



Economía Popular e Ideología: representaciones en los portales periodísticos (2023–2024)¹

Popular Economy and Ideology: Representations in News Portals
(2023–2024)

Juana Stratta² y Fernando Stratta³



Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-No hay restricciones adicionales 4.0 (CC BY-NC 4.0)

Resumen

El presente trabajo estudia la representación de la economía popular en los medios gráficos argentinos y su transformación en el marco del cambio de gobierno en 2023. A partir del análisis de un corpus de 221 noticias publicadas en La Nación, El Destape y Crónica, entre enero de 2023 y agosto de 2024, se examinan los discursos, enfoques y enunciadores que construyen la imagen de la economía popular en la prensa. Las transformaciones discursivas no son neutras, sino que expresan una lucha ideológica en la que los medios gráficos participan activamente, legitimando, o cuestionando, las políticas gubernamentales hacia la economía popular. Observamos que la asunción presidencial de Javier Milei no solo marcó un punto de inflexión en las políticas estatales hacia la economía popular, sino también en su construcción mediática. Los medios gráficos reorganizaron sus marcos de interpretación, reforzando una mirada que asocia la economía popular con la dependencia estatal y el desorden social. Pero, además, el cambio en la gestión gubernamental reconfiguró las relaciones materiales entre el Estado y las organizaciones de la economía popular, imponiendo nuevos marcos de interpretación que condicionan su representación en la esfera pública. El estudio contribuye a la comprensión de la economía popular como un campo en disputa tanto en el plano material como en el simbólico, y abre interrogantes sobre el impacto de estas representaciones en la opinión pública y en las políticas estatales.

Palabras clave: economía popular, medios gráficos, ideología, discurso, representación

Abstract

¹ Fecha de recepción: 26/07/2025. Fecha de aceptación: 25/10/2025

Identificador persistente ARK:

² Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales. Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe (IEALC).

Buenos Aires, Argentina.

<https://orcid.org/0009-0009-2823-3846>

strattajuana@gmail.com

³ Sociólogo y Magíster en Investigación por la Universidad de Buenos Aires. Docente e investigador de la Universidad Nacional de Lanús.

Buenos Aires, Argentina.

<https://orcid.org/0000-0003-2214-2037>

fstratta@yahoo.com.ar



This paper studies the representation of the popular economy in the Argentine print media and its transformation in the context of the change of government in 2023. Based on an analysis of a corpus of 221 news articles published in *La Nación*, *El Destape*, and *Crónica* between January 2023 and August 2024, we examine the discourses, approaches, and enunciators that construct the image of the popular economy in the press. Discursive transformations are not neutral, but rather express an ideological struggle in which the print media actively participate, legitimizing or questioning government policies toward the popular economy. We observe that Javier Milei's presidential inauguration marked a turning point not only in state policies toward the popular economy, but also in its construction in the media. The print media reorganized their interpretive frameworks, reinforcing a view that associates the popular economy with state dependence and social disorder. But, in addition, the change in government management reconfigured the material relations between the state and popular economy organizations, imposing new interpretive frameworks that condition their representation in the public sphere. The study contributes to the understanding of the popular economy as a field of dispute on both the material and symbolic levels and raises questions about the impact of these representations on public opinion and state policies.

Keywords: popular economy, print media, ideology, discourse, representation

Introducción

La economía popular como campo problemático cobró una relevancia significativa en la última década en nuestro país. Al calor de la organización y movilización de fuertes actores sociales, ganó presencia en la agenda pública al punto de protagonizar un verdadero proceso de institucionalización en este período. Sin embargo, tras las elecciones presidenciales de 2023 asistimos a un cambio notable en las condiciones sociales de su reproducción en tanto actor colectivo.

Aunque las condiciones materiales que dieron origen a la consolidación de un conjunto de actores que integran la economía popular no han sido sustancialmente modificadas, lo cierto es que hoy las condiciones subjetivas parecen ser otras. La estigmatización social de vastos sectores (que aparecen bajo las etiquetas de “planeros”, “vagos” y “peligrosos”) y la aporofobia forman parte de un sentido común que se ha extendido capilarmente en la sociedad.

Por lo expuesto, en el siguiente trabajo nos proponemos analizar la forma en que la economía popular es representada en los medios gráficos de comunicación argentina. De allí surgen algunas interrogantes: ¿qué tipos de discursos utilizan los medios de comunicación para referirse a la economía popular? ¿cómo aparecen representados estos actores sociales? Pero, a su vez, ¿qué transformaciones se produjeron en estos discursos mediáticos durante los últimos años en nuestro país? Creemos que los cambios (o continuidades) en esa representación expresan la lucha ideológica de la que son parte las unidades de la economía popular.

Durante más de una década en la Argentina, los gobiernos de corte ‘progresistas’ de Néstor Kirchner (2003-2007) y Cristina Fernández (2007-2011 y 2011-2015) implementaron un conjunto de políticas públicas en torno a la economía popular. La llegada al gobierno de



Mauricio Macri (2015-2019) como parte de una alianza política de centro-derecha, marcó un giro ideológico respecto de sus predecesores kirchneristas, aunque los recursos y las políticas específicas sobre el sector de la economía popular fueron continuadas. La experiencia macrista fue sucedida por un nuevo gobierno 'progresista' encabezado por Alberto Fernández y Cristina Fernández (2019-2023). Sin embargo, las dificultades macroeconómicas de esta última presidencia (deuda externa, déficit comercial y fiscal, alta inflación) conformaron un contexto que sentó las bases para la llegada al gobierno de una experiencia de ultraderecha representada en la figura de Javier Milei.

Nuestra hipótesis sostiene que la representación de la economía popular en los medios gráficos ha experimentado modificaciones sustantivas en función del cambio político tras las elecciones presidenciales de 2023. Estas transformaciones no son neutrales, sino que expresan la lucha ideológica en torno a la economía popular y su lugar en la sociedad. Para abordar esta problemática, analizamos tres medios gráficos de alcance nacional en el período que abarca desde el 1 enero del 2023, hasta el 8 de agosto de 2024; en este lapso de poco más de 19 meses atravesamos el último año del gobierno de Alberto Fernández (Unión por la Patria), hasta la celebración de San Cayetano durante los primeros meses de gestión de Javier Milei (La Libertad Avanza).

Para este trabajo, realizamos una selección de tres medios gráficos nacionales con distintas orientaciones político-ideológicas: *La Nación*, un histórico diario liberal-conservador; *El Destape*, un medio que representa la mirada progresista desde el campo 'nacional-popular'; y *Crónica*, un periódico que se posiciona como voz popular-conservadora en las noticias gráficas.

Economía popular y lucha ideológica

Partimos de reconocer a la economía popular como un campo heterogéneo que remite a formas de producción, distribución, intercambio y consumo que tienen por finalidad la reproducción de la vida y están basadas en el respeto a la vida y el trabajo (Mazzeo y Stratta, 2021). Se trata, como afirma Coraggio (2010), de un conjunto de recursos y actividades desarrolladas por los trabajadores, sus unidades domésticas (familiares o comunitarias) y las organizaciones que se dan a tales fines (emprendimientos, cooperativas, asociaciones, etc.).

La economía popular no puede analizarse como un sector aislado del conjunto de la economía de mercado. De hecho, las prácticas de la economía popular no pueden estudiarse por fuera de la ley del valor, al margen de los procesos de valorización del capital. Y, aunque no toda experiencia de la economía popular constituya en sí mismo una alternativa al capitalismo, por sus propias características el sector de la economía popular puede devenir alternativa. En tal sentido, el fortalecimiento de estas prácticas económicas implica el desarrollo de una conciencia popular que es inescindible de un proyecto político propio de las clases subalternas.

Siguiendo al lingüista ruso Valentín Volóshinov (2018), discernimos que la palabra funciona como un vehículo de la conciencia, por lo que es fundamental entenderla como un signo social. Esto implica examinar cómo su significado cambia con el tiempo. En la causa de estas transformaciones está la materialidad de los signos; dicho de otro modo, las



transformaciones signílicas no se explican solo por una confrontación de discursos, sino que es en los procesos sociales donde debe rastrearse su razón de ser. Son las experiencias, luchas y conocimientos acumulados por las clases sociales las que sustentan y orientan la transformación de estos signos.

