos de este trabajo.

Primero, al indagar el grado de conocimiento que tienen los trabajadores de la EP de la ciudad de Monte Caseros, acerca de las PP implementadas para su sector, y si se consideran incluidos en las mismas; observamos que el mayor porcentaje de los encuestados conoce estas políticas. En cambio, un porcentaje menor que expresó no conocer las mismas, respondió que si se considera incluido en la EP.

Figura 1.

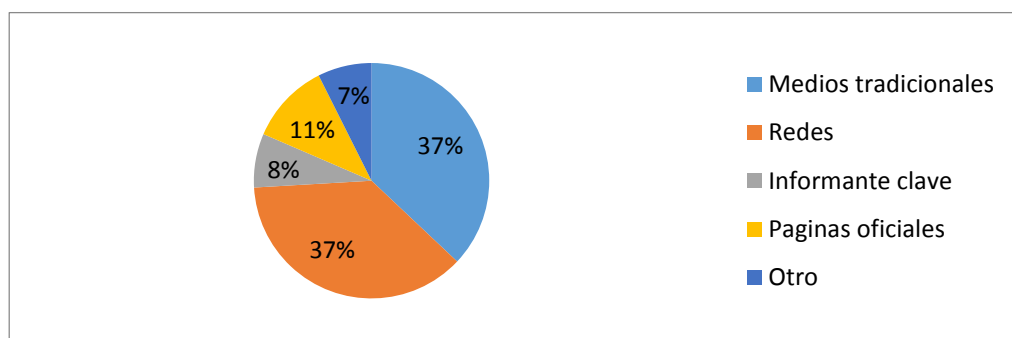
Grado de Conocimiento de las políticas públicas para la economía popular.



Como se muestra en la figura 2, las fuentes de información más utilizadas para informarse sobre las políticas públicas para su sector son los medios tradicionales y las redes.

Figura 2.

Fuente de Información de las políticas públicas para la economía popular.

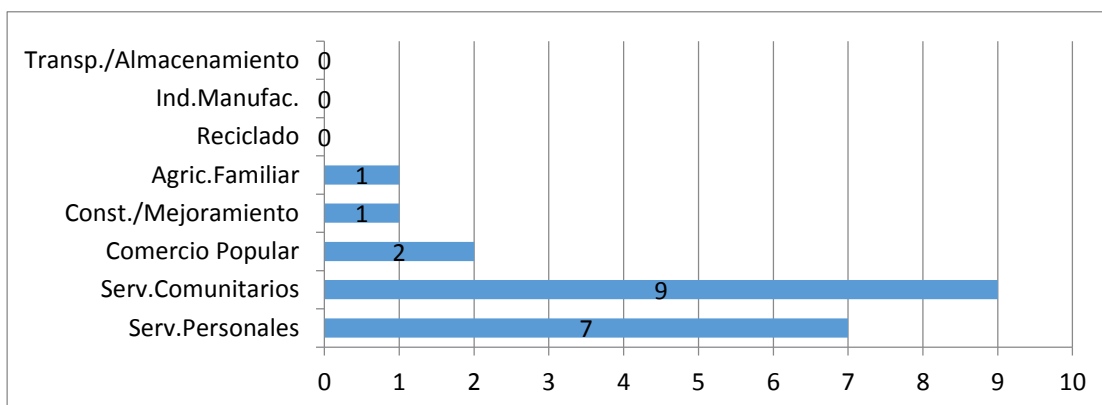


La figura 3, nos muestra que la mayoría de los trabajadores realizan actividades como: limpieza (que pertenece a la rama de actividad: servicios personales según ReNaTEP), atención de merenderos, comedores comunitarios y apoyo escolar (que pertenecen a la rama servicios socio comunitarios).

El resto de los trabajadores, como se consigna en la figura, se distribuyen entre feriantes, (rama: comercio popular), pescadores (rama: agricultura familiar o campesina) y electricista (Construcción infraestructura social y mejoramiento ambiental.)

Figura 3.

Actividades de la economía popular según clasificación del ReNaTEP.

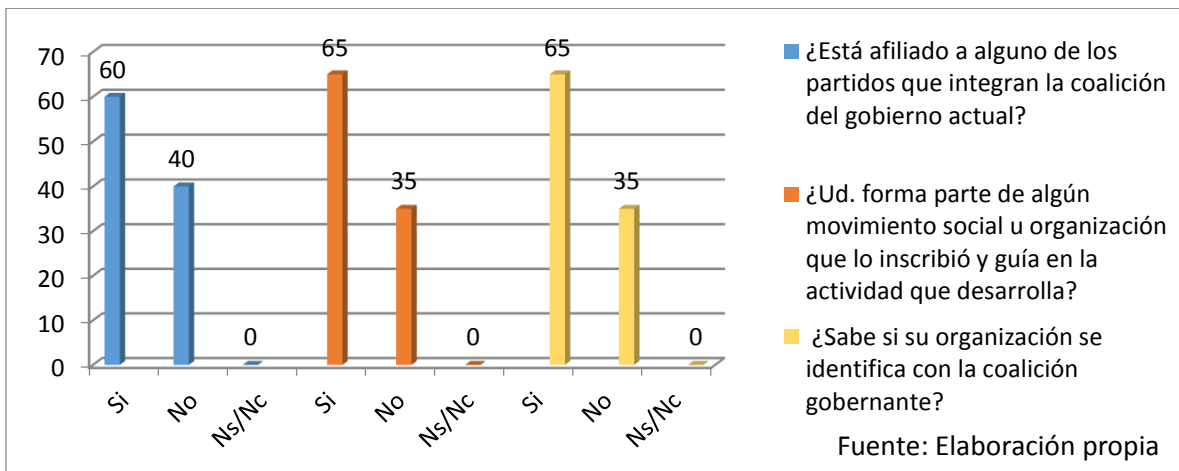


Fuente: Elaboración propia

En la figura 4, los encuestados mayoritariamente reconocen que la organización a la que pertenecen se identifica con el gobierno actual. Un 60% de ellos se encuentra afiliado a algunos de los partidos de la coalición del gobierno actual.

Figura 4.

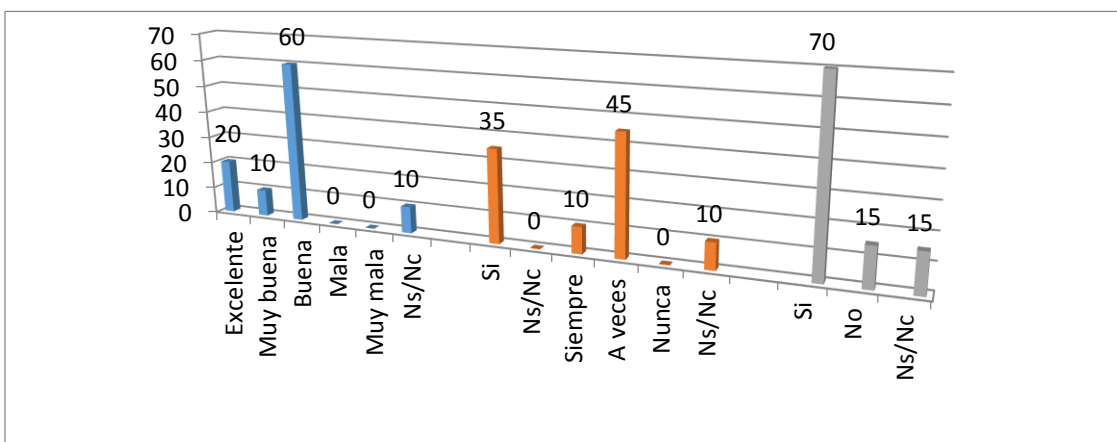
Identificación política partidaria de los trabajadores y organizaciones.



Respecto de la valoración de la imagen, del Presidente Alberto Fernández, ninguno de los encuestados la califica negativamente. Se observan variantes entre buena, muy buena y excelente; como así también un 70% cree que se ocupa de los sectores más vulnerables. Con respecto a la credibilidad de sus anuncios se destaca que la respuesta por el sí, representa un porcentaje muy bajo en comparación a las valoraciones positivas anteriores.

Figura 5.

