

¿Una nueva identidad colectiva de los movimientos sociales? Análisis de la participación en Twitter de las organizaciones de la economía popular (2011-2019)

A New Collective Identity for Social Movements? Analyzing Twitter Participation of Popular Economy Organizations (2011-2019)

*Pablo Forni**

*Tomás Nougués***

*Manuel Zapico****

* IDICSO/USAL/CONICET, Buenos Aires, Argentina/ pforni0@gmail.com / ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0760-913X>

** USAL/UNSAM/CONICET, Buenos Aires, Argentina / tominougues@gmail.com/ ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4173-5789>

*** USAL, Buenos Aires, Argentina / manuel.a.zapico@gmail.com / ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8057-4749>

<http://dx.doi.org/10.22529/sp.2024.61.02>



STUDIA POLITICÆ  Número 61 primavera-verano 2024 pág. 26-55

Recibido: 06/03/2023 | Aceptado: 15/07/2023

Publicada por la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales
de la Universidad Católica de Córdoba, Córdoba, República Argentina.

Resumen

El artículo aborda el trabajo de construcción identitaria de la economía popular desplegado en la red social Twitter por parte de un grupo de movimientos fundadores de la Unión de Trabajadores de la Economía Popular (UTEP). Para ello, analiza la participación de dichos movimientos sociales en Twitter, a partir de un corpus de 16 cuentas de organizaciones y dirigentes del sector que suman un total de 28150 *tweets* publicados entre el 2011 y el 2019. El análisis de los datos demuestra la creciente relevancia que la economía popular adquirió en el discurso público de los movimientos sociales a lo largo del período y el rol central que desempeñó en la construcción de una unidad de acción entre los movimientos, y reconstruye la heterogeneidad identitaria de los principales miembros de la UTEP. El argumento central del artículo es que los movimientos que conforman la UTEP realizaron un activo trabajo identitario para constituir la economía popular como una nueva capa de identidad colectiva que no soslaya las heterogeneidades, sino que se superpone a otras específicas de cada uno. Este trabajo identitario tuvo un rol central en el camino a la confluencia de dichos movimientos en la UTEP.

Palabras clave: economía popular - identidad colectiva - movimientos sociales – UTEP - CTEP

Abstract

This article examines the popular economy identity construction work carried by a group of constituent movements of the Unión de Trabajadores de la Economía Popular (UTEP). To do so, it analyzes the participation of these social movements on Twitter, using a corpus of 16 accounts of organizations and leaders of the sector, with a total of 28150 tweets published between 2011 and 2019. The analysis of the data shows the growing importance of the popular economy in the public discourse of the social movements during this period, the central role it played in the construction of a unity of action among the movements and reconstructs the identity heterogeneity of the main members of the UTEP. The central argument of the article is that the movements that founded the UTEP carried out active identity work to constitute the popular economy as a new layer of collective identity that does not ignore heterogeneities but overlaps with others that are specific to each of them. This identity work played a central role in bringing these movements together in the UTEP.

Key words: popular economy - collective identity - social movements – UTEP - CTEP

Introducción

Entre los actores políticos y sociales más relevantes de la Argentina contemporánea, se destacan los denominados “movimientos sociales”, que surgen a fines del siglo pasado en puebladas y cortes de rutas

organizados en oposición a las políticas neoliberales del presidente Menem. Desde entonces, se consolidaron como un nuevo actor social y político que representa a los crecientes sectores desempleados, empobrecidos y excluidos en general de las periferias de las grandes ciudades. Estos movimientos fueron uno de los principales protagonistas de las protestas sociales que marcaron el convulsionado panorama político de la Argentina del cambio de milenio, y continúan siéndolo hoy en día.

Si bien las ciencias sociales locales han seguido el fenómeno de cerca desde su surgimiento, la profundización e innovación en el estudio de este actor cambiante y heterogéneo es una tarea central para la comprensión de los procesos sociales y políticos contemporáneos. Tal y como mostraremos en el siguiente apartado, la coyuntura actual demanda el desarrollo de investigaciones orientadas a explorar las múltiples dimensiones de las novedosas prácticas de estos movimientos sociales. Esto requiere ampliar el abanico de experiencias organizativas estudiadas para contemplar actores que tensionan las definiciones clásicas, revisar las perspectivas teóricas en busca de herramientas conceptuales que sean capaces de abordar las coyunturas actuales y, por último, implementar estrategias de investigación novedosas que abran nuevas líneas de indagación sobre un fenómeno complejo y dinámico como son los movimientos sociales en Argentina.

En el entendimiento de que los movimientos sociales mutan y evolucionan, actualizan sus demandas y reivindicaciones, remozan sus discursos e identidades político-ideológicas y modifican sus prácticas militantes, el presente artículo propone un abordaje teórico y analítico orientado a captar nuevos aspectos del fenómeno y utilizar fuentes de datos poco exploradas por las ciencias sociales locales. En este sentido, durante la pasada década, se registró un uso creciente de Twitter por parte de dirigentes políticos, partidos, organizaciones, movimientos, militantes y funcionarios, quienes convirtieron esta red social en un foro de debate de la vida política. Por esto consideramos que, aunque menos utilizada que otras redes sociales en Argentina, como Facebook o Instagram, Twitter es una fuente promisoría de datos sobre actores sociales y políticos. Por ello, en este artículo desarrollamos un análisis de la participación en Twitter de dirigentes de primera plana, movimientos y organizaciones relevantes de la economía popular para el período que abarca desde la conformación de la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP) en 2011 hasta el momento previo a la creación de la Unión de Trabajadores de la Economía Popular (UTEP) en diciembre de 2019. Se trata de cuentas pertenecientes a dirigentes y cuentas oficiales de las siguien-

tes organizaciones: la CTEP, Barrios de Pie, la Corriente Clasista y Combativa (CCC), La Dignidad, el Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE), el Movimiento Evita y Los Pibes.