Consideramos que la forma en que los medios de comunicación nombran un hecho, un conflicto o un actor social es parte de su puesta de sentido en la “arena de la lucha de clases”, en tanto indican una determinada forma de interpretar la realidad, al tiempo que inciden en su categorización sobre los hechos mismos. La palabra no es un simple reflejo de la estructura social, sino un campo de la lucha de clases. Es decir, partimos de reconocer que los acontecimientos sociales no existen por fuera de su semantización (Ojeda y González Arzac, 2024).

Hacia las primeras décadas del siglo XX, y al calor de la influencia que irradiaba la Revolución Rusa, se abrió un debate teórico en torno a la acción de las clases subalternas. Uno de los trabajos pioneros en este sentido es sin dudas *Historia y conciencia de clase*, de Georg Lukács. Allí, asume el centro de la discusión la reflexión acerca de la relación entre estructura y superestructura sobre la conciencia de los sujetos sociales.

En ese trabajo el filósofo húngaro dejará planteado que, aunque la conciencia se encuentra directamente relacionada a la situación objetiva de la clase, existen *obstáculos* que se oponen a la realización de esa conciencia. Esto se debe, fundamentalmente, a que para las clases subalternas la sociedad no se presenta como una unidad, como un conjunto de elementos interrelacionados en los cuales se vuelve inteligible el carácter de clase de esa sociedad. Por el contrario, la sociedad se les presenta como “una multiplicidad de cosas y de fuerzas independientes unas de otras” (Lukács, 1970, p. 100). Se pierde así, para las clases subalternas, la posibilidad de poner en primer plano las relaciones que conectan todos esos elementos: las relaciones de explotación que aparecen como fundamento último de la sociedad. Y el principal obstáculo para la formación de la conciencia es la separación entre la lucha económica y la lucha política. Sin embargo, será precisamente en el capitalismo donde se generen las condiciones históricas para superar esta “falsa conciencia”. Solo en este modo de producción se develan los intereses de clase en su forma más acabada, y la lucha social deviene también una lucha ideológica que revela el carácter de clase de la sociedad. Ahora bien, la ideología no debe verse como un campo superestructural que refleja, en definitiva, los intereses de las clases dominantes. Para Lukács (1970), en su búsqueda por combatir una mirada vulgar del materialismo histórico, los momentos ideológicos “también forman parte integrante y son elementos de la lucha real” (pp. 88-89).

Es por eso que en este trabajo nos proponemos analizar la forma en que la economía popular es representada en los medios gráficos de comunicación. Creemos que los cambios (o continuidades) en esa representación expresan la lucha ideológica de las unidades de la economía popular.

Algunos aspectos metodológicos

El análisis de nuestro trabajo se basa en un *corpus* constituido por todas aquellas noticias en las que aparece representada la economía popular. Tomar este conjunto de noticias como un



corpus, desde el análisis materialista del discurso, implica reconocer en su interior la existencia de discursos en relación de antagonismo. No se trata simplemente de un universo compuesto por noticias de medios gráficos en tanto unidades de análisis dadas. Si lo consideramos un *corpus* es porque nos interesa reparar en las condiciones de producción de esos discursos, esto es, “dar cuenta tanto de la especificidad de prácticas en las que se producen como de la relación con su coyuntura: las condiciones de esa totalidad complejamente articulada que la sobredetermina” (Aguilar et al., 2014, pp. 40-41).

Esa representación adquiere, de acuerdo con el momento y al medio de comunicación, una significación cambiante. Pero de conjunto, ese *corpus* expresa los sentidos que se atribuyen, en determinado momento, al objeto de estudio. “El modo de nombrar un hecho, un conflicto o un actor social en los medios de comunicación es un componente de su puesta en sentido, ya que proponen determinada interpretación a sus lectores y a su vez incluye aquello que se nombra en una categoría determinada” (Veniard, 2013; Samouth y Serrano, 2015, citado en Ojeda y González Arzac, 2024, p. 18). Nos centramos, en este caso, en tres medios de comunicación gráfica de alcance nacional, con distintas orientaciones político-ideológicas: *Crónica*, *El Destape* y *La Nación*.⁴ En ese recorte espacio-temporal relevamos un total de 221 noticias sobre la economía popular.

Nuestra hipótesis sostiene que la representación de la economía popular en los medios gráficos ha experimentado modificaciones sustantivas en función del cambio político tras las elecciones presidenciales de 2023. Para abordar este planteo, realizamos una delimitación espacio-temporal que permite observar las transformaciones en un período atravesado por intensos procesos políticos, económicos y sociales. El recorte abarca desde el 1° de enero de 2023 hasta el 8 de agosto de 2024, lo que incluye el último año completo del gobierno de Alberto Fernández (Unión por la Patria), un año electoral con una fuerte carga simbólica y discursiva, y los primeros meses de la gestión de Javier Milei (La Libertad Avanza).

Este recorte permite analizar cómo se reconfigura la representación mediática de la economía popular en un momento de transición gubernamental, marcado por el pasaje de una coalición de corte progresista a un gobierno liberal-libertario con un discurso abiertamente hostil hacia las organizaciones sociales y el sector de la economía popular. Asimismo, el 7 de agosto, día de San Cayetano —fecha emblemática para los movimientos sociales vinculados a la economía popular— funciona como un hito clave para observar continuidades y rupturas en las narrativas mediáticas, permitiendo contrastar las representaciones construidas en torno a esta jornada tanto bajo el gobierno saliente como en los primeros meses del nuevo gobierno.

Partiendo de una definición conceptual previa (Mazzeo y Stratta, 2021; Coraggio, 2010), buscamos operacionalizar «economía popular» identificando elementos que traducimos en la observación de los siguientes *términos*: a) economía popular; b) economía solidaria; c) movimientos sociales; d) piqueteros; e) cooperativas; f) fábricas recuperadas. A su vez, quién es el *enunciante* en cada una de esas noticias, es decir, qué voz se recupera en los medios en cada caso, para lo que distinguimos: a) organizaciones; b) instituciones públicas/privadas; c) funcionarios; d) trabajadorxs; y e) expertos. Por último, a partir de un análisis *ex post*,

⁴ Se prevé ampliar la base de este *corpus*, incorporando en próximos trabajos más medios gráficos al universo de análisis.



recuperamos el enfoque predominante en el que se inscribe la noticia. Entendemos por enfoque la perspectiva o marco interpretativo desde el cual el hecho es narrado y dotado de sentido en el discurso mediático. Las categorías que proponemos —a) trabajo, b) asistencia social, c) conflicto y d) judicialización —surgen del reconocimiento de núcleos temáticos recurrentes en las coberturas analizadas, los cuales permiten identificar las formas de problematización de la economía popular en la prensa y las lógicas discursivas que orientan su representación.⁵

Contrario a las perspectivas que presentan los datos de manera escindida de la teoría, abogamos por un enfoque que los considera inescindibles. Desde nuestro punto de vista, hay que ir presentando conceptos y respaldarlos en datos empíricos del objeto que se estudia. Así se evita el problema de una sociología meramente descriptiva, cuyos análisis carecen de profundidad teórica y, por ende, analítica.

En realidad, no existe posibilidad de tal disociación. Una sociología que no reconoce la determinación de los datos por la teoría, es una sociología que abreva en el empirismo. Reconocer que los datos se encuentran determinados por la teoría significa que nadie observa la realidad como una tabla rasa, sino a partir de ciertas claves, ciertas categorías de análisis que brindan los conceptos. Por lo tanto, los datos nunca pueden ser presentados como meros hechos de una realidad incontaminada, no permeada por la interpretación. Porque, en definitiva, el dato es también un signo social. Quien sostenga la ilusión de que los datos pueden ser presentados al margen de las categorías de análisis que brinda la teoría, se engaña a sí mismo. Pero, sobre todo, lleva adelante una investigación más cercana al ejercicio contable que a una ciencia que pretenda el análisis crítico de la sociedad.

¿Qué es la economía popular para los medios gráficos? Perspectiva semántica sobre los términos utilizados.