Percepción de la Imagen

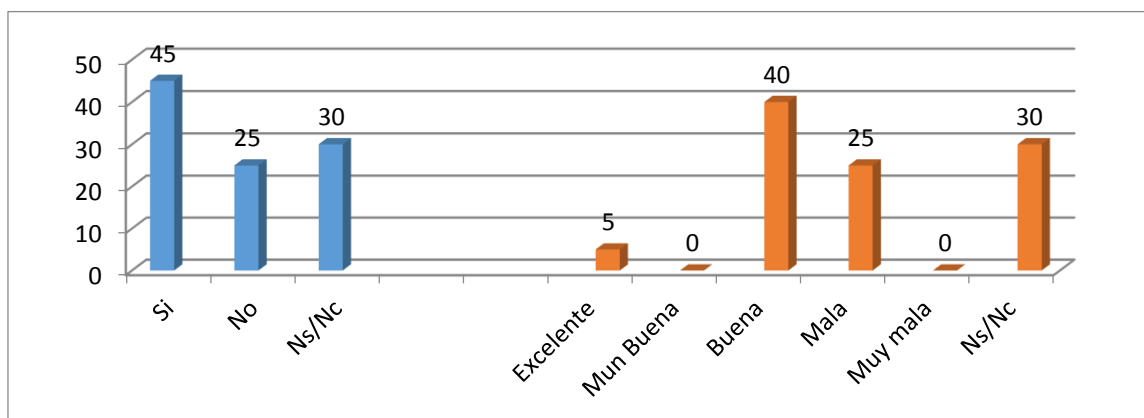


Fuente: Elaboración propia

Cuando se consultó sobre si las políticas públicas para la economía popular eran suficientes, menos de la mitad de los encuestados consideró que sí, sosteniéndose ese porcentaje para evaluarlas entre: excelentes y buenas. Se observó además que un 30 % no las evalúa ni las califica.

Figura 6.

Percepción y valoración de las políticas públicas para la EP



Fuente: Elaboración propia

En este apartado de resultados que se desprenden de las entrevistas realizadas, se establecieron categorías que permitieron un análisis más ordenado del aspecto cualitativo, buscando rescatar por un lado la importancia de su elección y por el otro, la posición de los entrevistados frente a los interrogantes planteados. Las cuatro entrevistas se realizaron a: dos trabajadores comunitarios, una trabajadora de la agricultura familiar y campesina y otra a un trabajador de mutual. Se expone a continuación lo recabado en esta etapa.

Categoría 1: Conocimiento de las políticas públicas destinadas a la Economía Popular: Alcance de la Comunicación Gubernamental.

Para comenzar se preguntó ¿Conoce Ud. las políticas públicas destinadas a la economía popular que implementa el gobierno de Alberto Fernández?

“Conozco varias de ellas que tienen que ver con la recuperación del empleo y sobre todo aquellas destinadas a pequeños productores o emprendedores”. (Entrevista 2)

“Si conozco son políticas basadas en la justicia social, destinada a las personas que menos tienen, es la base del Movimiento Justicialista hoy Frente de todos” (Entrevista 3)

Buceando en la manera en que ese conocimiento llega a los destinatarios se consulta:
¿Cómo se informa de esas políticas públicas?

“Actualmente no. Siempre estuvimos informados por nuestros referentes locales, el referente provincial hacia reuniones y también solía venir o iba nuestro delegado” (...)
“no hay información sobre créditos como antes por ejemplo para comprar Nylon para los invernáculos, que son costosos...” (Entrevista 1)

“Dentro de lo posible trato de mantenerme informado, regularmente ingreso a las páginas web de los ministerios, como Trabajo o Desarrollo Social para interiorizarme. También Redes sociales, páginas webs”. (Entrevista 2)

“Si siempre trato de estar informado, sobre estas políticas y de todo en general, todas las mañanas leo portales digitales por internet” (Entrevista 3)

Categoría 2- Actividades de la economía popular en la que se desempeñan: Forma y tiempo de acceso a la economía popular, cobertura de los ingresos.

Si bien uno de los objetivos se centró en describir el tipo de actividad que realizan los trabajadores de la economía popular y desde las encuestas tenemos un parámetro medible, interesó dar un soporte desde las entrevistas de ampliación y de profundización de esta categoría. Es así que se consultó a cada entrevistado si se reconoce como parte

de la economía popular, la actividad que desempeña en la misma, desde cuando está en ella y si los ingresos son suficientes para cubrir sus necesidades.

¿Pertenece Ud. al sector de la economía popular? ¿En qué actividad se desempeña?

¿Desde cuándo?

“Pertenezco al Sector de Agricultura familiar...” ... “lo principal que realizamos siempre es la producción de verduras, porque mi marido y yo siempre hicimos eso” ...

(Entrevista 1)

“Si pertenezco a ese sector porque no cuento con un empleo formal. Desde que esta organización empezó en la Ciudad, hace más de un año. Me desempeño brindando servicios administrativos como realización de proyectos y otros aspectos relacionados con las nuevas tecnologías” (Entrevista 2)

“Si sé que pertenezco por desempeñarme en una Asociación Mutual de Servicios fúnebres y cementerio”. (Entrevista 3)

“Si, trabajo en una organización hace cuatro años” “realizo trabajo social en distintos barrios de mi localidad”. (Entrevista 4)

¿Cómo se inscribió o gestionó el ingreso a esta actividad?

“El Intendente Galantini en el año 2009 por ahí, llamó a reunión en la escuela del paraje y nos fue informando junto al secretario de desarrollo local y una asistente social como era lo de pertenecer a la Agricultura familiar. Nos organizó, ayudó a gestionar tanto el monotributo social, como las perforaciones de agua para los que no tenían, créditos para comprar los plásticos para invernáculos, y herramientas entre otras cosas”. (Entrevista 1)

“Por ofrecimiento de referentes sociales”. (Entrevista 2)

“Ingresé hace 20 años por recomendación de la comisión de la mutual”

(Entrevista3)

“Porque me atrae la política social me acerque a esta fundación”. (Entrevista 4)

¿Cree que es beneficioso pertenecer a este sector de economía popular?

“Como te expliqué anteriormente, ahora no tenemos beneficios, antes si, por ejemplo, gracias al monotributo social yo me pude jubilar en su momento, sacar créditos para aumentar la producción de verduras y comprar herramientas que no teníamos o estaban viejas”. (Entrevista 1)

“El principal beneficio creo es la experiencia en la gestión de programas y en el acompañamiento a emprendimientos personales o comunitarios” (Entrevista 2)

“El beneficio es que es un trabajo y eso es muy importante tener. Además, esta mutual siempre está bien organizada” (Entrevista 3)

“Si por el acceso a diversos programas que me brinda el estado”. (Entrevista 4)

En lo que respecta a la pregunta acerca de si los ingresos percibidos son suficientes para cubrir las necesidades básicas y si realizan otro tipo de trabajo por fuera de esta actividad, los entrevistados presentan respuestas notablemente diferentes: dos de los cuatro encuestados responden que sus ingresos les alcanzan para cubrir sus necesidades, sin embargo, los otros dos indican que no, uno de ellos realiza trabajos de manera particular, sin embargo, la otra entrevistada a quien los recursos no le alcanzan expresa que no realizar otra actividad.

Categoría 3: Identificación política.

A los fines del tercer objetivo específico y además para conocer desde que lugar realizaron las apreciaciones los entrevistados sobre la percepción de las políticas

públicas del gobierno, siempre referidas a las economías populares y a la imagen del presidente Alberto Fernández. Se preguntó:

¿Es Ud. afiliado o milita en alguno de los partidos que integran la coalición de gobierno actual? ¿Cómo se afilió y por qué?

“No, no soy afiliada a ningún partido político”. (Entrevista 1)

“Sí. Me afilie al partido justicialista hace mucho tiempo por convicción”.
(Entrevista 2)

“Si me afilié hace mucho tiempo al partido justicialista por convicción y porque vengo de familia justicialista”. (Entrevista 3)

“Estoy afiliada y si soy una militante en una fundación que se identifica con el gobierno actual”. (Entrevista 4)

Categoría 4: Percepción de las políticas públicas destinadas a la economía popular y de la Imagen presidencial.

En esta categoría se buscó sondear los aspectos (positivos y negativos) que permiten por un lado calificar la imagen presidencial y por el otro las políticas públicas implementadas para la economía popular.