El objetivo de este artículo es analizar el despliegue de la economía popular como identidad colectiva de las organizaciones y movimientos sociales en la red social Twitter entre 2011 y 2019. El período elegido incluye los años en los que se consolidó la CTEP y el posterior proceso de acercamiento y búsqueda de la unidad de un amplio conjunto de movimientos y organizaciones sociales que culminó en la creación de la UTEP. Dado que estos dirigentes y movimientos tuvieron una participación activa en la red social durante el período, decidimos emprender un análisis del trabajo identitario de los movimientos sociales mediante su participación en Twitter, particularmente en lo concerniente a la economía popular. Ciertamente, esto no incluye el trabajo identitario dentro de los movimientos, ni agota el trabajo identitario hacia afuera que despliega la identidad colectiva como producto o bien social. No obstante, consideramos que provee evidencia novedosa y relevante sobre esta última, ya que permite analizar la evolución de la economía popular como capa de identidad colectiva.

A partir de los desarrollos conceptuales y hallazgos empíricos de una línea de investigación previa (Forni, Nougés y Zapico, 2020), la hipótesis principal es que la economía popular surge y se expande transversalmente a todos los movimientos sociales que convergen en la UTEP a lo largo del período considerado. Una hipótesis secundaria es que la aparición y expansión de la economía popular como identidad colectiva común a los movimientos no soslaya las múltiples identidades propias de cada movimiento, sino que se superpone a estas como una “capa” de identidad colectiva común en el período considerado. El análisis del tratamiento que hicieron los movimientos de la economía popular en Twitter permite desarrollar un punto de vista innovador sobre dichas hipótesis en relación con la identidad colectiva del sector. Por un lado, el artículo da cuenta del incremento cuantitativo de la economía popular en el discurso de las organizaciones y su creciente protagonismo en el debate público a lo largo del período estudiado. Por el otro, reconstruye la complejidad identitaria del sector y evidencia la constitución de la identidad colectiva como capa identitaria transversal.

El artículo está organizado en cinco apartados. En el primero, se presenta una sintética revisión de la literatura local sobre movimientos sociales de las últimas décadas, prestando especial atención al tratamiento de la identidad colectiva. En el segundo, se desarrolla la perspectiva de la identidad

colectiva y sus principales aportes al estudio de los movimientos sociales. Luego, se presentan las principales características de la economía popular y se reconstruye sintéticamente la definición realizada por la UTEP. En el cuarto apartado, se presenta la metodología y, finalmente, se procede a analizar el corpus de *tweets*. A modo de conclusión, se reflexiona sobre los aportes del caso y la potencialidad del estudio de la participación política en redes sociales para el estudio de la conformación de la identidad colectiva de los movimientos sociales.

1. Los estudios sobre los movimientos sociales y su identidad colectiva

Las ciencias sociales vienen prestando atención a los movimientos sociales casi desde su surgimiento, aunque con miradas notablemente contrapuestas. Las siguientes menciones no agotan el estado del arte, pero exhiben las principales temáticas en las que se han enfocado hasta el presente. Por un lado, tempranamente se consideraba que la movilización de sectores sociales subalternos ineluctablemente asumió rasgos clientelares (Auyero, 1997 y 2001). Por otro lado, estos movimientos sociales fueron considerados como una promesa (finalmente frustrada) de autonomía política e incluso, de cambio social revolucionario, especialmente en la coyuntura crítica del cambio de siglo (Svampa y Pereira, 2003). En los años que siguieron, diferentes investigadores prestaron atención a las nuevas formas de identidad territorial barrial (Manzano, 2009; Merklen, 2000) y los cambiantes vínculos con el Estado (Perelmiter, 2010; Gradin, 2014). Algunos movimientos recibieron mayor atención, con estudios que analizan su historia y características específicas, de entre los que destacamos el importante Movimiento Evita (Natalucci, 2012; Longa, 2019). En consonancia con los intereses de este artículo, Shuttenberg (2012 y 2014) estudió la rica identidad político-ideológica del Movimiento Evita, Libres del Sur y Movimiento de Unidad Popular a lo largo de una década en el sur del Gran Buenos Aires. Los aportes mencionados, entre otros, no agotan a este actor político y social. Son necesarios más estudios de casos, miradas teóricas y fuentes de datos diferentes para ahondar en su conocimiento.

Se trata, en realidad, de un amplio espectro de organizaciones y movimientos de variado signo político-ideológico que, en el marco del acelerado deterioro de las condiciones de vida durante la década del noventa, encontraron en los cortes de calles y rutas una forma de protesta y reclamo al Estado de subsidios y otros recursos para aliviar situaciones acuciantes de pobreza e indi-

gencia de vastos sectores de la población. Desde sus inicios, fueron denominados genéricamente “piqueteros”, en alusión al viejo término piquete¹. Los cortes de calles y rutas, así como el uso de pasamontañas o pañuelos tapando los rostros para no ser identificados y la portación de palos para enfrentar a las fuerzas de seguridad no solo constituyeron rasgos de su repertorio de protesta en el espacio público, sino también aspectos distintivos de su identidad colectiva. Incluso asumieron con orgullo el término piquetero, que tenía para sus detractores una connotación despectiva y hasta violenta.

Hasta el 2003, todas las organizaciones y movimientos se enfrentaron directamente con el Estado y el sistema político en general. A medida que las consecuencias de la crisis del 2001 fueron menguando, la relación entre el Estado y las organizaciones sociales comenzó a reconfigurarse durante las presidencias de Néstor Kirchner (2003-2007) y Cristina Fernández (2008-2015). El Gobierno kirchnerista tuvo una activa política de incorporación de las organizaciones sociales, antes piqueteras, a la gestión gubernamental. Por un lado, nombró como funcionarios públicos a dirigentes y militantes de movimientos sociales –por ejemplo, el Movimiento Evita y Barrios de Pie–, que fueron incorporados, especialmente, al ámbito de la política social (Gradín, 2014; Perelmiter, 2016, entre otros). Por el otro, una parte considerable de la política social fue implementada por los movimientos sociales con inserción territorial, que gestionaron distintos programas sociales (Fizsman, 2014; Manzano, 2008; entre otros).