Aunque se trata de un concepto polisémico —y esa polisemia atenta contra la capacidad explicativa del concepto—, existen definiciones de la economía popular que muestran un acumulado de varias décadas de reflexión. Sin embargo, al decir de uno de sus mayores exponentes en ese campo, José Luis Coraggio, no contamos aún con una teoría consistente sobre la economía popular, sino apenas una caja de herramientas con conceptos de alcance intermedio. Su postura es tajante cuando afirma que “no alcanza con inventar pseudotrabajos para legitimar un ingreso de supervivencia; hay que transformar el modo de producción y reproducción y, por lo tanto, los procesos de trabajo y las relaciones intersubjetivas de los productores y consumidores en los que la solidaridad ocupa un papel central” (Coraggio y Loritz, 2022, p. 45). Ciertamente, existen dos grandes orientaciones al hablar de economía popular: una cuya propuesta radica en la *transformación* del trabajo como elemento de integración social; y otra que pone el centro en la *redistribución* a partir de diferentes estrategias estatales y no estatales (transferencias monetarias, subsidios, créditos, etc.). Anclada en la primera de estas perspectivas, Coraggio y Loritz (2022) afirman que la economía popular “abarca a quienes no viven de la explotación del trabajo ajeno ni tienen

⁵ Ver operacionalización en Anexo. Los enfoques mencionados surgen a partir de un proceso de categorización posterior una vez analizado el contenido del corpus de noticias.



suficientes activos acumulados para vivir de rentas, por lo que dependen de la continua realización de sus capacidades de trabajo para vivir” (p. 48) y la piensa integrada por “unidades domésticas (hogares o comunidades) y sus extensiones (asociaciones, mutuales y cooperativas, redes de cooperación, representaciones, etc.), orientadas a la reproducción de las vidas de sus miembros, grupos y comunidades *particulares* en las mejores condiciones a su alcance y con criterios que pauta su cultura” (Coraggio et al., 2010, p. 9).

En el intento por volverla aprehensible, identificamos algunos *términos* que los medios gráficos utilizan para hacer referencia a la economía popular. Los resultados se resumen en el siguiente gráfico.

Términos	N
Economía Popular	115
Economía Solidaria	16
Movimientos Sociales	75
Piqueteros	105
Cooperativas	57
Fábricas Recuperadas	2

Cuadro 1. Términos sobre la EP.

Fuente: Elaboración propia.

Del total de términos utilizados para referirse a la economía popular, la mitad refieren directamente al término “economía popular”. Pero en una participación similar aluden al sujeto “piquetero” y un tercio de las noticias hacen referencia a los “movimientos sociales” para referirse a la economía popular. La representación que los medios gráficos tienen de la economía popular es la de un actor social movilizado, con capacidad de ocupar el espacio público. Esta representación se encuentra bien alejada del mundo del trabajo, algo que se torna evidente si tenemos en cuenta las pocas referencias a los términos “cooperativas” o “fábricas recuperadas”.

Esta distancia de la representación en los medios gráficos respecto al sujeto obrero (o del mundo del trabajo en general) se corresponde con el hecho de que fueron las propias organizaciones quienes impusieron en la agenda pública a la economía popular como problemática social. Y lo hicieron a partir de un importante grado de movilización en el espacio público. Sin embargo, lo que surgió como fortaleza puede haber significado más tarde un obstáculo para la proyección de la economía popular en tanto *trabajadores*.



Por otra parte, analizando la evolución de estos términos podemos ver que hay un cambio significativo en la representación si tomamos en cuenta los dos momentos de mayor visibilización de la economía popular en las noticias gráficas.

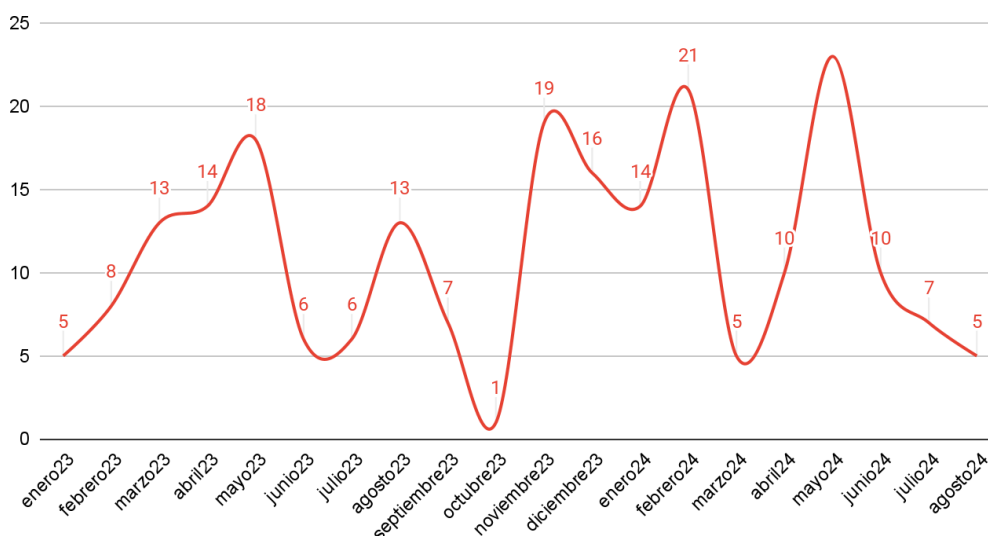


Gráfico 1. Evolución de las noticias sobre EP

Fuente: Elaboración propia.

Como observamos en el Gráfico 4, enero y mayo del 2024 son los dos momentos de mayor volumen (frecuencia) de noticias sobre la economía popular. Sin embargo, como puede verse en el Gráfico 5, se produce un desplazamiento semántico entre estos dos momentos: si para el primer bimestre del año 2024 los términos de mayor peso en las noticias gráficas eran “economía popular” y “movimientos sociales”, para el tercer bimestre del año serán los “piqueteros” quienes ocupen el contenido sobre el tema.

Es decir que en el momento en que el enfoque de la economía popular en los medios gráficos es ocupado por una mirada jurídica, como observamos en el Gráfico 3, el sujeto de la economía popular pasa a estar representado centralmente por la figura del piquetero. No hay –es necesario reconocerlo– demasiada originalidad en este cruce, en tanto la figura del piquetero cuenta con una larga historia de estigmatización y valoración negativa en los medios de comunicación.

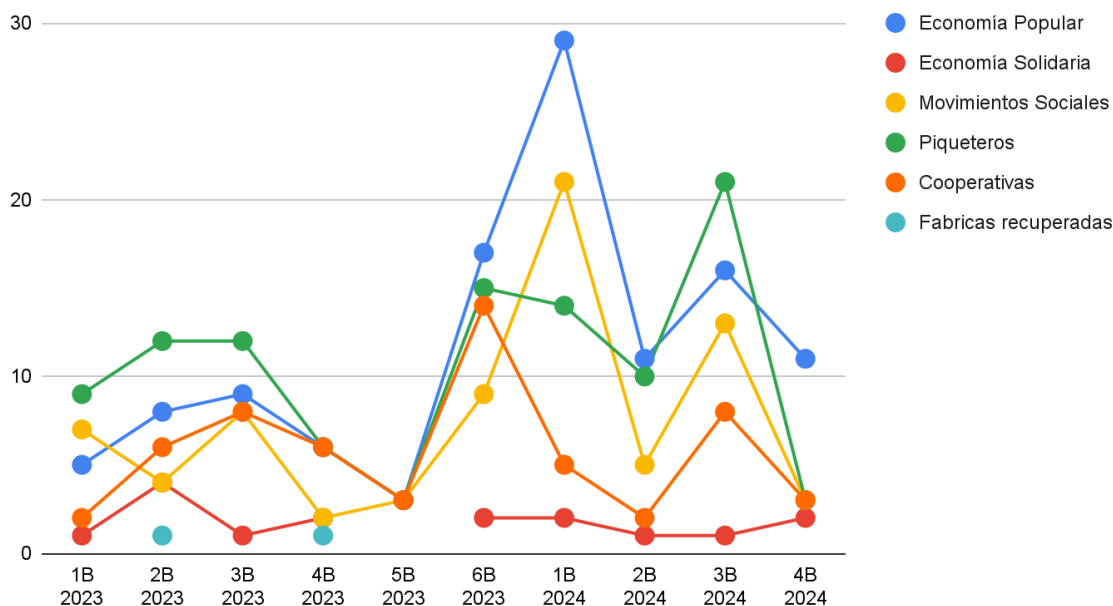


Gráfico 2. Evolución de la frecuencia de noticias EP, por términos.

Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, este corrimiento semántico se produce de forma desigual si se diferencian los entes que enuncian. Retomando los aportes del análisis materialista del discurso, es una operación que expresa el resultado de “relaciones de antagonismo desigual” (Aguilar *et. al.*, 2014, p. 46) propias de una formación discursiva. Así, mientras en *El Destape* la «economía popular» aparece referida centralmente a través del término “cooperativas”, en *La Nación* es mediante el término “economía popular”, y en *Crónica* se apela mayoritariamente a “piqueteros”.

	<i>El Destape</i>	<i>La Nación</i>	<i>Crónica</i>
Economía Popular	13	93	9
Economía Solidaria	8	8	-
Movimientos Sociales	4	48	23
Piqueteros	5	54	46
Cooperativas	34	22	1



Fáb. Recuperadas	2	-	-
------------------	---	---	---

Cuadro 2. Términos sobre la EP, según medios.

Fuente: Elaboración propia.

Ese mismo antagonismo desigual queda reflejado al analizar el enfoque de las noticias según el medio en que aparecen. Como aclaramos al comienzo de este escrito, la elección de los medios gráficos estuvo guiada por un criterio de diferenciación ideológica. En *El Destape*, un medio gráfico de corte progresista, el enfoque sobre las noticias de la economía popular es casi exclusivamente el del “trabajo” (ver Cuadro 5). La mayor cantidad de estas noticias hacen mención a cooperativas y, en menor medida, fábricas recuperadas. Pero si tomamos *La Nación*, un medio tradicional de las clases dominantes en la Argentina, la mayoría de las noticias sobre la economía popular se enfocan en la “asistencia social”, a la que aluden a través de términos como piqueteros y movimientos sociales. Cuando se analiza el diario *Crónica*, un medio de consumo popular de fuerte tendencia sensacionalista, las noticias sobre la economía popular ponen el enfoque centralmente en el “conflicto”, representado casi de forma unívoca en la figura de los piqueteros.

	El Destape	%	La Nación	%	Crónica	%
Trabajo	46	88,5%	28	25,9%	13	21,3%
Asistencia Social	1	1,9%	35	32,4%	12	19,7%
Conflicto	4	7,7%	29	26,9%	23	37,7%
Judicialización	1	1,9%	16	14,8%	10	16,4%
Otros	-		-		3	4,9%
Totales	52	100%	108	100%	61	100%

Cuadro 3. Enfoques de la EP, según medios.

Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, cuando analizamos la evolución del *enfoque* en las noticias sobre economía popular, y cruzamos esta información de acuerdo con la primacía de los términos que se utilizan (Cuadro 3), observamos dos cuestiones que es menester destacar.

En primer lugar, como fue señalado anteriormente, se produce un corrimiento del enfoque desde una mirada centrada en el “trabajo” y el “conflicto” durante el año 2023, para situarse, en el 2024, en un enfoque que gira en torno a la “asistencia social” y la “judicialización” en el gobierno de Javier Milei.



Pero más llamativo es el hecho que constatamos al analizar la utilización de los términos en esa evolución. Por ejemplo, el de “piqueteros” pasó de ser un término vinculado al trabajo a comienzos del 2023, para asumir nuevas significaciones según la coyuntura (ver Cuadro 6). Lo mismo sucede con el término de “economía popular”, que estará asociado a la asistencia social a comienzos del 2024 y rápidamente cambia de sentido hacia un enfoque jurídico. Esto nos habla de la posibilidad de resignificación de los términos.

	1 cuatri 2023				2 cuatri 2023				3 cuatri 2023			
	Trabajo	A. Social	Conflicto	Jurídico	Trabajo	A. Social	Conflicto	Jurídico	Trabajo	A. Social	Conflicto	Jurídico
Economía Popular	8	3	5	1	11				5	8	7	
Economía Solidaria	5				4				1	1		
Mov. Sociales	4	2	2	2	3	2	5			2	8	
Piqueteros	11	1	9		3	5	9	1	2	2	14	
Cooperativas	8				12		1		15		2	
Fáb. Recuperadas	1				1							
Totales	37	6	16	3	34	7	15	1	23	13	31	0
	62				57				67			

Cuadro 4. Evolución del enfoque, por términos (primera parte)

Fuente: Elaboración propia.

	1 cuatri 2024				2 cuatri 2024			
	Trabajo	A. Social	Conflicto	Jurídico	Trabajo	A. Social	Conflicto	Jurídico
Economía Popular	8	22	8	4	7	1	7	10
Economía Solidaria	1	1	1		1			2
Mov. Sociales	5	14	6	3	2	3	2	6
Piqueteros	4	10	8	2	1	6	5	12
Cooperativas	5	1		1	3	2	1	5
Fáb. Recuperadas								
Totales	23	48	23	10	14	12	15	35
	94				76			



Cuadro 5. Evolución del enfoque, por términos (segunda parte)

Fuente: Elaboración propia.

Tal como afirma Volóshinov (2018) “las formas del signo están determinadas ante todo tanto por la organización social de los hombres como por las condiciones más inmediatas de su interacción. En cuanto cambian las formas, cambia el signo” (p. 47). Siguiendo la propuesta del discípulo de Bajtin, el estudio de las ideologías nos obliga a examinar la vida social del signo. Por eso, las transformaciones que se observan en el uso de los signos que representan a la economía popular, no pueden ser atribuidos simplemente a una decisión editorial de los medios gráficos en que aparecen. Es el contexto social el que resignifica al signo. O, en palabras del lingüista ruso, “el signo llega a ser la arena de la lucha de clases” (Volóshinov, 2018, p.50).

Entre la política y la economía. Ubicación temática de la EP en las secciones periodísticas

En tanto la palabra tiene por función ser un medio de la conciencia, es menester analizarla como signo social. Se requiere, por tanto, analizar cómo el significado de las palabras se modifica a través del tiempo. Y la razón de ser de esos cambios se encuentra en la materialidad de esos signos, en los procesos sociales. Es en el devenir de las clases sociales –con sus acciones, sus luchas, sus saberes históricos– donde se encuentra el basamento real sobre el que se transforman los signos sociales.

Así como la materialidad del signo –y la palabra lo es– deviene de las relaciones que las clases entablan para la producción de lo social (base real), es importante marcar que éste a su vez modifica esas relaciones en la medida en que es a través de estos signos que las clases sociales entienden al mundo. El signo no es entonces un simple *reflejo* de la estructura social, sino un campo de la lucha de clases. Más que reflejar, el signo *refracta* el ser social en el campo de lo simbólico. Y aquí radica, al decir de Volóshinov, el doble carácter del signo:

“aquello que hace vivo y cambiante al signo ideológico, lo convierte al mismo tiempo en un medio *refractante* y *distorsionador* de la existencia. La clase dominante busca adjudicar al signo ideológico un carácter eterno por encima de las clases sociales pretende apagar y reducir al interior la lucha de valoraciones sociales que se verifica en él, trata de convertirlo en signo monoacentual” (Volóshinov, 2018, p. 51, *itálicas nuestras*).

Al estudiar cómo es presentado el término economía popular en los medios gráficos de comunicación, nos encontramos que la mayor parte de las noticias posicionan el tema dentro de la sección periodística «Política» y, en mucho menor medida, en la sección periodística de «Economía». Esto indica, a nuestro entender, que el sujeto de la economía popular es representado en los medios de comunicación fundamentalmente como un actor político, antes que como partícipe de la esfera productiva y la trama de relaciones que constituyen la actividad económica de la sociedad.



Sección	N
Política	150
Economía	52
Sociedad	15
Opinión	4
Total	221

Cuadro 6. Noticias sobre Economía Popular (EP), según sección periodística.

Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, esta sobrerrepresentación política se modifica al distinguir por medios de comunicación. En este caso, queda marcada la diferenciación en tanto que para *La Nación* y *Crónica* es clara la interpretación de la economía popular como actor político, mientras que en *El Destape* ocurre lo contrario, las noticias sobre el tema tienden mayoritariamente a un encuadre económico.