Se preguntó: ¿Cómo evalúa la imagen del presidente Alberto Fernández durante el periodo marzo 2021 y lo que va de este año? Justifique su respuesta

“Para mi tiene una buena imagen”, ... “La imagen de este presidente es de esperanza pese a los problemas. El da esperanza”. (Entrevista 1)

“La evaluó como buena, la pandemia de Covid fue una situación que marcó la vulnerabilidad de sectores más desprotegidos por lo que el presidente se vio obligado a

implementar políticas públicas específicas pero que solo sirven de paliativas. El gesto es bueno, pero no alcanza. (Entrevista 2)

“Es una imagen pobre, se percibe que tiene buenas intenciones, que trabaja para lograr mejoras, lo marcan sus discursos, pero la ejecución no siempre llega o llega tarde”. (Entrevista 3)

“Una imagen negativa por causa de la pandemia”. (Entrevista 4)

El siguiente interrogante que buscó ampliar la pregunta anterior fue ¿Cree que es un buen presidente?

“Si, creo que es buen presidente, hace muchas cosas para poder mejorar, en la pandemia buscó ayudar a todos los sectores y sigue buscando soluciones con los precios de los alimentos...” (Entrevista 1)

“Podría decir que regular. Hay un sector importante de la población, en la cual me incluyo, que esperaba políticas más profundas de mayor impacto...” (Entrevista 2)

“Creo que demostró no ser lo que parecía al inicio de su gestión, a medida que pasa el tiempo creo que pasa a ser floja su gestión, por lo mismo que exprese antes no ejecuta lo que promete...” (Entrevista 3)

“Regular, puede mejorar la gestión”. (Entrevista 4)

Continuando con las percepciones de los entrevistados, se preguntó:

¿Considera que la gestión del gobierno promueve mejoras para las economías populares? ¿Puede dar un ejemplo de lo que tiene en cuenta para afirmar/negar su respuesta?

“Se ve que sí, porque continúa con los planes y programas del Gobierno de los Kirchner y en la pandemia implementó ayudas para el sector...” (Entrevista 1)

“Si, creo que se preocupa, un ejemplo de ello es el refuerzo de ingresos o aquellos programas para emprendedores o capacitaciones para los jóvenes”. (Entrevista 2.)

“Yo creo que si, a través de sus distintos ministerios se gestionan un montón de políticas para mejorar la vida de todos, pero algo no se está haciendo bien porque no logra mejorar la calidad de vida de la población en general”. (Entrevista 3)

“Si, mi actividad en la organización me permite ver que se amplían e incrementan algunos programas”. (Entrevista 4)

¿Cómo evalúa Ud. la gestión de las políticas públicas del gobierno actual referentes a la economía popular? Señale algunos aspectos positivos y negativos.

“Las políticas públicas de la economía popular ahora son menos que las del gobierno anterior de ese mismo partido político, o por lo menos ahora no llegan a nivel local como antes. Positivas que siguen estando y en algunos casos se incrementan como ser los que trabajan en las tareas comunitarias y cooperativas o mutuales. Negativas que algunas bajan por ONG o movimientos sociales o políticos y solo informan a su sector, no generalizan”. (Entrevista 1)

“En general creo que son políticas positivas de buen alcance nacional. Como positivo rescato lo federal de los programas, como negativo la falta de articulación para insertar en la economía formal a muchos que no cubren sus necesidades solamente con los programas de la economía popular”. (Entrevista 2)

“El aspecto positivo es que esas políticas públicas existen, están legisladas y son un norte para el gobierno. Los aspectos negativos son: Que no cumplen en todos los casos

la función de trabajo como tal, es decir a la mayoría de los trabajadores de esas economías están debajo de la línea de pobreza. (...) no llegan a todos los que las necesitan, las bajadas a los territorios están en manos de agrupaciones políticas o gremios o movimientos sociales, y van solo a sus partidarios. Por último, (...) es que no se convierten en fuentes de trabajo genuino". (Entrevista 3)

"Lo positivo: los planes y programas que apuntan a los sectores vulnerables y los accesos a derechos que tienen las personas..." (...) "llega alguna clase de ayuda económica a la mayoría de la población popular". "Negativo: la inflación y falta de empleo, no se genera ni hay fuentes de trabajo y eso es lo que más falta en Argentina". (Entrevista 4)

Discusión

En este apartado comenzaremos analizando las percepciones de los trabajadores de la economía popular sobre la imagen presidencial de Alberto Fernández y la gestión de las políticas públicas de su gobierno en relación a este sector durante el periodo comprendido entre marzo de 2021 - 2022.

Para arribar a los resultados del mismo, se recorrió un camino teórico que abarca desde la CG pasando por conceptualizaciones de Imagen presidencial, políticas públicas y economía popular.

Respecto de la imagen Capriotti (1992), la define como “una representación mental que se forma en el sujeto receptor” (pág. 47) y, por lo tanto, “este proceso de formación de imagen se va construyendo desde el mismo según su percepción de la información recibida desde el exterior” (Capriotti 2006, pág., 48). Otra de las variables de este manuscrito se refiere también a la percepción sobre la gestión de las políticas públicas destinadas a la economía popular, en este aspecto retomamos a Graglia (2017) quien expresa que “la sociedad debe ser la primera destinataria de las políticas públicas, pero no la última, la última debe ser la persona humana” (...) “los seres humanos de carne y hueso que sufren las necesidades insatisfechas y los problemas irresueltos”. Claro está entonces que los trabajadores de la llamada EP de la ciudad de Monte Caseros, Corrientes, serían en nuestro caso, esos destinatarios. Es necesario señalar la fragilidad institucional del sector que expresa las profundas asimetrías para el desarrollo humano integral que se presentan en Latinoamérica y en nuestro país, sustancialmente desde la crisis económica social del año 2000.

El proceso de discusión continúa con el primer objetivo específico que plantea indagar el grado de conocimiento que poseen los trabajadores acerca de las políticas públicas

destinadas a su sector e implementadas por la gestión del gobierno actual, en ese sentido desde el trabajo de campo los resultados arrojan varios matices que resultan interesantes. Uno de ellos es que mucho de los encuestados dice desconocer las políticas públicas destinadas a su sector, sin embargo, al interrogarlos sobre si se sienten incluidos en la economía popular, tienen en claro, aunque no tengan conocimientos profundos sobre las mismas, que pertenecen a estas economías. Las cuestiones indagadas fueron varias y se infiere de las respuestas de ambos instrumentos de recolección de datos (encuestas y entrevistas) que la mayoría conoce y se informa sobre las PP, algunos hasta manifiestan conocer el porqué de su implementación.

En cuanto a los medios utilizados para informarse, aparecen en igual medida el uso de los medios tradicionales y las redes sociales. Retomamos entonces el análisis vertido en nuestro marco teórico: “La divulgación de las Políticas Públicas es imposible sin los medios de comunicación social (MECOS)... “los gobernantes deben conocer y entender las relaciones con los dueños de los medios y con sus periodistas”. (Graglia,2004, Pág. 47).

Pero las PP de un gobierno no solo deben ser divulgadas sino debe existir planes estratégicos de diseño de las mismas, que contemplen etapas de diagnóstico, decisión, dirección y finalmente de difusión, en este caso para el sector de la Economía Popular, no solo con fines propagandísticos, sino de información específica de herramientas e instrumentos para los trabajadores que desarrollan actividades al efecto.

Es importante destacar que una de las entrevistadas dice no tener más información sobre agricultura familiar y campesina, ello se debe a que durante la gestión del presidente Mauricio Macri, se tomaron decisiones que afectaron al sector, por ejemplo el desfinanciamiento de la secretaria de agricultura familiar de la nación, decisión que impactó en el territorio donde se lleva a cabo esta investigación y que no fue sostenida

por la gestión local desde el municipio, sin embargo si se sostuvo la feria del productor al consumidor donde estas personas continuaron vendiendo lo que plantan y sumaron otros productos caseros, buscando agregar valor a su producción de base. Al respecto la persona entrevistada concluye que esto es así porque existe una ordenanza municipal de creación de la asociación de pequeños productores y en la misma el lugar destinado a la comercialización de sus productos también está respaldado por una ordenanza, piensa que no les han quitado esa posibilidad por la norma legal de gestiones anteriores, es decir las normativas, la creación de espacios públicos adjudicados, es lo que permite la continuidad de la PP.

Trayendo a esta discusión el antecedente de María Dulce Enríquez Acosta. “El caso del Mercado Municipal Comunitario de San Carlos de Bariloche” (2020), podemos ver que este estudio concluye que: “durante los años 2005-2015 se diseñaron y ejecutaron políticas orientadas a promover la Agricultura Familiar (AF) con un carácter transformador al tensionar posiciones de poder en la ruralidad, (...) “allí se impulsaron las ferias y los mercados de la AF, brindando alternativas de consumo directo, productos más sanos y canales de comercialización más justos”.