A partir del año 2011, se inició un proceso de gradual transformación en los repertorios de acción, así como en la identidad colectiva de un sector mayoritario de los movimientos sociales. Los palos y pasamontañas fueron progresivamente reemplazados por picos y palas, cascos, carretillas y otras herramientas de trabajo, así como por vehículos transportando máquinas de coser, verduras o material de reciclaje. Este nuevo despliegue en el espacio público refleja el surgimiento y difusión de una renovada identidad colectiva en torno a las experiencias y conceptualizaciones de la denominada economía popular. Así como los palos y las llantas humeantes eran un legado de las

¹ El término piquete tiene un lejano origen militar. “Piquet” en francés significa lanza larga y puntiaguda, o “pica” en castellano. En el siglo XVIII, una valla o línea de picas era una formación defensiva de soldados portando tales armas. A mediados del siglo XIX, comenzó a denominarse como “picket line” a los grupos de obreros en huelga apostados frente a las fábricas para impedir el ingreso. Desde entonces, “piquete” se utiliza en varios idiomas en referencia a conflictos laborales. En la Argentina, desde fines del siglo pasado, pasó a vincularse con los cortes de rutas y calles de los movimientos sociales.

luchas callejeras de fines de un siglo y comienzos del otro, las herramientas y materiales de trabajo se inscriben en una larga trayectoria militante (Forni, Nougues y Zapico, 2020).

Ahora bien, la relación con los movimientos sociales y el trabajo popular no es una novedad del movimiento de la economía popular, sino que tiene sus raíces en los devenires socioeconómicos de la Argentina de finales del siglo XX. De hecho, los movimientos sociales tienen una amplia experiencia en la gestión de políticas socio-productivas que comenzó a mediados de la década del noventa con la implementación de programas de asistencia social y las primeras experiencias de emprendimientos productivos que nucleaban a trabajadores desocupados o informales, entre los que se destacaban las bloquearas, las fábricas de pastas y los hornos comunitarios de pan (Nougues, 2021). Luego, con la pauperización de las condiciones de vida y el estallido de la crisis, los movimientos sociales fueron un actor clave en la primera experiencia nacional con un programa de transferencia condicionada de carácter masivo, esto es, el *Plan Jefas y Jefes de Hogar Desocupados* (Golbert, 2004).

También participaron en la implementación e incluso, en el diseño de las nuevas políticas sociales de promoción de la economía social y el cooperativismo impulsadas por los gobiernos kirchneristas (Castelao Caruana, 2016). A pesar de que muchas de las organizaciones que hoy integran la UTEP fueron partícipes de esta experiencia, son críticas de la orientación impresa a la política social en las últimas dos décadas. Finalmente, durante el gobierno de la alianza Cambiemos, los movimientos sociales, con el Triunvirato Cayetano a la cabeza, opusieron resistencia a los intentos de reforma de la política asistencial (Nougues y Salerno, 2020). Sin embargo, los movimientos populares no se opusieron a la desarticulación de la economía social como principio rector de la política social impulsada por el gobierno de Macri. Por el contrario, propusieron una alternativa propia, sustentada en su visión de la “economía popular”, que fue sancionada por la Ley de Emergencia Social de 2016. Con dicha normativa, se crearon un conjunto de instituciones y políticas orientadas a los trabajadores de la economía popular (Hopp, 2018)².

² Entre las más destacadas, cabe señalar la creación del Consejo de la Economía Popular y el Salario Social Complementario y el Registro Nacional de la Economía Popular. También se creó el *Programa de Transición al Salario Social Complementario* en la órbita del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación. La propuesta consistió en brindar un complemento monetario, presentado como un salario complementario a las actividades de los trabajadores de la economía popular, con una contraprestación en alguna de las ramas de actividad que la componen.

La economía popular es, en parte, una propuesta alternativa que se sustenta en una visión crítica del paradigma imperante en materia de políticas sociales a nivel nacional, incluso respecto al esquema desplegado por el gobierno de Alberto Fernández, que no incorporó las demandas hechas por el sector. Este involucramiento en las políticas públicas, así como las propias experiencias de organización comunitaria en los barrios, las tareas de cuidado (comedores, merenderos, centros de primera infancia) y la puesta en marcha de emprendimientos productivos (reciclaje urbano, huertas familiares, talleres cooperativos de costura) llevaron a la maduración de renovadas ideas sobre los objetivos, la tarea y la identidad colectiva de los movimientos sociales, así como de la orientación de la política pública en general y la social en particular.

En los últimos años, la economía popular se instaló como una agenda de investigación que gana progresivamente relevancia. A pesar de ser reciente, los investigadores locales desarrollaron distintas líneas de indagación que exploran las múltiples aristas de la economía popular. Por un lado, distintos autores exploraron el fenómeno de la economía popular como un emergente de las dinámicas del capitalismo contemporáneo. En ese marco, analizaron la historia, evolución y composición socioeconómica del sector (Arango, Chena y Roig, 2017; Chena, 2017; Geandet, 2017; Roig, 2017). También, se exploraron las intersecciones entre economía popular y género (Hopp et al., 2020; Campana y Rossi Lashayas, 2020; Stefanetti, 2021), así como el rol desempeñado por los trabajadores de la economía popular durante la pandemia de COVID-19 (Herrero, 2021; Mate y Stefanetti, 2020; Molina y Sayago Peralta, 2020).

Por el otro, una creciente literatura se dedicó a indagar sobre las organizaciones que impulsan la economía popular y organizan a los trabajadores del sector. Dentro de esta, se destacan aquellos que estudian la historia y evolución organizativa de la CTEP/UTEP (Maldován Bonelli et al., 2017; Bruno, Cohelo y Palumbo, 2017; Tóffoli, 2021), las tensiones con las centrales obreras (Muñoz y Villar, 2017; Natalucci y Morris, 2019) y las alianzas entre las organizaciones del sector frente al gobierno de Cambiemos (González, 2021; Silva Mariños, 2020). Solo muy recientemente se encuentran aportes que tienen en cuenta el papel cada vez más importante de las formulaciones de la “economía popular” como una identidad común por encima de las político-ideológicas preexistentes (Forni, Nougés y Zapico, 2020). También, otros autores exploran las dimensiones simbólicas de la economía popular en materia de sus prácticas político-estéticas (Rinaldi, 2021) y el papel de

las imágenes de la religiosidad popular en la unificación de los movimientos sociales (Forni, 2019 y 2020). Asimismo, desde una perspectiva marxista, un conjunto de autores aborda a los trabajadores de la economía popular como nuevo sujeto histórico (Fernández Álvarez, 2019; Schejter, 2020; Sorroche y Schejter, 2021). A pesar de la creciente atención prestada a la economía popular por las ciencias sociales locales, la temática demanda nuevas e innovadoras investigaciones empíricas para explorar sus múltiples dimensiones.