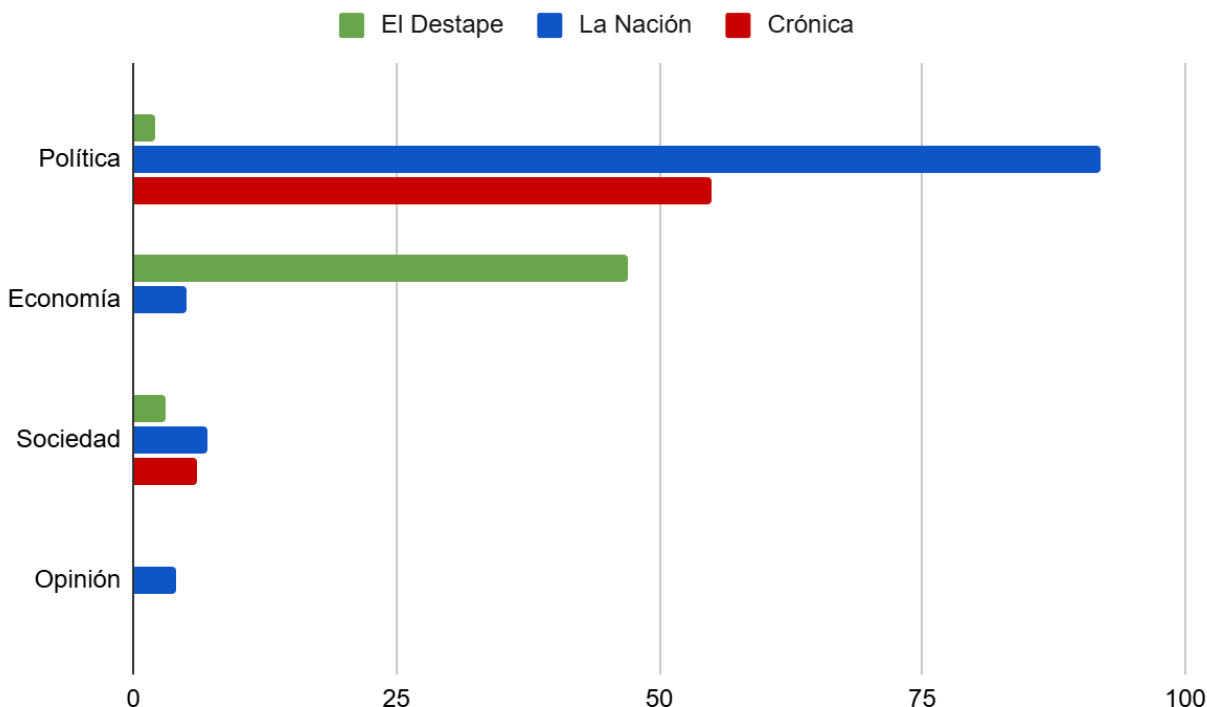


Gráfico 3. Noticias sobre EP según sección, por medio.



Fuente: Elaboración propia.

El trabajo de los otros (o el doble carácter de la EP). Enfoque discursivo en torno a la EP.

La emergencia de la economía popular durante la última década vino a recuperar discusiones que, si bien eran de largo aliento, tomaron otro carácter en el contexto de las actuales economías de capitalismo financiero global. La vieja distinción entre trabajo productivo y reproductivo debió ser repensada en los marcos de nuevas formas de valorización del capital y apropiación del plustrabajo.

La aparición de la economía popular como actor social con incidencia en la arena pública puso de manifiesto, por un lado, la dimensión de un conjunto de trabajadores y trabajadoras que expresaban un sector cada vez más importante de superpoblación obrera⁶; pero, a su vez, mostró los vasos comunicantes de este sector con el conjunto de la economía general. Dicho de otra manera, la fuerte presencia pública de la economía popular hizo visible que el trabajo al interior del significativo «economía popular», representaba una parte sustancial del conjunto de los trabajadores; y, al mismo tiempo, que buena parte del trabajo reproductivo resultaba indispensable para la regulación de la trama comunitaria en los barrios populares.

Al poner la mirada sobre el *enfoque* con el que los medios de comunicación representan el universo de la economía popular, podemos observar que esa sobredimensión política que se apreciaba respecto del lugar en que el periodismo gráfico ubica a la EP, queda enfrentado a un contenido mucho más diverso y vinculado al mundo del trabajo. De hecho, un poco más del 40% de las noticias tienen un enfoque centrado en el “trabajo”⁷ y en apenas un poco más del 20% el encuadre está puesto en la “asistencia social”⁸.

⁶ Para un acercamiento a las mediciones de la economía popular, ver (Stratta, 2024).

⁷ Ver por ejemplo: “Economía Popular: cuántas personas trabajan y cómo es la división de edades, de sexo y por provincias” (Núñez, 2023).

⁸ Ver por ejemplo: “El Gobierno dejó de enviar alimentos a los comedores y pasará a un sistema de asignación de fondos por tarjeta” (González del Solar, 2024)

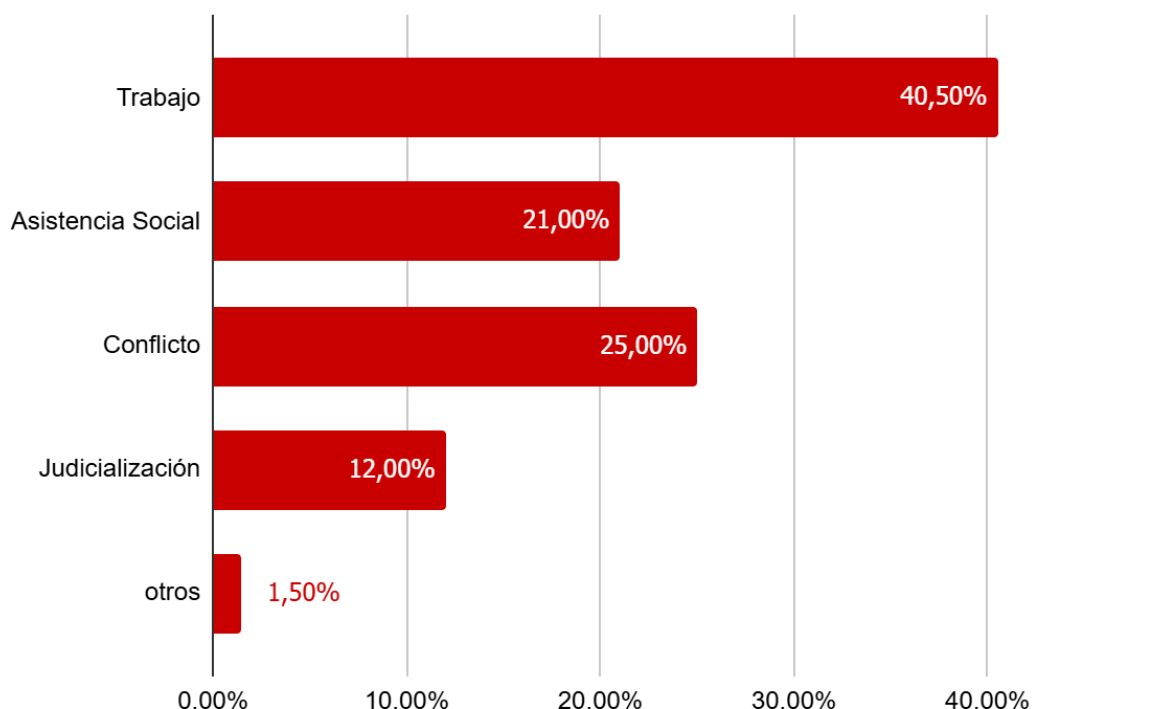


Gráfico 4. Noticias sobre EP, según enfoque (n=221).

Fuente: Elaboración propia.

No obstante, hay otras dos grandes miradas en el tratamiento que los medios hacen de la economía popular y están vinculados al “conflicto”⁹ (25%) y a la “judicialización”¹⁰ (12%).