También se indica que la experiencia estudiada permitió ver algunos aspectos como lo son el rol indelegable del estado municipal de San Carlos de Bariloche en la co-gestión del proyecto como así también la presencia preponderante de organizaciones de las Esys tanto de productores como de consumidores, esto último muy innovador desde la mirada de las PP lo que permite ver una superación del rol del estado local que en general no supera las etapas de controles bromatológicos y/o de habilitador de espacios para la comercialización. Tanto desde este trabajo de investigación como desde este antecedente podemos observar que aparece aquí la cuestión de los marcos normativos jurídicos como premisa de sostenibilidad de la acción del estado.

La muestra de este manuscrito, nos arroja otra fase de la indagación cuando en el segundo objetivo se consulta en qué actividades se desempeñan dentro de la economía popular. Encontramos que un sector importante se encuentra dentro de la denominación de servicios personales (se trata de agentes económicos que realizan una actividad autogestionada en forma individual-familiar o muchas veces asociados en cooperativas de producción, servicios y otros, contemplados en un régimen especial de la AFIP, que se denomina Monotributo Social) que se encuentran inscriptos mayoritariamente en servicios de limpieza. Otro importante número de trabajadores se desempeña en tareas comunitarias como: atención de comedores y merenderos, huertas comunitarias, enseñanza particular, desarrollo de proyectos, servicio administrativo y nuevas tecnologías (Todo ello según clasificación de ReNaTEP), registro implementado en el año 2020 con el objetivo de registrar a los trabajadores de la economía popular en su conjunto y generar datos unificados que permitan dar cuenta de las características de esta población, que tienen como denominador común la autogestión personal o asociada, es la piedra de toque para comprender la economía popular, social, solidaria. Entendiendo que surgió en los márgenes del sistema económico ortodoxo, y que su desarrollo está en plena transición conceptual, sistémica, normativa y cultural.

Para ampliar la mirada de estas actividades se preguntó en las entrevistas desde cuándo se encuentran desarrollando esa actividad, dos de ellos responden que llevan varios años en la misma, más de veinte el que se desempeña en una mutual de servicios fúnebre y cementerio, aproximadamente trece años la integrante de agricultura familiar y campesina. Los otros dos entrevistados ingresaron a la actividad desde la conformación de una asociación civil en la localidad hace aproximadamente cuatro años.

Para Coraggio (2016) la EP (...) “refiere a la economía de los trabajadores, miembros de la sociedad cuyas unidades domésticas dependen de la realización de sus capacidades de trabajo para obtener su sustento”. (pag.18). Actualmente esto es lo que está en tensión - en debate hoy, seguramente por ello el presidente Fernández en una alocución mencionada precedentemente hizo referencia a la “necesidad de institucionalizar el marco de la economía popular como sub-sistema del sistema económico”.

Es notorio como los dos entrevistados que llevan más tiempo dentro de la EP dicen además que sus ingresos son suficientes para mantener sus necesidades básicas satisfechas, en cambio los otros dos que se encuentran en las organizaciones cuya actividad se desarrolla desde hace menos tiempo y se centran en la rama de tareas comunitarias expresan que sus ingresos son insuficientes y que se mantienen allí por no tener trabajo formal, por los beneficios que le da pertenecer a esa organización o por compromiso con la militancia social. Se evidencia entonces que, a pesar de la gestión y proyección de las políticas públicas destinadas a este sector desde la asunción del gobierno de Alberto Fernández y el sostenimiento de otras creadas en gestiones anteriores, la precariedad laboral y la pérdida del poder adquisitivo de los ingresos aún persisten.

El tercer objetivo se enfocó en señalar el grado de identificación política que poseen los trabajadores de la EP. En este punto se buscó conocer concretamente si se identifican con algunos de los partidos que integran la coalición de gobierno, si es así cuando se afiliaron y porque, como así también si siendo parte de alguna organización conocen si la misma se identifica con alguno de esos partidos políticos. La encuesta arroja que el 65 % de los encuestados pertenece a una organización, los cuales manifiestan que esta se identifica con la coalición de gobierno actual y de este grupo un 60 % es afiliado a ese partido político, aquí no se indagó para saber si es una condición

estar afiliado para ingresar a dicha organización o si los ingresantes deben ser afiliados, sin embargo la diferencia de ese 5% que si pertenece a una organización no coincide con la cantidad de afiliados por lo tanto podría estar en duda la hipótesis antes señalada.

En el caso de las entrevistas, tres de ellos afirman estar afiliados al partido justicialista, dos al preguntarles desde cuándo y porque, señalan que hace tiempo se afiliaron por convicción, uno de ellos agrega además haber crecido en una familia peronista y la tercera afiliada dice que lo hizo por razones de pertenencia a la organización. La consulta de la afiliación política partidaria, pareció pertinente incorporarla dentro de los objetivos específicos de este estudio, en función de “transparentar” la posición de los encuestados-entrevistados-, otorgando de esa manera, mayor legitimidad a los planteos conceptuales que desarrolla el trabajo.

El cuarto y último objetivo: describir las características argumentativas de apoyo o desacuerdo con las PP de la gestión del gobierno y las apreciaciones positivas o negativas referentes a la imagen presidencial, nos revela una serie de apreciaciones, para conectarlas con nuestro objetivo general y pregunta de investigación.

Si volvemos a las consideraciones teóricas respecto de la imagen traemos aquí a Villafañe (1998), que expresa que es “La conceptualización más cotidiana que poseemos y quizás por ello, se reduce este fenómeno a unas cuantas manifestaciones” ... “comprende otros ámbitos que van más allá de los productos de la comunicación visual, implica también otros procesos como el pensamiento, la memoria, en suma, la conducta. (pág. 23).

Al interrogar tanto en encuestas y entrevistas sobre la percepción de la imagen presidencial durante el periodo marzo 2021-2022 las respuestas son en su mayoría positivas, los matices en las entrevistas se distribuyen en imagen de esperanza, buena

pero afectada por la gestión de crisis del Covid -19, negativa por causa de esa crisis y también hay una expresión de imagen “pobre”.

Estas manifestaciones negativas de pérdida de valor la imagen de dos de los entrevistados se asemeja al antecedente citado de Abduljad, Agustín (2020), en el que el autor concluye en que la percepción de la imagen presidencial decayó del 80% positiva al 28% según las personas de más de 30 años de la ciudad de Córdoba, Argentina durante ese periodo de crisis. La mayoría allí registra un resultado de imagen en amplio retroceso, sin embargo, en nuestro trabajo el 50% expresa como una justificación de ese decrecimiento de la imagen la etapa de pandemia por el Covid-19.

En las encuestas, el porcentaje mayor, el 90%, la califica entre buena, muy buena y excelente, solo el 10% no responde, es decir, no hay ninguna valoración negativa de la imagen del presidente.

Referido a si las personas consideran que Alberto Fernández es un buen presidente, las respuestas vinculan la percepción de la imagen con la percepción de gestión del gobierno, en ese sentido se observa que en un principio la imagen positiva se fue deteriorando a partir de aquellas cuestiones de gobierno que para la opinión de estos trabajadores no fueron resueltas como por ejemplo: que se esperaban políticas de mayor impacto en general, que hay promesas de mejores PP pero que no se ejecutan, que la gestión podría mejorar postulando en este caso, un grado de confianza hacia el futuro. Adentrándonos en los argumentos sobre la valoración de las PP de la gestión del actual presidente argentino, se consulta a través de las encuestas si son suficientes y cómo las evalúan, el 45% afirma que son suficientes para el sector, evaluándolas entre excelentes y buenas, otro porcentaje, del 25% las considera insuficientes y ese mismo grupo cree que las existentes son malas.

Hay un 30 % de la muestra que no responde estas preguntas, lo que puede ser resultado del desconocimiento, deducción a la que se llega, relacionándola con el interrogante sobre el grado de conocimiento que tienen los trabajadores sobre las PP destinadas al sector de la EP, oportunidad en que el 25% respondió desconocerlas. (Pregunta 1 de la encuesta que responde al primer objetivo). Destacamos a Graglia (2004) cuando expresa: "... sin información administrativa no hay comunicación y sin comunicación no hay difusión. Sin difusión no hay transparencia, y sin transparencia no hay satisfacción ni consenso social". (pag.121)

En las entrevistas se consultan aspectos positivos y negativos de la gestión de las PP referentes al sector de la EP, encontramos respuestas positivas que indican cuestiones como: la importancia de la continuidad, que se incrementan en algunos casos, que tienen alcance en todo el país, están legisladas, apuntan a sectores vulnerables habilitando el acceso a más derechos, etc.