2. La conformación de la identidad colectiva de los movimientos sociales

La identidad colectiva no es simplemente un aspecto para tener en cuenta en el estudio de los movimientos sociales. A partir de autores como Touraine y Castells, se presta creciente atención a la dimensión cultural de los “nuevos movimientos sociales” (estudiantiles, pacifistas, ambientalistas, feministas) surgidos durante las últimas décadas del siglo pasado en Europa y Estados Unidos (Touraine; 1997; Castells, 1999). Al referirse a estos movimientos, se centran en las transformaciones de la sociedad postindustrial a fin de explicar sus características (Polleta y Jasper, 2001). Sin embargo, la mirada más significativa para analizar los movimientos sociales contemporáneos es la de Melucci (Flesher Fominaya, 2010). Este autor desarrolla una perspectiva más sistemática y centrada en los movimientos en sí, sus características y dinámicas, más que en las propiedades de las sociedades en las que surgen. A partir de esta concepción, Melucci aborda aspectos internos de los mismos movimientos, que son cruciales para entender sus dinámicas (Melucci, 1995).

En línea con este planteo, se considera la unidad empírica del movimiento social como un resultado que debe ser analizado, más que como un punto de partida, esto es, un hecho que debe ser explicado a partir de las interacciones de individuos, grupos de individuos y organizaciones en una serie de eventos en los que llevan adelante acciones colectivas, combinando diferentes orientaciones, oportunidades y limitaciones. Estos actores son capaces de actuar colectivamente porque alcanzan definiciones compartidas sobre fines, medios y el campo de acción en el que esta transcurre. Esto es lo que Herbert Blumer (1969), uno de los primeros teóricos de los movimientos sociales, señala como la definición de la situación. Desde esta perspectiva, el arribo a tal definición común es el resultado dinámico de interacciones de proposición, oposición y negociación de orientaciones contradictorias o divergentes. La identidad colectiva es, por lo tanto, la definición compartida e interactiva producida por varios individuos (o grupos) que están interesados y compro-

metidos con la orientación de sus acciones, así como con las oportunidades y limitaciones en las cuales estas se desenvuelven (Melucci, 1989).

Por otra parte, la identidad colectiva de los movimientos sociales amplios y heterogéneos, como en el caso aquí analizado, presenta múltiples capas superpuestas (Hunt y Benford, 2007). Los integrantes de las organizaciones y movimientos de la economía popular cuentan con una identidad asociada a la unidad productiva en la que se desempeñan (ya sea un comedor comunitario, un emprendimiento individual o asociativo, o una cooperativa de trabajo), otra vinculada al movimiento social y político que integran y otro nivel más general estructurado en torno a su condición de trabajadores de la economía popular (Forni, Nougés y Zapico, 2020). Otra capa superpuesta a las anteriores es la religiosa, que se manifiesta en las imágenes de la religiosidad popular católica que encabezan las marchas de San Cayetano y están presentes en otras manifestaciones, protestas y actos (Forni, 2019 y 2020). El análisis revela cómo se manifiestan, en la CTEP y en otros movimientos relacionados con la economía popular, una variedad de identidades superpuestas y yuxtapuestas.

Es importante recordar que la identidad colectiva tiene un carácter procesual que implica redefiniciones en el tiempo. Esto es resultado del trabajo identitario, es decir, de los procesos a través de los cuales la identidad colectiva es creada, expresada, sostenida y modificada. Tal trabajo identitario puede variar su intensidad en diferentes coyunturas históricas del movimiento, expresándose en sus múltiples manifestaciones públicas (Snow y Corrigan-Brown, 2015).

El trabajo identitario se da tanto en el ámbito interno de los movimientos, como en su despliegue en el espacio público (actos, marchas, manifestaciones) y, más recientemente, de modo significativo, en redes sociales como Twitter. En este sentido, la literatura se focalizó, por un lado, en la identidad colectiva como un proceso y, por el otro, en la identidad colectiva como un producto. Respecto a lo primero, autores como Melucci enfatizan el carácter procesual de la identidad colectiva al analizar cómo se origina y construye en las redes sumergidas de los movimientos sociales, destacando la generación de sentidos compartidos y lazos emocionales entre los miembros del movimiento (Flesher Fominaya, 2010). En cuanto a lo segundo, otros autores enfatizan el carácter de producto (o bien social) de la misma identidad colectiva, analizándolo desde un punto de vista externo, lo que permite comprender los efectos de esa identidad colectiva sobre otros actores, no solo sobre los miembros. En este sentido, la identidad colectiva como producto potencia la

acción colectiva al mismo tiempo que define el movimiento frente a propios y extraños (Snow, 2001). Es frente a la identidad colectiva como producto, que establece atributos, intereses y objetivos comunes con los que los propios se identifican, los simpatizantes se sienten atraídos e incluso pueden incorporarse al movimiento, y los contendientes son definidos como tales (Flesher Fominaya, 2010).

La identidad colectiva como producto es fundamental para comprender el posicionamiento político de los movimientos sociales, dado que permite analizar, desde un punto de vista externo al movimiento, las características de su identidad colectiva, su circulación en el espacio público y las reacciones que genera. En esta línea, en el presente artículo partimos de abordar la identidad colectiva de la economía popular como un producto del trabajo identitario de la CTEP y lo hacemos a través de las manifestaciones de los movimientos sociales y sus dirigentes en la red social Twitter. De ningún modo esto implica ignorar otras facetas de su identidad colectiva, como el funcionamiento de la ENOCEP o los actos, marchas y manifestaciones (Forni, 2019; Forni et al., 2023), sino que se trata de analizar un aspecto no explorado del trabajo identitario de los movimientos de la economía popular, para lo que se requiere abordar la identidad colectiva como producto.