Pero resulta interesante, como puede verse en el Gráfico 3, que a lo largo del período que estudiamos los enfoques se van modificando. Mientras que la mirada puesta en el “trabajo” cobra importancia a comienzos y mediados del período que analizamos, va perdiendo lugar durante el año 2024. Es decir que, con el cambio de gestión en el gobierno nacional, la centralidad del trabajo en la representación de la economía popular se fue diluyendo. En cambio, el enfoque puesto en la “asistencia social” tiene su mayor expresión en el primer bimestre de 2024, coincidiendo con los efectos de pauperización que tuvo la política económica del nuevo gobierno nacional.

⁹ Ver por ejemplo: “Cuáles son las organizaciones piqueteras y gremiales que desafían a Javier Milei en la primera protesta callejera” (La Nación, 2023, diciembre 20)

¹⁰ Ver por ejemplo: “Eduardo Belliboni ante la Justicia: negó haber extorsionado a beneficiarios de planes sociales y descartó los desvíos de fondos” (Crónica, 2024, junio 25)

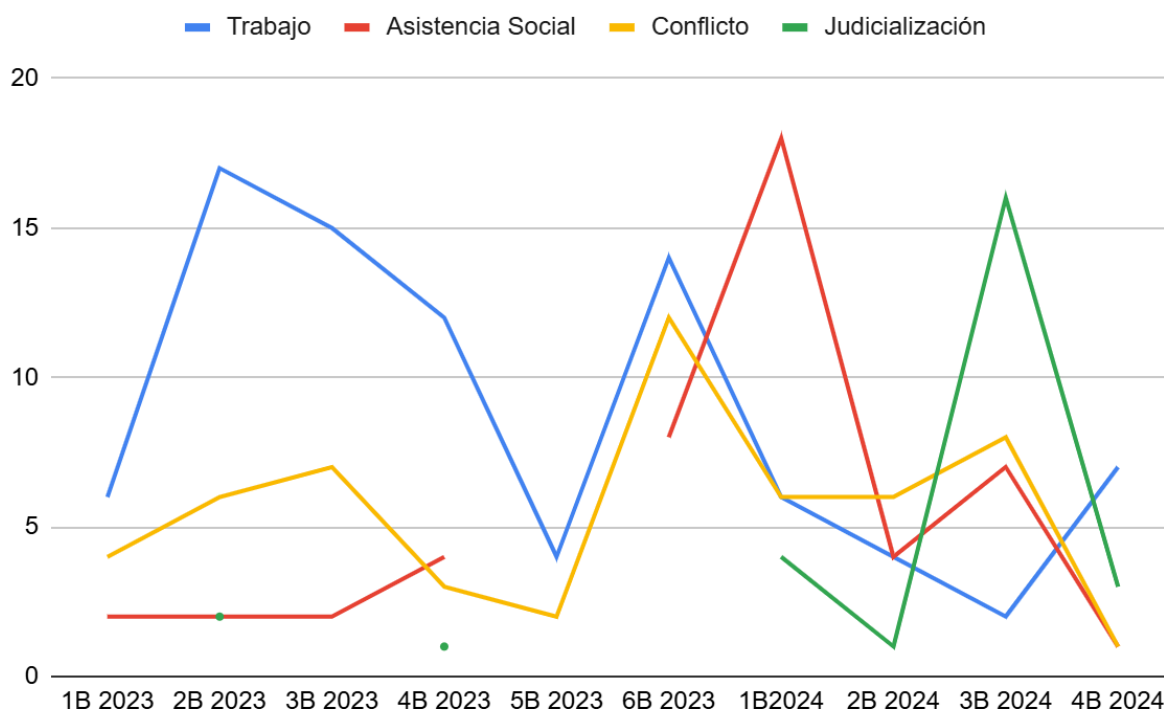


Gráfico 5. Evolución del enfoque de noticias sobre EP

Fuente: Elaboración propia.

La economía popular representada como “conflicto”, por el contrario, tiene su punto más alto en el final de 2023, en el mismo momento en que se produce el cambio de gestión en el gobierno nacional. Se trata además de un momento de alta visibilización de la economía popular en los medios gráficos (ver Cuadro 2). Pero más sugestivo es observar que el enfoque de “judicialización”, que explica solo un 12% de las noticias sobre EP, tiene su mayor impacto en el tercer bimestre de 2024 (Gráfico 3), en el mismo momento que se produce una oleada de allanamientos en locales de organizaciones sociales vinculadas a la EP¹¹. Es allí, en ese mismo momento, en que las noticias sobre la EP asumen su máxima frecuencia (ver Cuadro 2).

¹¹ Ver por ejemplo: “Más presión para no marchar: el gobierno avanzó sobre las organizaciones sociales con decenas de allanamientos” (El Destape, 2024, mayo 13); “Imputaron a Juan Graboís por las acusaciones de malversación de recursos del Fondo de Integración Social Urbano”, (La Nación, 2024, mayo 3); “Allanamientos a piqueteros: de ‘persecución política’ a alusión a ‘narcos’, la defensa de los dirigentes sociales”, (Crónica, 2024, mayo 14).



	2023											2024								Tot al		
	e	f	m	a	m	j	j	a	s	o	n	d	e	f	m	a	m	j	j	a		
El Destape	1	-	6	4	5	4	4	7	3	-	1	2	1	-	1	-	1	2	1	-	-	52
La Nación	2	2	1	6	7	1	2	3	1	-	4	2	3	1	5	4	6	3	6	6	4	108
Crónica	2	6	6	4	6	1	-	3	3	1	3	3	1	5	1	3	8	3	1	1	61	
Totales	5	8	3	4	8	6	6	3	7	1	9	6	4	1	5	0	3	0	7	5	221	

Cuadro 7. Evolución de las noticias sobre EP, por medios.

Fuente: Elaboración propia.

Así se expresa en toda su potencia el, como afirma Volóshinov (2018), doble carácter del signo en tanto refractante y distorsionador de la realidad. La «economía popular», como signo en los medios de comunicación gráfica, expresa una conflictividad subyacente en la “base real”, al tiempo que sus significaciones van transformándose de acuerdo al devenir de la lucha política de la sociedad.

La institucionalización como proceso. Voces y mediaciones en la representación de la EP

Instituciones académicas, organismos de gobierno y medios de comunicación, han nombrado sucesivamente a la economía popular como actores marginales, informales o de subsistencia (Cielo *et al.*, 2023). Sin embargo, su presencia en tanto actor colectivo fue ganando espacio en el debate público de los últimos años. A lo largo de más de una década, desde la creación de la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP) en 2011, las organizaciones lograron instalar en la agenda, dar visibilidad, a una significativa parte de la fuerza de trabajo situada en los márgenes –aunque no totalmente por fuera– del mercado laboral en la Argentina. Pero fue con la Ley de Emergencia Social, en 2016, que comenzaron a crearse instancias como el registro nacional (RENATEP), el salario social o la participación en el consejo del salario, que irán paulatinamente institucionalizando al sector de la economía popular. En efecto, con la Ley de Emergencia Social hay una toma de posición del Estado (Ozslak y O'Donnell, 1982) respecto a la economía popular como cuestión “problematizada” desde las organizaciones populares.



Es relevante examinar las voces con las que la economía popular es representada en las noticias. Buscamos, en esta parte, dar cuenta de quién enuncia; cuál es el sujeto que da voz a la economía popular en los medios gráficos. En este sentido, como observamos en el punto 6, si bien el grueso de las noticias tiene enfoque en el *trabajo*, quienes hablan mayoritariamente en los medios gráficos son las “organizaciones”¹², generalmente a través de sus referentes y referentas, y en mucho menor medida son los propios “trabajadores/as”¹³ quienes ponen la voz (ver Gráfico 6). Esto se corresponde, ciertamente, con la magnitud alcanzada por estas organizaciones (Movimiento Evita, MTE, Polo Obrero, etc.) y sus distintos agrupamientos o federaciones (UTEP, MNER, Unidad Piquetera, etc.), pero es llamativa la poca visibilidad que se otorga a los trabajadores que llevan adelante estas experiencias de economía popular. Podría afirmarse que existe en los medios gráficos una sobrerrepresentación del carácter colectivo de la economía popular, en desmedro (o a expensas) de la voz particular de sus integrantes¹⁴.