Los aspectos negativos señalan por un lado que la bajada a los territorios no se hace de manera institucionalizada siempre, sino que llega por sectores como ONG, gremios y movimientos sociales lo que implica que para acceder se debe estar dentro o incorporarse a esos grupos. Otra razón negativa es que no han llegado a convertirse en trabajo formal, en genuinas fuentes de ingresos que permitan al sector salir de la línea de pobreza en la que se encuentra una mayoría.

Podría inferirse que las demandas percibidas en las respuestas de estos trabajadores reflejan lo expresado por Castelao Caruana, (2013) la mayoría de las políticas públicas estudiadas por esta autora dentro de nuestro país en los años 2003-2010, no logran alcanzar una meta que a su entender es superadora como lo es la Esys, que son organizaciones creadas para solucionar problemas económicos y sociales de sus miembros y/o su comunidad, cubriendo en muchos casos carencias y/o deficiencias a las

que el Estado y el mercado no dan respuestas. “No todas estas PP denominadas por los gobiernos como de “economía social”, cumplen con los principios teóricos de una política social y solidaria” (...) “solamente algunas de ellas podrían encuadrarse dentro de esa concepción, siendo otras, solo PP de EP”

Queda claro a partir de las entrevistas, que para los trabajadores, el gobierno actual del presidente Fernández promueve PP para su sector, lo manifiestan expresando que: continúa con lo iniciado durante la gestión de los Kirchner, que refuerza ingresos a través de mejoras económicas en esos programas pre establecidos, que promueve capacitaciones para sectores emprendedores y jóvenes estudiantes, que varios ministerios diseñan y gestionan políticas de mejoras , pero que sin embargo el objetivo de mejorar la calidad de vida para la población se desdibuja cada vez más por problemas como la crisis del Covid-19 y la actual inflación que hasta el momento no se ha logrado controlar.

A modo de conclusión podemos decir que, teniendo en cuenta nuestro problema de investigación y la etapa en la que se sitúa la misma (dentro de la pandemia y post pandemia) no podemos dejar de señalar que se percibe un alto grado de incertidumbre que afecta al conjunto de la sociedad especialmente en lo que se refiere a la economía. Estas personas, que participaron del estudio, pertenecen en su mayoría a sectores, como manifestamos anteriormente, de alta fragilidad de la sociedad, denotan en sus apreciaciones una valoración desde sí mismos, desde su situación personal y la de sus pares, como así también una mirada desde allí al conjunto de las políticas, en especial a aquellas en las que les permitan alcanzar una realización humanamente plena. Sus percepciones sobre la imagen presidencial en general son positivas, esperanzadoras, no obstante, su capacidad crítica se manifiesta señalando errores, marcando dificultades, macro y micro sociales, sentimientos de desilusión con las expectativas puestas en el

gobierno de Alberto Fernández, pudiendo incluso hacerlo dejando de lado sus simpatías o convicciones políticas. Resulta relevante, en una parte del estudio la asociación que realizan estas personas de los aspectos negativos de las PP por parte del gobierno con la situación de pandemia, así como lo hacen respecto del deterioro de la imagen presidencial. Tomando como referencia el artículo mencionado en nuestros antecedentes “Las políticas públicas de economía social y solidaria en la argentina durante la pandemia de la Covid- 19 Reflexiones preliminares para el caso del INAES en Argentina”, en el que se afirma que si bien durante 2020 el Gobierno argentino ha dado indicios de valorar la Esys , con un INAES jerarquizado, con mayor presupuesto y desempeñándose en la esfera del Desarrollo Productivo, (antes se desempeñaba en la esfera de Desarrollo Social) las mismas , en términos más generales, se siguen abordando de modo acotado, fragmentario y desarticulado. Es así que al finalizar este trabajo podemos afirmar que atendiendo a algunos de nuestros resultados este aspecto es coincidente pues se devela desde la percepción de los trabajadores de la EP de esta ciudad esa acotación, desarticulación y fragmentación en cuanto al acceso, conocimiento y posibilidad de mejorar la inserción de estos trabajadores a más y mejores PP para su sector.

Las limitaciones que se han encontrado en la redacción de este estudio se deben especialmente al escaso tiempo, al tamaño de la muestra que pudo resultar más significativa para plantear el conocimiento cabal de los actores del territorio, ampliar el concepto de economía social, solidaria, popular por un lado y de la multiplicidad de acciones en PP que se desarrollan en la actualidad por parte de organismos pertenecientes al gobierno nacional. Otra limitación fue la redacción del cuestionario, donde encontramos que algunas preguntas permitían respuestas demasiado amplias

tanto que en uno o dos casos las mismas derivaban a preguntas anteriores o por lo menos eran respondidas en el mismo sentido.

La fortaleza es haber podido relacionar varios contenidos de las disciplinas cursadas en esta carrera alrededor de un tema central pero que enfoca otros de actualidad como el de las economías sociales y populares, pudiéndolas abordar desde diferentes perspectivas teórico conceptuales.

Como problema a plantear en futuras investigaciones y siguiendo el hilo conductual de la desarrollada, se sugiere profundizar sobre el tema CG atento a que se manifiesta en algunas respuestas la falta o reducida información sobre la gestión de gobierno. Respecto de las PP para la EP se sugiere un abordaje de la cadena de ejecución de las mismas, teniendo en cuenta que al respecto no parecen tener un impacto inmediato en los territorios. Otro lineamiento para investigar sería profundizar estudios etnográficos referidos específicamente a los movimientos sociales que incluyen a los trabajadores de EP.

Referencias

- Amadeo, B.** (2016). El estudio de la comunicación gubernamental: Líneas de investigación y futuros desafíos. *Austral Comunicación*, 5(2), 155-181. Recuperado en <https://doi.org/10.26422/aucom.2017.0502.ama>
- Acosta Henríquez, María Dulce.** (2019). *La Economía Social y Solidaria como estrategia de desarrollo territorial. El caso del Mercado Municipal Comunitario de San Carlos de Bariloche.* (Tesis de maestría) Universidad Nacional de Quilmes. Quilmes, Buenos Aires, Argentina. Recuperado en https://rid.unrn.edu.ar/bitstream/20.500.12049/6418/1/Tesis_Henriquez_MSCyH.pdf
- Avilia Lammertyn, Roberto, RR. PP.** Estrategias y Tácticas de Comunicación Integradora 3ra Edición. -Revista Imagen-Bs As.1999
- Canel, José Miguel** La comunicación política una guía para su estudio y práctica. 2da edición .Recuperado en <https://es.scribd.com/document/533685603/Comunicacion-Politica-Una-Guia-Para-Su-e>
- Capriotti, Paul.** *La Imagen de Empresa. Estrategia para una comunicación integrada,* El Ateneo, Barcelona, 1992. (Versión on line, 2006, recuperada en <http://www.bidireccional.net>).
- Castelao Caruana, M.E.** (2016). Las políticas públicas y su visión de la economía social y solidaria en Argentina. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales.* Universidad Nacional Autónoma de México. 0Argentina.pdfNueva Época, Año LXI, núm. 227. Recuperado en [Dialnet-LasPoliticasySuVisionDeLaEconomiaSocialYSoc-5480994 \(1\).pdf](http://www.dialnet.org/urn/dialnet:LasPoliticasySuVisionDeLaEconomiaSocialYSoc-5480994/1)
- Coraggio, J. L.** (2020). Economía social y economía popular: Conceptos básicos. Serie Contribuciones de Consejeros N° 1. Documentos del Consejo Consultivo del Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social. Recuperado en: www.argentina.gob.ar/sites/default/files/coraggio.pdf
- Deux Marzi, V.; Hintze, S.; y Vázquez, G.** (2020). Argentina: políticas y organizaciones de Economía Social y Solidaria en la pandemia. *Otra Economía*, 13(24), 201-215. Recuperado en <https://www.revistaotraeconomia.org/index.php/otraeconomia/article/view/14918/9551>
- Graglia, J.E.** (2004) Diseño y gestión de políticas públicas. Hacia un modelo relacional. Editorial de la Universidad católica de Córdoba .1ra Edición Recuperado en <http://www.acep.org.ar/images/stories/2010/descargas/01-Diseo-y-gestion-politicas-publicas.pdf>
- Graglia, J. E.** (2017): Políticas públicas. 12 retos del siglo 21. Buenos Aires: ACEP / KAS recuperado en https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=645cf7c5-4a17-2c62-3224-efb9ccbf095c&groupId=287460
- Hernández Sampieri, Fernández Collado. Baptista, Lucio P.** Metodología de la Investigación.5ta edición Recuperado en

https://www.academia.edu/23889615/Hern%C3%A1ndez_Sampieri_R_Fern%C3%A1ndez_Collado_C_y_Baptista_Lucio_M_P_2010