3. Una breve presentación de la economía popular como identidad colectiva

A pesar de que la UTEP es la expresión orgánica más representativa del sector a nivel nacional, la economía popular es un concepto en disputa, tanto en la arena política como en la académica. Por lo tanto, su definición, medición y propuestas de acción están en el centro de múltiples disputas y controversias entre numerosos actores, tales como el Estado, las organizaciones sociales, políticas y gremiales, los académicos, las ONG y los organismos internacionales (Vélez y Tomatis, 2022). La economía popular emerge como un nuevo concepto que polemiza con otras perspectivas sobre las problemáticas socioeconómicas y soluciones alternativas para mercados laborales con altos niveles de heterogeneidad estructural, desempleo y precarización. Principalmente, la economía popular se diferencia del paradigma de la economía social y solidaria (Coraggio, 2013; Razeto Migliaro, 2010). A diferencia de esta última, la economía popular pretende superar una visión que considera normativa e idealista para comprender los factores reales que explican el surgimiento, mantenimiento y expansión de circuitos económicos periféricos

con altos niveles de explotación, precarización y exclusión que tienen un alto impacto negativo sobre las condiciones de vida de los sectores populares (Grabois, 2013).

Sin perjuicio de los debates en torno a la definición y caracterización de la economía popular y sus diferencias con otros paradigmas alternativos a la economía capitalista, en este artículo tomamos la concepción de la economía popular efectuada por la CTEP a través de sus múltiples publicaciones, documentos y expresiones públicas. En particular, nos ceñimos al producto del trabajo identitario efectuado desde la Escuela Nacional de Organización Comunitaria y Economía Popular, que fue recogido en las publicaciones conjuntas de Grabois y Pérsico, las cuales analizamos en detenimiento en trabajos anteriores (Forni, Nougés y Zapico, 2020). Esto se debe a que nuestro interés radica en analizar la conformación de la economía popular como una nueva capa de la identidad colectiva de un conjunto heterogéneo de movimientos sociales.

Independientemente de la amplia variedad de actividades que la componen, la economía popular tiene dos características centrales³ (Chena, 2017). Primero, los trabajadores de la economía popular desarrollan sus actividades laborales por fuera de la relación salarial tradicional, ya sea formal o informal. Los trabajadores de la economía popular no están alcanzados por la relación patrón-trabajador, es decir, son trabajadores sin patrón que crean su propia fuente de trabajo, ya sea de forma individual, asociativa o cooperativa. Segundo, las actividades laborales se caracterizan por ser de alta intensidad laboral y bajo capital, de forma tal que tienen escasa capacidad de consumo y acumulación. En esta línea, la UTEP define la economía popular como el sector conformado por trabajadores excluidos que se “inventan” sus propias actividades laborales y las desempeñan por fuera de las relaciones capitalistas tradicionales (Grabois y Pérsico, 2015).

³ Según los datos oficiales publicados en el informe de noviembre de 2022 del Registro Nacional de Trabajadores de la Economía Popular (RENATEP), el 60.2 % de los trabajadores de la economía popular argentina desarrollan emprendimientos individuales, mientras que el 22 % se agrupa en organizaciones comunitarias o sociales y el 7.6 % se organiza en cooperativas. Respecto a las ramas de actividad, a nivel nacional, la que mayor cantidad de trabajadores concentra es la rama de “servicios personales y otros oficios” (35 %), seguida por “servicios socio comunitarios” con el 27.7 %, principalmente compuesta por titulares del programa social Potenciar Trabajo que cumplen su contraprestación en dicho rubro. El 37.2 % restante se distribuye entre el resto de las ramas, dentro de las cuales se destaca “comercio popular y trabajos en espacios públicos” con el 11.8 % de inscriptos/as. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/informe_renatep_noviembre_2022_v3.pdf

El primero de mayo de 2011 se creó la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP), lo que significó un primer paso para la unidad de un sector caracterizado por la fragmentación desde sus orígenes. Ese mismo año comenzó a funcionar, en el seno de la CTEP, la Escuela Nacional de Organización Comunitaria y Economía Popular (ENOCEP), primero en San Martín de los Andes (Neuquén) y luego también en otras provincias. Cientos de dirigentes, referentes y militantes de organizaciones comunitarias y movimientos sociales asisten desde entonces a sus cursos y talleres. Es en este espacio donde toman forma las conceptualizaciones en torno a la economía popular, que quedaron plasmadas en cuatro cuadernillos publicados en 2014 a partir de las actividades de la ENOCEP. Al año siguiente, se publicó un libro que incluye dichos cuadernillos, titulado *Trabajo y organización en la economía popular*, con la autoría de Juan Grabois y Emilio Pérsico, líderes del Movimiento Evita y del Movimiento de Trabajadores Excluidos respectivamente (Grabois y Pérsico, 2015). Durante el período considerado, la ENOCEP ha sido un ámbito importante de “trabajo identitario”, o sea, de construcción de una identidad colectiva común a todos los movimientos y organizaciones en torno a la economía popular (Forni, Nougues y Zapico, 2020).

4. Metodología: una aproximación al trabajo identitario desde la red social Twitter

En la última década, las redes sociales han adquirido relevancia en el debate público. Entre otras cosas, han sido fundamentales para multiplicar opiniones y conformar comunidades a partir de temas y opiniones compartidas. La generalización de la comunicación digital ha conducido a nuevas estrategias y herramientas de participación política y alcance de la información (Serrano Suárez, 2020).

Las redes sociales se han convertido en fuentes de información, debate, ratificación de ideas y generación de conflictos. Las particularidades de este tipo de participación en el debate público han sido categorizadas como “deliberación online” (Oz et al., 2017), la cual ha sido analizada tanto como una forma de comunicar información política a un mayor número de personas, fomentar la participación y la rendición de cuentas tanto de organismos públicos como distintas organizaciones, como también se ha señalado su contribución a la polarización (Oz et al., 2017; Min, 2007).