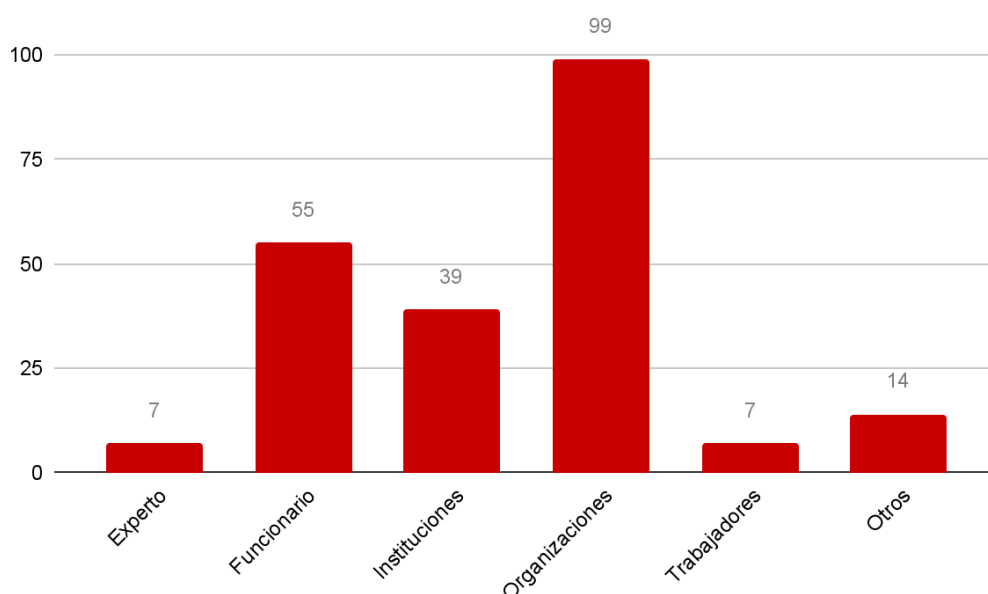


Gráfico 6. Noticias sobre EP, según enunciante

Fuente: Elaboración propia.

¹² Ver por ejemplo: “Anuncian nuevo “asadazo” para la venta de carnes a precios justos” (El Destape, 2023, diciembre 4).

¹³ Ver por ejemplo: “Le sacaron el carro que usaba para cartonear y se puso a llorar: la respuesta del gobierno porteño” (La Nación, 2024, julio 7).

¹⁴ Aunque se trata de una muestra no representativa, es interesante retomar los resultados de una encuesta administrada a trabajadores de la economía popular (Ojeda y González Arzac, 2024). Allí se advierte que “del total de los encuestados 48,5% se identifican a sí mismos como ‘emprendedores’, un 5,9% como ‘cuentapropistas’ y un 2,9% como ‘freelance’, mientras que sólo un 8,1% se describió como ‘trabajadores de la economía popular’” (p. 127-128). Es decir que tampoco desde la autopercepción se consolida la figura del trabajador en la economía popular.



Asimismo, es significativo el peso que tienen “funcionarios”¹⁵ e “instituciones público/privadas”¹⁶ a la hora de hablar en nombre (o acerca) de la economía popular. Creemos que esto responde al grado de institucionalización desarrollado, entendido como el conjunto de mediaciones y ámbitos de negociación existentes entre las organizaciones sociales y el Estado (Stratta, 2022).

Estas nuevas mediaciones marcan un cambio en la relación Estado - Sociedad que comienzan a observarse con posterioridad a la crisis de 2001. María Maneiro identifica distintas “matrices de articulación” de la relación entre Estado y sectores populares. Así, a diferencia de la *matriz corporativista* clásica del peronismo, en los 90 había surgido una *matriz territorial* basada en vínculos clientelares para dar cuenta de todas aquellas identidades sociales que no se encontraban interpeladas por el prisma sindical tradicional. Pero en la década de los 2000 se produce una “reapropiación estatal de las experiencias territoriales existentes”, esto es, se crea un *entramado reticular* de mediaciones estatales porque no era suficiente con las redes de mediación previas, “se tiene que sobreponer encima de éstas una malla más densa que articule los emprendimientos comunitarios que se estuvieron desarrollando a nivel territorial” (Maneiro, 2012, p. 279).

Una vez que las organizaciones populares logran instalar *desde abajo* la cuestión de la economía popular, tiene lugar un proceso de institucionalización que remite a estos cambios en la capacidad estatal observables, como se ha señalado, en un conjunto de nuevas mediaciones. Así, este proceso supone:

“1) en el nivel de la estrategia de conjunto (...) la revitalización de las instituciones estatales de intervención en la articulación y dirección política, y 2) en el nivel de las tácticas de los movimientos sociales, implica la circunscripción de sus acciones en el marco de diseños institucionales que los contengan” (Maneiro, 2012, p. 215).

Consideraciones finales

El análisis de la representación de la economía popular en los medios gráficos argentinos confirma nuestra hipótesis inicial: la transformación política producida a partir de las elecciones presidenciales de 2023 tuvo un correlato en la forma en que este sector fue representado en el discurso mediático. Observamos que los cambios en la cobertura de la economía popular no fueron meras variaciones estilísticas, sino que expresaron una lucha ideológica en la que los medios gráficos jugaron un rol activo en la resignificación del sector. Así, mientras en 2023 la economía popular fue mayormente enmarcada en términos de “trabajo” y “conflicto”, en 2024 ganó centralidad su representación como un problema de “asistencia social” y de “judicialización”. Este desplazamiento discursivo no solo modificó la forma en que se nombra a los actores de la economía popular, sino que también contribuyó a

¹⁵ Ver por ejemplo: “La Dirección Nacional de Economía Popular proyecta llegar a 76 mil recuperadores con recursos” (El Destape, 2023, marzo 31).

¹⁶ Ver por ejemplo: “Capital Humano apeló fallo que pedía en 48 horas explicaciones sobre la ejecución del plan de distribución de alimentos” (Crónica, 2024, julio 24).



la consolidación de un sentido común en el que la criminalización y la estigmatización de este sector adquirieron un peso creciente.

Volvemos entonces a la función de la ideología. Como afirma el ensayista británico Mark Fisher (2021, p. 36), “la tarea de la ideología capitalista no es convencernos de algo (esa sería la tarea de algún tipo de propaganda), sino ocultar el hecho de que las operaciones del capital no dependen de algún tipo de creencia subjetiva compartida”. En una sociedad hiperinformada y permanentemente conectada a los estímulos discursivos, la operación ideológica consiste en producir sentidos (valores, afectos, miedos, indignación), esto es, producir lo real. Hacemos nuestra la advertencia de Žizek cuando afirma que “el nivel fundamental de la ideología, sin embargo, no es el de una ilusión que enmascare el estado real de las cosas, sino el de una fantasía (inconsciente) que estructura nuestra propia realidad social” (citado en Fisher, 2021, p. 36).

En este sentido, el cambio de gobierno no solo marcó un punto de inflexión en las políticas estatales hacia la economía popular, sino también en su construcción mediática. Con la asunción presidencial de Javier Milei, los medios gráficos reorganizaron sus marcos de interpretación, reforzando una mirada que asocia la economía popular con la dependencia estatal y el desorden social. La progresiva sustitución del término “economía popular” por “piqueteros” en los medios analizados es un claro ejemplo de esta reconfiguración semántica, en la que la representación del sector como sujeto político y productivo fue desplazada en favor de una caracterización que lo vincula con el asistencialismo y el conflicto. De esta manera, la construcción discursiva de la economía popular en la prensa reflejó el giro político y también lo fortaleció al legitimar la agenda gubernamental de desarticulación del sector.

Por otra parte, el proceso de institucionalización de la economía popular, que había avanzado en la última década con la progresiva incorporación de este sector en instancias estatales de negociación y regulación, también se vio afectado por esta nueva configuración discursiva. La creciente presencia de funcionarios y representantes institucionales como enunciadores principales en la cobertura mediática sugiere un reforzamiento del control estatal en lo que respecta a la dimensión narrativa de la economía popular, mientras que la voz de los propios trabajadores del sector continúa siendo marginal. Así, el cambio de gestión gubernamental no solo reconfiguró las relaciones materiales entre el Estado y las organizaciones de la economía popular, sino que también impuso nuevos marcos de interpretación que condicionan su representación en la esfera pública.