Manuscrito Científico. *Imagen presidencial y Opinión pública: Percepción de personas mayores de la ciudad de Córdoba en torno al gobierno de Mauricio Macri en su tercer año de mandato*. Recuperado en <https://siglo21.instructure.com/courses/14831/pages/manuscrito-cientifico>

Manuscrito Científico. Abdulajad, Agustín. (2020) *Incidencia de los medios respecto a la imagen presidencial frente al COVID-19 en Córdoba* Recuperado en <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/20954>

Muñoz, Ruth, Zamora, Anabella. (2021). Políticas Públicas de economía social y solidaria en la Argentina durante la pandemia de la covid-19. Reflexiones preliminares desde el caso de INAES en Argentina. *SaberEs, Vol. 13, Núm.1*, pp- pp 1-30. Sección Autores Invitados Recuperado de <https://saberes.unr.edu.ar/index.php/revista/article/view/247/167167256>

Noguera, F. (2003). La campaña permanente en Izurieta, Perina y Arterton (Comp.). Estrategias de comunicación para gobiernos. Editorial La Crujía. Buenos Aires. Recuperado en <https://es.scribd.com/document/382889348/ELIZALDE-FERNA-NDEZ-RIORDA-La-gestio-n-del-disenso>

Relaciones Públicas Aplicadas. Módulo 3. Operacionalización, muestreo y Medición.

Reyes Montes, María Cristina; O' Quínn Parrales, José Antonio; Morales y Gómez, Juan Miguel; Rodríguez Manzanares, Eduardo. *Reflexiones sobre la comunicación política Espacios Públicos*, vol. 14, núm. 30, enero-abril, 2011, pp. 85-101 Universidad Autónoma del Estado de México Recuperado en <https://www.coursehero.com/file/92963557/u1-reyespdf/>

Riorda, M. (2011). La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental. *Politai*, 2(3), 96-111. Recuperado en <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/13956>

Sánchez, Macarena Liz. (2014) *Construcción mediática y discursiva de la imagen pública presidencial de Fernando De la Rúa*. (Tesis de grado). Universidad Siglo XXI, Córdoba. Recuperada de <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/13290>

Serra Piana,, Marcela A. Reseña Elizalde (2006)*Discurso y Sociedad*,1 (3),2006 Recuperado en https://www.academia.edu/3198584/Luciano_H._Elizalde_Dami%C3%A1n_Fern%C3%A1ndez_Pedemonte_y_Mario_Riorda._La_construcci%C3%B3n_del_consenso._Gesti%C3%B3n_de_la_comunicaci%C3%B3n_gubernamental_.Buenos_Aires_La_Cruj%C3%ADa_Ediciones._2006._320_p._ISBN_987-601-013-1

Pilar Saura Pérez y Francisco García García: (2010) La comunicación de crisis como elemento clave de la comunicación empresarial *REVISTA ICONO 14*, 2010, Año 8, Vol. 2, pp. 42-56. ISSN 1697-8293. Madrid (España) Recuperado en

https://www.researchgate.net/publication/47461864_La_comunicacion_de_crisis_como_elemento_clave_de_la_comunicacion_empresarial/link/0a85e5358e3fd9140

Anexo

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

La presente investigación es conducida por Valeria Silva, de la Universidad Siglo 21. La meta de este estudio es un Manuscrito científico para Trabajo Final de Grado. La investigación se basa en la percepción de la imagen del actual presidente de la nación y de la gestión de las políticas públicas para el sector de la economía popular.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista (o completar una encuesta, o lo que fuera según el caso). Esto tomará aproximadamente 20 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es voluntaria. La información será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Las respuestas al cuestionario y a la entrevista serán usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Si tiene alguna duda, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en el proyecto, igualmente, puede retirarse sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Valeria Silva, Se me informo de que la meta de este estudio es realizar un Trabajo final de grado (TFI)

Se me explico también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente 20 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Valeria Silva al teléfono 03775-15474106

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Valeria Silva al teléfono anteriormente mencionado.

Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha

Entrevista 1 - Edad: 64 años

1) Entrevistadora: - ¿Conoce Ud. las políticas públicas destinadas a la economía popular que implementa el gobierno de Alberto Fernández? ¿cómo se informa de estas políticas públicas?

Entrevistada: Si, conozco. Actualmente no. Siempre estuvimos informados por nuestros referentes locales, el referente provincial hacia reuniones y también solía venir o iba nuestro delegado. Eso era en los años anteriores a Macri, en su gobierno se cortó todo y ahora de a poco algunas cosas nos enteramos, pero no tenemos más ese contacto local como en el periodo 2005-2015. Generalmente por la televisión, ahí escuchamos los anuncios a veces del gobierno directamente o comentarios de los periodistas en los programas de noticias. Pero ya no nos enteramos por lo referentes locales como antes, porque todo ahora pasa por la provincia y el intendente actual, solo sabemos de programas provinciales, que no se si, lo son, o dicen que son: como por ejemplo el programa *Emprendedores*, pero eso no nos incluye a los de agricultura familiar. Actualmente sigue el INTA dándonos las semillas para sembrar, pero no hay información sobre créditos como antes por ejemplo para comprar Nylon para los invernáculos, que son costosos y no sacamos para eso o bien debemos ahorrar varios meses para poder comprar. No sabemos si se puede gestionar y donde, lo mismo las herramientas que antes nos facilitaban por medio de créditos fáciles de pagar.

2)Entrevistadora: - ¿Pertenece Ud. al sector de la economía popular? ¿En qué actividad se desempeña? ¿Desde cuándo?

Entrevistada: Pertenezco al Sector de Agricultura familiar, pero en este momento no tengo nada para decir que sigo ahí porque no tenemos más comunicación ni apoyo, yo sigo vendiendo en la Feria del Productor al Consumidor, dentro del mercado municipal junto a otros que empezamos hace años y que, por ordenanza de esos años, desde el

2009, es el lugar destinado para la venta de nuestros productos como Asociación de Pequeños productores. Tenemos todo en regla, personería y también esta nuestra cooperativa en los que participan también los vendedores de frutas, especialmente los citricultores pequeños. Yo empecé participando de un concurso de dulces artesanales, gané ese concurso y ahí me invitaron a ir a las reuniones de los productores. Pero lo principal que realizamos siempre es la producción de verduras, porque mi marido y yo siempre hicimos eso, pero lo vendíamos por nuestra cuenta un poco, y lo otro era para consumo familiar. Vendo huevos caseros, y empecé a incorporar los dulces, comidas hechas con mis verduras como canelones, tartas pascualinas, pan casero, ravioles de verduras, empanadas y otras cosas que fui haciendo a pedido de los clientes. Incorporé también queso casero, leche

3)- Entrevistadora: ¿Cómo se inscribió o gestionó el ingreso a esta actividad?

Entrevistada: El Intendente Galantini en el año 2009 por ahí nos llamó a reunión en la escuela del paraje y nos fue informando junto al secretario de desarrollo local y a una asistente social como era lo de pertenecer a Agricultura familiar. Nos organizó, ayudó a gestionar tanto el monotributo social, como las perforaciones de agua para los que no tenían, créditos para comprar los plásticos para invernáculos, y herramientas entre otras cosas. Luego que nos organizamos, el mismo destinó por ordenanza el local del ex mercado municipal para que estemos allí vendiendo nuestros productos, éramos muchos, de todos los parajes y colonias del departamento. Como no todos teníamos transporte el desde la Municipalidad se encargó de pagarnos el mismo primero y después nosotros formamos un fondo para pagar una parte.

4) Entrevistadora: ¿Cree que es beneficioso pertenecer a este sector de economía popular?

Entrevistada: Como te expliqué anteriormente, ahora no tenemos beneficios, antes si, por ejemplo, gracias al monotributo social yo me pude jubilar en su momento, sacar créditos para aumentar la producción de verduras y comprar herramientas que no teníamos o estaban viejas. Hoy en día solo seguimos en la feria vendiendo, eso sería el beneficio actual.