Como afirman Calvo et al. (2021), el estudio de estas redes virtuales es fundamental para comprender la argumentación y las relaciones entre grupos. En

esta línea, Calvo y Aruguete (2020) sostienen que las redes sociales también poseen una condición afectiva. El hecho de publicar mensajes y compartirlos implica una intención de acompañamiento a ciertas propuestas o manifestaciones. Las publicaciones y *tweets* generan y ratifican un marco de referencia común, tanto en el plano ideológico como en el afectivo: “La participación política en las redes es un acto de comunión con otros” (Calvo y Aruguete, 2020, p. 11). De acuerdo con Serrano Suárez (2020), Twitter se caracteriza por permitir la creación de contenido original y la publicación de archivos adjuntos o *links* destinados a confirmar o reforzar los argumentos. Asimismo, este autor resume cuatro dimensiones de interactividad fundamentales para dicha red social: “La complejidad de las opciones disponibles, la posibilidad de responder a los usuarios, la facilidad para comunicación interpersonal y para agregar información” (Serrano Suárez, 2020, p. 24).

Si bien Twitter no es la red social más popular en la Argentina, es muy utilizada en el ámbito político para manifestar posicionamientos coyunturales, así como para difundir actividades y movilizaciones. Por este motivo, el estudio de la utilización de esta red por parte de los dirigentes y movimientos considerados en este artículo resulta pertinente. Para el presente trabajo, se seleccionaron cuentas de Twitter de agrupaciones, organizaciones o dirigentes que tuvieran una actividad constante y prolongada en la red social. Las cuentas son perfiles que utilizan los usuarios de Twitter para realizar publicaciones de distinto tipo, especialmente mensajes de texto plano de longitud corta (actualmente, cada mensaje o *tweet* puede tener un máximo de 280 caracteres).

Los *tweets* fueron recuperados mediante la API⁴ que Twitter desarrolló para que los investigadores puedan descargar información y utilizarla para sus análisis. A partir de esta API, se pueden recuperar *tweets* que sigan ciertos parámetros solicitados por el usuario –por ejemplo, de algún usuario o *hashtag* particular–, los cuales son descargados en un archivo en forma de tabla. Esta tabla consta de 22 columnas, entre ellas la fecha de publicación, el texto

⁴ En este caso, la API (interfaz de programación de aplicaciones) que Twitter desarrolló es utilizada para obtener la información de los *tweets* de cada una de las cuentas. Para poder acceder a esta API, es necesario crear una cuenta y enviar información a Twitter explicando para qué se desea acceder a la información que ellos ponen a disposición mediante la API. Como ya se ha mencionado, a pesar de estos permisos, no se puede acceder a la totalidad de *tweets*, algo que es necesario tener en cuenta a la hora de realizar este tipo de análisis. Para más información, véase el sitio web oficial: <https://help.twitter.com/es/rules-and-policies/twitter-api>

publicado en el *tweet*, los *likes* y *retweets* que tuvo. En este trabajo utilizamos solamente algunos de los campos para poder realizar nuestro análisis, estos son: nombre de la cuenta –o autor/a del *tweet*–, fecha de creación del mensaje, cantidad de seguidores de la cuenta y el texto o mensaje publicado. La selección estuvo orientada por los objetivos de nuestro trabajo: quisimos saber qué se publicaba, por quién y en qué momento del lapso estudiado. Respecto a la cantidad de seguidores, nuestra intención fue conocer la cantidad de personas que seguían esas cuentas para tener una noción de su “relevancia”.

Ahora bien, la utilización de la API tiene sus restricciones, dependiendo el tipo de cuenta que se posea. Existe una limitación particularmente importante: de forma gratuita no permite descargar la totalidad de los *tweets* que se buscan. Estas limitaciones o restricciones han variado a lo largo del tiempo. Sin embargo, el objetivo del presente artículo es analizar el trabajo identitario a través de Twitter a partir del tratamiento de la economía popular y la forma en que se muestran y definen aspectos de la identidad particular de cada organización y de una identidad común mediante ciertos conceptos.

Primero se seleccionaron las cuentas oficiales que serían utilizadas para el estudio. Luego se solicitaron a Twitter las credenciales que posibilitan la utilización de su API, para lo cual fue necesario explicar que deseábamos hacer una investigación a partir de las publicaciones de estos usuarios. Luego de obtener el permiso y las credenciales para acceder al servicio de Twitter, se obtuvieron *tweets* de los perfiles que seleccionamos, los cuales fueron descargados para poder efectuar el análisis en el programa R Studio.

Para nuestro trabajo, la información más importante de la que podíamos disponer era la que contenía el mensaje publicado por cada una de las cuentas. Con el objetivo de poder analizar adecuadamente este texto, llevamos a cabo dos procesos comunes en este tipo de análisis. En primer lugar, dividimos el texto de cada *tweet* en cada una de sus palabras para poder segmentarlas. Este proceso, denominado *tokenización* (Russell y Klassen, 2019), asigna una fila de texto a cada palabra, lo que facilita su estudio y contabilización. Una vez hecho esto, se eliminan las palabras “vacías”, que no aportan información, generalmente conectores, pronombres o preposiciones, entre otras. El objetivo es eliminar estas palabras que no aportan al sentido del mensaje o texto. De esta forma, podemos quedarnos con una palabra *significativa* por fila. Ahora bien, en algunos casos no analizamos o contabilizamos palabras, sino un concepto específico: “economía popular”. Con el propósito de identificar este *binomio*, se unificaron las dos palabras “economía” y “popular”, siempre que apareciera una después de la otra.

El período analizado en este trabajo es 2011-2019, es decir, la transición de la CTEP a la UTEP. Las cuentas de Twitter utilizadas fueron 16, de las cuales se recuperó un total de 28150 *tweets* publicados en el período considerado. Esta recuperación de *tweets* fue realizada en el mes de marzo de 2020. Las primeras publicaciones son de septiembre del año 2010 y son *tweets* publicados por el MTE (@mteargentina). Los *tweets* utilizados más recientes son de diciembre de 2019, momento en el que se formó oficialmente la UTEP y que marca el límite temporal de nuestro trabajo. De esta forma, contamos con una muestra de 9 años de publicaciones de las organizaciones y sus referentes.

Las cuentas incluidas son tanto cuentas oficiales de las organizaciones miembro de la UTEP como cuentas personales de dirigentes destacados de dichas organizaciones. El primer *tweet* que menciona el término “economía popular” data de diciembre del año 2012 y fue publicado por la cuenta oficial del MTE (@mteargentina), por lo cual el análisis parte de dicha fecha, aunque el período considerado sea desde la creación de la CTEP en 2011.