A partir de este estudio, se abren nuevas preguntas: ¿cómo interactúan los discursos mediáticos sobre la economía popular con las decisiones de gobierno? ¿Cómo evolucionaron las categorías discursivas con las que se nombra a este sector en los medios a lo largo de diferentes gobiernos? ¿Se puede hablar de una disputa por la definición del concepto dentro del propio campo político y académico? ¿De qué manera las organizaciones y trabajadores de la economía popular pueden incidir en su propia representación mediática? Estos interrogantes nos invitan a seguir indagando en el vínculo entre ideología y economía popular, entendiendo que la batalla por el sentido es un terreno fundamental en la disputa política y social.



Bibliografía

- Aguilar, P., Glozman, M., Grondona, A., & Haidar, V. (2014). ¿Qué es un corpus? *Entramados y perspectivas*, 4(4). Lugar de publicación: Institución. <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/entramadosyperspectivas/article/view/527>
- Stratta, F. (2024). Una aproximación a las mediciones (y los debates) de la economía popular en la Argentina. En Mazzeo, M., & Stratta, F. (Coord.), *La economía popular. Perspectivas críticas desde Nuestra América*. El Colectivo.
- Stratta, F. (2022). Políticas públicas y precariado. Desafíos de la institucionalización de la Economía Popular. *Revista OSERA*, (19). ISSN. Facultad de Ciencias Sociales, UBA.
- Mazzeo, M., & Stratta, F. (Coord.). (2021). *¿Qué es la economía popular? Experiencias, voces y debates*. El Colectivo.
- Cielo, C., Gago, V., & Tassi, N. (2023). Introducción. En V. Gago, C. Cielo, & N. Tassi (Eds.), *Economías populares: Una cartografía crítica latinoamericana* (pp. 11–51). CLACSO. <https://biblioteca-repositorio.clacso.edu.ar/bitstream/CLACSO/248847/1/Economias-populares.pdf>
- Coraggio, J. L., & Loritz, E. (2022). *Economía popular: entre la emergencia y la estrategia*. CICCUS.
- Coraggio, J. L., et al. (2010). *Guía para el mapeo y relevamiento de la Economía Popular Solidaria en Latinoamérica y el Caribe*. GRESP. https://base.socioeco.org/docs/guia_para_mapeo_y_relevamiento_eps_en_lac.pdf
- Crónica (2024, mayo 14). Allanamientos a piqueteros: de ‘persecución política’ a alusión a ‘narcos’, la defensa de los dirigentes sociales. <https://www.cronica.com.ar/politica/Allanamientos-a-piqueteros-de-persecucion-politica-a-alusiones-a-narcos-la-defensa-de-los-dirigentes-sociales-20240514-0115.html>
- Crónica (2024, junio 25). Eduardo Belliboni ante la Justicia: negó haber extorsionado a beneficiarios de planes sociales y descartó los desvíos de fondos. <https://www.cronica.com.ar/politica/Eduardo-Belliboni-ante-la-Justicia-nego-haber-extorsionado-a-beneficiarios-de-planes-sociales-y-descarto-los-desvios-de-fondos-20240625-0118.html>
- Crónica (2024, julio 24). Capital Humano apeló fallo que pedía en 48 horas explicaciones sobre la ejecución del plan de distribución de alimentos. <https://www.cronica.com.ar/politica/Capital-Humano-apelo-fallo-que-pedia-en-48-horas-explicaciones-sobre-la-ejecucion-del-plan-de-distribucion-de-alimentos-20240724-0247.html>
- El Destape (2023, marzo 31). La Dirección Nacional de Economía Popular proyecta llegar a 76 mil recuperadores con recursos. <https://www.eldestapeweb.com/sociedad/economia-popular/la-direccion-nacional-d>



[e-economia-popular-proyecta-llegar-a-76-mil-recuperadores-con-recursos-202333120130.html](https://www.eldestapeweb.com/economia-finanzas/economia-popular/anuncian-nuevo-asadazo-para-la-venta-de-carnes-a-precios-justos-en-caba-y-monte-grande-20231241100.html)

El Destape (2023, diciembre 4). Anuncian nuevo “asadazo” para la venta de carnes a precios justos.

<https://www.eldestapeweb.com/economia-finanzas/economia-popular/anuncian-nuevo-asadazo-para-la-venta-de-carnes-a-precios-justos-en-caba-y-monte-grande-20231241100.html>

El Destape (2024, mayo 13). Más presión para no marchar: el gobierno avanzó sobre las organizaciones sociales con decenas de allanamientos.

<https://www.eldestapeweb.com/politica/crisis-economica/mas-presion-para-no-marchar-el-gobierno-avanzo-sobre-organizaciones-sociales-con-decenas-de-allanamientos-202451315520.html>

Fisher, M. (2021). *Realismo capitalista: ¿No hay alternativa?* (Ed. original 2009). Caja Negra.

González del Solar, F. (2024, enero 31). El Gobierno dejó de enviar alimentos a los comedores y pasará a un sistema de asignación de fondos por tarjeta. *La Nación*.

<https://www.lanacion.com.ar/politica/el-gobierno-dejo-de-enviar-alimentos-a-los-comedores-y-pasara-a-un-sistema-de-asignacion-de-fondos-nid31012024/>

La Nación (2023, diciembre 20). Cuáles son las organizaciones piqueteras y gremiales que desafían a Javier Milei en la primera protesta callejera.

<https://www.lanacion.com.ar/politica/cuales-son-las-organizaciones-piqueteras-y-gremiales-que-desafian-a-javier-milei-en-la-primera-nid20122023/>

La Nación (2024, mayo 3). Imputaron a Juan Grabois por las acusaciones de malversación de recursos del Fondo de Integración Social Urbano.

<https://www.lanacion.com.ar/politica/imputaron-a-juan-grabois-por-las-acusaciones-de-malversacion-de-los-recursos-del-fondo-de-nid03052024/>

La Nación (2024, julio 15). Le sacaron el carro que usaba para cartonear y se puso a llorar: la respuesta del gobierno porteño.

<https://www.lanacion.com.ar/sociedad/le-sacaron-el-carro-que-usaba-para-cartonear-y-se-puso-a-llorar-la-respuesta-del-gobierno-porteno-nid15072024/>

Lukács, G. (1970). *Historia y conciencia de clase*. Editorial Ciencias del Hombre.

Maneiro, M. (2012). *De encuentros y desencuentros: Estado, gobiernos y movimientos de trabajadores desocupados*. Biblos.

Núñez, R. (2023, marzo 9). Economía popular: cuántas personas trabajan y cómo es la división de edades, de sexo y por provincias. *El Destape*.

<https://www.eldestapeweb.com/economia/empleo/economia-popular-mas-de-tres-millones-y-una-modalidad-de-empleo-que-crece-2023890522.html>

Ojeda, A., & González Arzac, S. (2024). La economía popular en el campo de lo simbólico. En Mazzeo, M., & Stratta, F. (Coord.), *La economía popular. Perspectivas críticas y miradas desde Nuestra América*. El Colectivo.



Oszlak, O., & O'Donnell, G. (1982). Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación. *Revista venezolana de desarrollo administrativo*, 1. <https://www.redalyc.org/pdf/907/90711285004.pdf>

Samouth, É., & Serrano, Y. (2015). Las implicancias políticas de la nominación: nombrar un conflicto en los medios de comunicación colombianos y venezolanos. En M. Donot & M. Pordeus Ribeiro (Dir.), *Discursos políticos en América Latina. Representaciones e Imaginarios* (pp. 149–164). Homo Sapiens.

Veniard, M. (2013). *La nomination des événements dans la presse. Essai de sémantique discursive*. Presses universitaires de Franche-Comté.

Volóshinov, V. (2018). *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Ediciones Godot.

Anexo

Operacionalización

	Términos	a) economía popular b) economía solidaria c) movimientos sociales d) piqueteros e) cooperativas f) fábricas recuperadas
Noticias sobre la economía popular	Enunciante	a) organizaciones b) instituciones públicas o privadas c) funcionarios d) trabajadorxs e) expertos
	Enfoque	a) trabajo b) asistencia social c) conflicto d) judicialización