5)Entrevistadora: ¿Los ingresos que percibe en esta actividad le alcanza para cubrir sus necesidades de alimentación, educación, vivienda y salud? ¿Realiza otro tipo de actividad?

Entrevistada: Alcanzó siempre, antes más que ahora. Lo único que hay que ser constante, no faltar ningún sábado, ahora con las redes sociales yo publico lo que voy a tener el sábado en la feria y la gente ya me encarga y retira. O los que tienen mi número me mandan por whatsapp el pedido y yo les traigo y retiran en la feria. Hay que mantener los clientes, plantar todo lo que se pueda, cuidar la calidad de los productos. No ningún otro. El trabajo rural lleva tiempo, desde muy temprano y todo el día incluso fin de semana y feriados.

6) Entrevistadora ¿Es Ud. afiliado o milita en alguno de los partidos que integran la coalición de gobierno actual? ¿Cómo se afilió y por qué?

Entrevistada: No, no soy afiliada a ningún partido político.

7) ¿Cómo evalúa la imagen del presidente Alberto Fernández durante el periodo marzo 2021 y lo que va de este año? Justifique su respuesta.

Entrevistada: Para mi tiene una buena imagen, yo veía a Macri como que no le interesaba la gente, tomaba todo a la ligera. Se ve que este presidente quiere hacer las cosas bien, lastima le tocó la pandemia, el endeudamiento con el Fondo Monetario y las causas económicas de la guerra ahora de Rusia con Ucrania. Otro problema creo que

son los gremios que siempre están apretando al gobierno. La imagen de este presidente es de esperanza pese a los problemas. El da esperanza.

8) ¿Cree que es un buen presidente? Justifique su respuesta.

Entrevistada: Si, creo que es buen presidente, hace muchas cosas para poder mejorar, en la pandemia buscó ayudar a todos los sectores y sigue buscando soluciones con los precios de los alimentos. Pasa que la plata no alcanza por la inflación y eso se ve que no es fácil para ningún gobernante bajar.

9) ¿Considera que la gestión del gobierno promueve mejoras para las economías populares? ¿Puede dar un ejemplo de lo que tiene en cuenta para afirmar/ negar su respuesta?

Entrevistada: Se ve que sí, porque continúa con los planes y programas del Gobierno de los Kirchner y en la pandemia implementó ayudas para los sectores que menos tienen, pero la lastima es que no llega a la localidad, falta que se bajen a de otro color político no les interesa desarrollar esas políticas públicas y hacen otras con menos alcance. Creo que todas las políticas de ayuda son buenas, nosotros éramos pobres en la infancia y no teníamos libros y nadie nos daba, no teníamos calzados y no había ayuda tampoco comedores para alimentarnos, ni AUH, por eso hay menos analfabetos gracias a Dios ahora.

10) ¿Cómo evalúa Ud. la gestión de las políticas públicas del gobierno actual referentes a la economía popular? Señale algunos aspectos positivos y negativos

Entrevistada: Las políticas públicas de la economía popular ahora son menos que las del gobierno anterior de ese mismo partido político, o por lo menos ahora no llegan a nivel local como antes. Positivas que siguen estando y en algunos casos se incrementan como ser los que trabajan en las tareas comunitarias y cooperativas o mutuales.

Negativas que algunas bajan por ONG o movimientos sociales o políticos y solo informan a su sector, no generalizan.

Los positivos son todos los programas de ayudas a las empresas, a las economías populares especialmente, a los jóvenes y niños, ahora el IFE y otro monotributo tipo social, que está por implementar para los que no tienen, las jubilaciones con aportes por el cuidado de los hijos. Los aspectos negativos es que parece que duda mucho este presidente cuando toma decisiones para aplicar lo que decide, otra cosa que como con las políticas por ejemplo de agricultura familiar que están vigentes, pero no controla que lleguen los beneficios a todos los rincones del país como corresponde.

Entrevista N° 2- Edad: 40 años

1) Entrevistadora: - ¿Conoce Ud. las políticas públicas destinadas a la economía popular que implementa el gobierno de Alberto Fernández?

Entrevistado: -Conozco varias de ellas que tienen que ver con la recuperación del empleo y sobre todo aquellas destinadas a pequeños productores o emprendedores- Dentro de lo posible trato de mantenerme informado, regularmente ingreso a las páginas web de los ministerios como Trabajo o Desarrollo Social para interiorizarme. También Redes sociales, páginas webs-

2) Entrevistadora: - ¿Pertenece Ud. al sector de la economía popular? ¿En qué actividad se desempeña? ¿Desde cuándo?

Entrevistado: -Si pertenezco a ese sector porque no cuento con un empleo formal. Me desempeño brindando servicios administrativos como realización de proyectos y otros aspectos relacionados con las nuevas tecnologías.

3) Entrevistadora: ¿Cómo se inscribió o gestionó el ingreso a esta actividad?

Entrevistado: Por ofrecimiento de referentes sociales.

4) Entrevistadora: ¿Cree que es beneficioso pertenecer a este sector de economía popular?

Entrevistado: - El principal beneficio creo es la experiencia en la gestión de programas y en el acompañamiento a emprendimientos personales o comunitarios.

5) Entrevistadora: - ¿Los ingresos que percibe en esta actividad le alcanza para cubrir sus necesidades de alimentación, educación, vivienda y salud? Si la respuesta es no ¿Realiza otro tipo de actividad o trabajo?

Entrevistado: No, para mí es un complemento. Sí, soy docente pero no estoy trabajando como tal ni en lo público ni privado, pero realizo otros trabajos relacionados con las Tics de manera particular.

6) Entrevistadora: - ¿Es Ud. afiliado o milita en alguno de los partidos que integran la coalición de gobierno actual? ¿Cómo se afilió y por qué?

Entrevistado: - Si me afilié hace mucho tiempo al partido justicialista por convicción.

7) ¿Cómo evalúa la imagen del presidente Alberto Fernández durante el periodo marzo 2021 y lo que va de este año? Justifique su respuesta

Entrevistadora: La evalúo como buena, la pandemia de Covid fue una situación que marcó la vulnerabilidad de sectores más desprotegidos por lo que el presidente se vio obligado a implementar políticas públicas específicas pero que solo sirven de paliativas. El gesto es bueno, pero no alcanza.

8) ¿Cree que es un buen presidente?

Entrevistado: - Podría decir que regular. Hay un sector importante de la población, en la cual me incluyo, que esperaba políticas más profundas de mayor impacto. El empleo se ha precarizado tanto, la educación está estancada y otros aspectos de la vida necesitan

nuevos rumbos y una intervención mayor del estado que el presidente todavía no ha podido cumplir.

9) Entrevistadora: ¿Considera que la gestión del gobierno promueve mejoras para las economías populares? ¿Puede dar un ejemplo de lo que tiene en cuenta para afirmar/negar su respuesta?

Entrevistado: - Si, creo que lo hace, un ejemplo de ello es el refuerzo de ingresos o aquellos programas para emprendedores o capacitaciones para los jóvenes.

10) ¿Cómo evalúa Ud. la gestión de las políticas públicas del gobierno actual referentes a la economía popular? Señale algunos aspectos positivos y negativos

Entrevistado: - En general creo que son políticas positivas de buen alcance nacional. Como positivo rescato lo federal de los programas, como negativo la falta de articulación para insertar en la economía formal a muchos que no cubren sus necesidades solamente con los programas de la economía popular.

Entrevista 3- Edad 54 años

1) Entrevistadora: - ¿Conoce Ud. las políticas públicas destinadas a la economía popular que implementa el gobierno de Alberto Fernández? ¿cómo se informa de estas políticas públicas?

Entrevistado: Si conozco son políticas basadas en la justicia social, destinada a las personas que menos tienen, es la base del Movimiento Justicialista hoy Frente de todo. Si siempre trato de estar informado, sobre estas políticas y de todo en general, todas las mañanas leo portales digitales por internet.

2)Entrevistadora: ¿Pertenece Ud. al sector de la economía popular? ¿En qué actividad se desempeña? ¿Desde cuándo?

Entrevistado: Si sé que pertenezco por desempeñarme en una Asociación Mutua de Servicios fúnebres y cementerio. Ingresé hace 20 años por recomendación de la

Comisión de la Mutual. - Mi actividad es igual que el resto de mis compañeros ocuparnos de todo lo que representa el servicio de velatorio y sepelio. Puede ser manejar un auto, la ambulancia, o acondicionar las salas, el patio, etc.