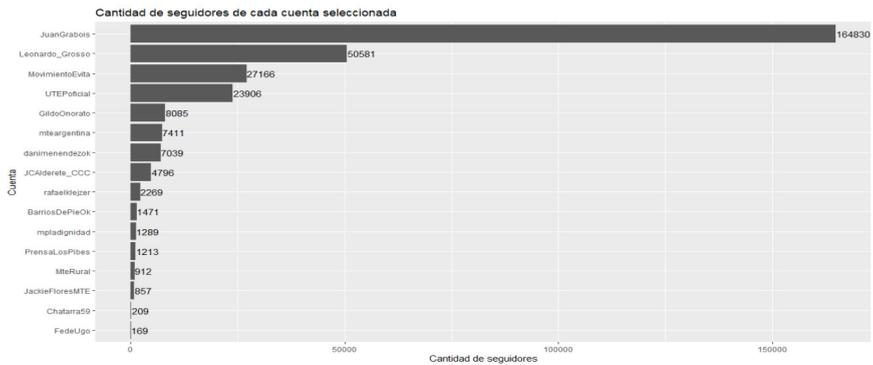
Las cuentas son:

- CTEP = @UTEPoficial
- MTE = @mteargentina + @MteRural + @JuanGrabois + @JackieFloresMTE
- CCC = @JCAlderete_CCC
- Movimiento Evita = @MovimientoEvita + @Leonardo_Grosso + @FedeUgo + @GildoOnorato
- Los Pibes = @PrensaLosPibes + @Chatarra59
- La Dignidad = @mpladignidad + @rafaelklejzer
- Barrios de Pie = @BarriosDePieOk + @danimenendezok

La cantidad de seguidores que tienen estas cuentas es muy variada. En particular, hay dos dirigentes que tienen muchos más seguidores que el resto, al menos, cuando se recuperaron estos *tweets*, en diciembre del año 2020: Juan Grabois tenía 164830 seguidores, seguido por Leandro Grosso con 50581 seguidores. En tercera posición, se colocaba el Movimiento Evita, al que Grosso pertenece, con 27166 seguidores. La última cuenta con un número muy superior de seguidores es la oficial de CTEP, que tenía 23906 seguidores en el momento en que estos datos fueron recuperados.

Gráfico 1

Cantidad total de seguidores por cuenta



Fuente: Elaboración propia.

5. El trabajo identitario de las organizaciones de la economía popular en Twitter

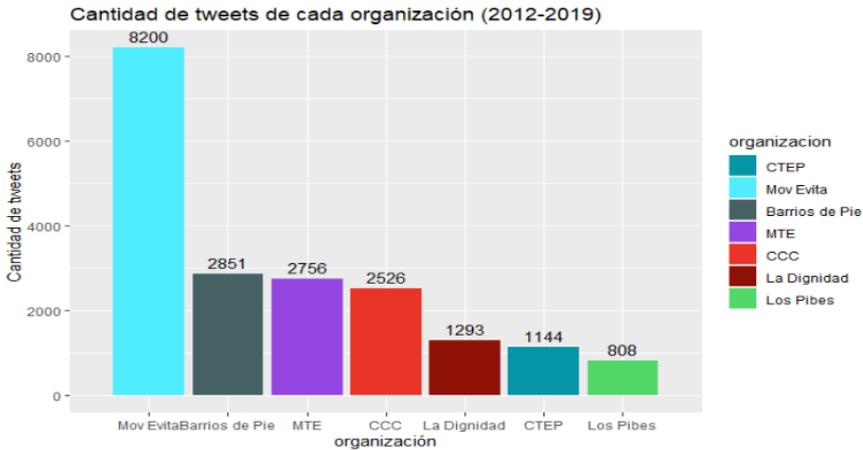
A continuación, presentamos los resultados del análisis del corpus de *tweets* publicados por las organizaciones y sus dirigentes durante el período establecido. El análisis explora la forma en la que se desempeñaron en la red social, determinando cuánto la utilizaron, cuáles fueron las palabras más reiteradas y cómo evolucionó la aparición del binomio “economía popular” en sus publicaciones. De esta forma, abordamos la economía popular como un producto del trabajo identitario de los movimientos sociales seleccionados a través de su expresión en Twitter.

El objetivo principal es analizar la forma en que la economía popular se construyó como una nueva capa de identidad colectiva que se suma a las propias de cada movimiento, logrando una mayor centralidad con el paso de los años y la maduración de las formas organizativas del sector. Por un lado, se reconstruye la evolución de las menciones de la economía popular en Twitter y se la relaciona con los hitos organizativos del sector, dando cuenta de la progresiva centralidad que la economía popular adquiere en el discurso de los movimientos sociales a partir de la conformación del triunvirato piquetero. Por el otro, se explora la articulación de la economía popular con otras capas de identidad específicas de cada movimiento. En conjunto, el análisis del corpus de *tweets* permite reconstruir, desde una óptica novedosa, aspectos centrales del activo trabajo identitario realizado por los movimien-

tos vinculados a la economía popular desde la fundación de la CTEP hasta el momento previo a la creación de la UTEP.

Gráfico 2

Cantidad total de tweets por organización (2011-2019)



Fuente: Elaboración propia.

El Gráfico 2 recoge el total de *tweets* de cada organización durante el período analizado. Como puede apreciarse, la cuenta correspondiente al Movimiento Evita es la que más *tweets* ha publicado, prácticamente duplicando a la cuenta de Barrios de Pie, que está en el segundo lugar y a la cuenta del MTE, que está en el tercer puesto con casi 100 *tweets* menos.