3)Entrevistadora ¿Cómo se inscribió o gestionó el ingreso a esta actividad?

Entrevistado: por recomendación de la Comisión de ese momento.

4)Entrevistadora: - ¿Cree que es beneficioso pertenecer a este sector de economía?

Entrevistado: Es beneficioso porque es un trabajo y eso es muy importante tener. Además, esta mutual siempre está bien organizada.

5)Entrevistadora: - ¿Los ingresos que percibe en esta actividad le alcanza para cubrir sus necesidades de alimentación, educación, vivienda y salud? Si la respuesta es no ¿Realiza otro tipo de actividad o trabajo?

Entrevistado: Si me alcanzan, los tiempos que vivimos son difíciles, aumentan los precios, igualmente uno se arregla.

6) Entrevistadora: ¿Es Ud. afiliado o milita en alguno de los partidos que integran la coalición de gobierno actual? ¿Cómo se afilió y por qué?

Entrevistado: - Si me afilié hace mucho tiempo al partido justicialista por convicción y porque vengo de familia justicialista.

7) Entrevistadora: ¿Cómo evalúa la imagen del presidente Alberto Fernández durante el periodo marzo 2021 y lo que va de este año? Justifique su respuesta.

Entrevistado: Es una imagen pobre, se percibe que tiene buenas intenciones, que trabaja para lograr mejoras, lo marcan sus discursos, pero la ejecución no siempre llega o llega tarde.

8) Entrevistadora: ¿Cree que es un buen presidente?

Entrevistado: Creo que demostró no ser lo que parecía al inicio de su gestión, a medida que pasa el tiempo creo que pasa a ser floja su gestión, por lo mismo que exprese antes no ejecuta lo que promete.

9) Entrevistadora: ¿Considera que la gestión del gobierno promueve mejoras para las economías populares? ¿Puede dar un ejemplo de lo que tiene en cuenta para afirmar/negar su respuesta?

Entrevistado: Yo creo que si, a través de sus distintos ministerios se gestionan un montón de políticas para mejorar la vida de todos, pero algo no se está haciendo bien porque no logra mejorar la calidad de vida de la población en general. Por ejemplo, acá en la Mutual cuando mandamos proyectos al INAE nos dieron fondos para mejoras, eso sí se cumplió, ahora estamos por gestionar otros proyectos, veremos si logramos lo mismo. Creo que las mutuales y las cooperativas dentro de las economías populares son las que mejor están.

10) Entrevistadora - ¿Cómo evalúa Ud. la gestión de las políticas públicas del gobierno actual referentes a la economía popular? Señale algunos aspectos positivos y negativos **Entrevistado:** El aspecto positivo es que esas políticas públicas existen, están legisladas y son un norte para el gobierno. Los aspectos negativos son: Que no cumplen en todos los casos la función de trabajo como tal, es decir a la mayoría de los trabajadores de esas economías están debajo de la línea de pobreza. Otro aspecto negativo es que no llegan a todos los que las necesitan, las bajadas a los territorios están en manos de agrupaciones políticas o gremios o movimientos sociales, y van solo a sus partidarios. Por último, lo más negativo es que no se convierten en fuentes de trabajo genuino.

Entrevista 4- Edad 27 años

1) **Entrevistadora:** - - ¿Conoce Ud. las políticas públicas destinadas a la economía popular que implementa el gobierno de Alberto Fernández? ¿cómo se informa de estas políticas públicas?

Entrevistada: Si, me mantengo informada por todas las redes de comunicación

2) **Entrevistadora:** ¿Pertenece Ud. al sector de la economía popular? ¿En qué actividad se desempeña? ¿Desde cuándo?

Entrevistada: Si, trabajo en una organización social hace 4 años y realizo trabajo social en distintos barrios de mi localidad.

3) **Entrevistadora:** ¿Cómo se inscribió o gestionó el ingreso a esta actividad?

Entrevistada: Porque me atrae la política social me acerque a esta fundación.

4) **Entrevistadora:** ¿Cree que es beneficioso pertenecer a este sector de economía popular?

Entrevistada: Si, por el acceso a diversos programas que me brinda el estado.

5) **Entrevistadora:** ¿Los ingresos que percibe en esta actividad le alcanza para cubrir sus necesidades de alimentación, educación, vivienda salud? Si la respuesta es no, ¿realiza otro tipo de actividad o trabajo?

Entrevistada: No, no me alcanza. Tampoco realizo otro tipo de actividad.

6) **Entrevistadora:** ¿Es Ud. afiliado o milita en alguno de los partidos que integran la coalición de gobierno actual? ¿Cómo se afilió y por qué?

Entrevistada: Estoy afiliada y si soy una militante en una organización que se identifica con el gobierno actual.

7) **Entrevistadora:** ¿Cómo evalúa la imagen del presidente Alberto Fernández durante el periodo marzo 2021 y lo que va de este año? Justifique su respuesta

Entrevistada: Una imagen negativa por causa de la pandemia.

8) **Entrevistadora:** ¿Cree que es un buen presidente? Justifique su respuesta

Entrevistada: Regular, puede mejorar la gestión.

9) Entrevistadora ¿Considera que la gestión del gobierno promueve mejoras para las economías populares? ¿Puede dar un ejemplo de lo que tiene en cuenta para afirmar/negar su respuesta?

Entrevistada: Si, mi actividad en la organización me permite ver que se amplían e incrementan algunos programas, que existen proyectos para incorporar otros todos en beneficio de nuestras economías.

10) Entrevistadora: ¿Cómo evalúa Ud. la gestión de las políticas públicas del gobierno actual referentes a la economía popular? Señale algunos aspectos positivos y negativos

Entrevistada: Lo positivo: los planes y programas que apuntan a los sectores vulnerables y los accesos a derechos que tienen las personas por ej. las obras y proyectos aprobados para mejorar la calidad de vida. Otro aspecto positivo es que llega alguna clase de ayuda económica a la mayoría de la población popular

Negativo: la inflación y falta de empleo. No se genera ni hay fuentes de trabajo y eso es lo que más falta en Argentina.

*Modelo de Encuesta:***ENCUESTA****(Marcar con X lo que corresponde)**

1- ¿Alguna vez escucho hablar de economía social solidaria o popular?

Si	No	No sabe/no contesta

2- ¿Ud. Considera que está incluido en alguna de ellas?

Si	No	No sabe/no contesta

3- ¿En qué rama de la economía popular se encuentra? ¿Y qué actividad específicamente realiza?

Clasificación según ReNaTEP.	Especificar Actividad.
Servicios personales y otros oficios	
Servicios comunitarios	
Comercio popular y trabajos en espacios públicos	
Construcción-Infraestructura y mejoramiento ambiental	
Agricultura familiar o campesina	
Recuperación, reciclado y servicios ambientales	
Industria manufacturera	
Transporte y almacenamiento	

4- ¿Cree que los desarrollos de las políticas públicas del gobierno de Alberto Fernández para economía popular son suficientes?

Si	No	No sabe/No contesta

5- ¿Cómo evalúa esas políticas nacionales destinadas a la economía popular?

Excelentes	Muy buenas	Buenas	Malas	Muy malas	No sabe/no contesta

6 - ¿Está afiliado a alguno de los partidos que integran la coalición del gobierno actual?

Si	No	No sabe/No contesta

7- ¿Cómo se informa de los beneficios del gobierno para su actividad u otro beneficio que percibe su familia?

Medios de Comunicación tradicionales.	Redes Sociales	Informante clave de una organización	Consulta paginas oficiales del gobierno	Otro

8 ¿Ud. forma parte de algún movimiento social u organización que lo inscribió y guía en la actividad que desarrolla?

Si	No	No sabe/No contesta

9- ¿Sabe si su organización se identifica con la coalición gobernante?

Si	No	No sabe/No contesta

10- Como percibe la imagen del presidente Alberto Fernández durante el periodo de marzo 2021 a marzo 2022?

Excelente	Muy buena	Buena	Mala	Muy mala	No sabe/no contesta

11 ¿Cuando el presidente personalmente o a través de sus funcionarios, realiza anuncios para mejorar la calidad de vida de los sectores más vulnerables ¿Ud. le cree?

Si	No	Siempre	A veces	Nunca	No sabe/no contesta

12- ¿Cree que es un presidente preocupado/ocupado por las personas más vulnerables?

Si	No	No sabe/No contesta