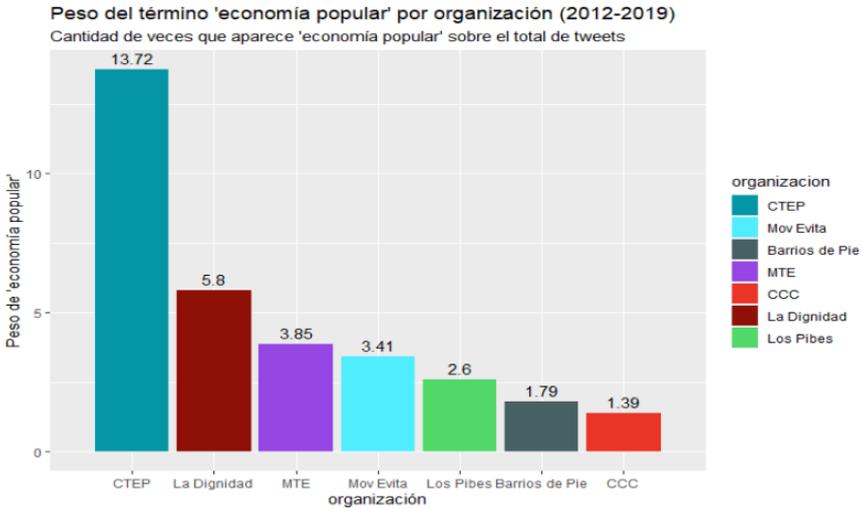
El Movimiento Evita ha sido muy activo en redes sociales, particularmente Twitter. Asimismo, dentro de este grupo incluimos a Leonardo Grosso, quien actualmente es diputado nacional y que, al momento de recuperar los *tweets*, tenía un total de 50581 seguidores.

El Gráfico 2 nos permite apreciar la utilización de Twitter como herramienta de difusión de las consignas y posiciones de estas organizaciones. Dicho gráfico funciona como una primera mirada sobre la cantidad de publicaciones. Más allá de esta primera aproximación, nuestra intención es conocer la importancia que cada organización le dio al término “economía popular” en sus publicaciones.

Para ello, se debe calcular el “peso” que tiene el término “economía popular” sobre el total de *tweets* publicados por las organizaciones. De este modo, es posible identificar la relevancia del concepto en términos relativos.

Gráfico 3

Peso relativo del término “economía popular” en los tweets por organización



Fuente: Elaboración propia.

En el Gráfico 3, se considera el peso relativo de la “economía popular” en las publicaciones de las cuentas analizadas, para lo cual se divide la cantidad de menciones del término sobre la cantidad total de palabras utilizadas en las publicaciones. Se puede notar una diferencia importante respecto al gráfico anterior: si consideramos el porcentaje de aparición del término “economía popular” sobre el total de *tweets* publicados, se puede apreciar que para CTEP es mucho más significativo que para el resto de las organizaciones, incluso para aquellas que forman parte de esta confederación.

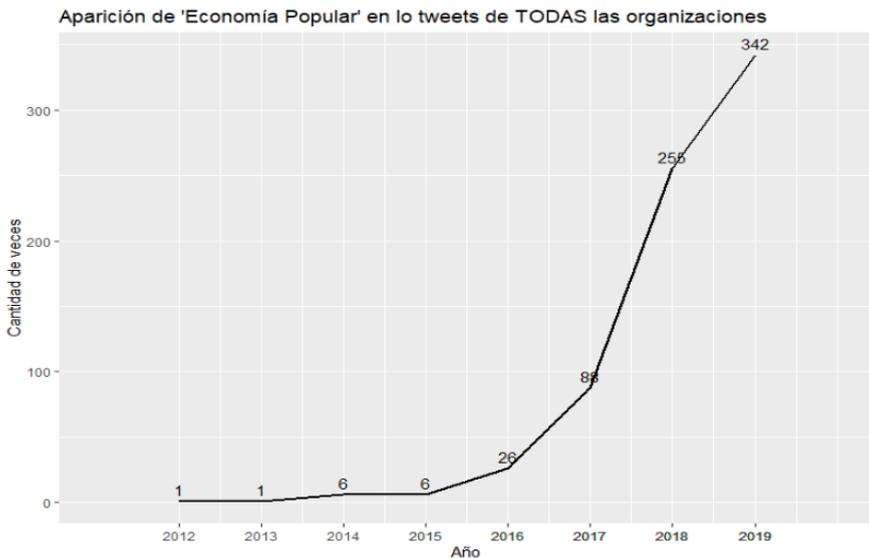
La notoria diferencia del peso relativo es concordante con las características propias de la CTEP y su rol en el sector de la economía popular. La CTEP fue la primera experiencia organizativa que unió y organizó a diferentes movimientos en torno a la economía popular, convirtiéndose en el primer “sindicato de los trabajadores excluidos”, como se autodenominan. En esta

línea, la CTEP se consolidó como la principal vocera de la economía popular como identidad colectiva de los movimientos sociales, tanto en términos cualitativos como cuantitativos. En este sentido, es esperable que el binomio “economía popular” tenga mayor peso en la CTEP, una organización propia del sector que, en las cuentas individuales de los movimientos sociales y sus dirigentes, las cuales tienen identidades, reivindicaciones y agendas que incluyen, pero también exceden a la economía popular.

El análisis de la participación de estos movimientos en Twitter resalta el rol protagónico que tuvo la CTEP en la promoción del concepto de “economía popular” en el debate público. No obstante, como ya se argumentó anteriormente, la participación en la red social solo cubre un aspecto no explorado del trabajo identitario realizado. En paralelo, la CTEP produjo textos y cursos destinados a definir, caracterizar y formatear a la naciente economía popular a través de instituciones como la ENOCEP. Asimismo, la CTEP mantuvo una activa agenda en el espacio público en la cual los actos y las manifestaciones ocuparon un lugar central.

Gráfico 4

Evolución del uso de “economía popular” en el total de los tweets



Fuente: Elaboración propia.

En trabajos anteriores demostramos que la identidad colectiva desarrollada en torno a las formulaciones de la “economía popular” fue un factor necesario para la unidad de los movimientos y organizaciones sociales en la UTEP, lo cual requirió un intenso trabajo identitario en los diferentes niveles organizativos. El primer paso en este camino se dio con la unidad de acción de la CTEP, Barrios de Pie y la CCC, el denominado “triumvirato piquetero”⁵, que tuvo un rol protagónico en las protestas callejeras contra la alianza Cambiemos. El segundo paso se dio con la creación de la UTEP a finales de 2019, como resultado de la incorporación de un conjunto de movimientos sociales, entre ellos los otros dos socios mayoritarios del triumvirato, a la estructura de la CTEP (Forni et al., 2023).

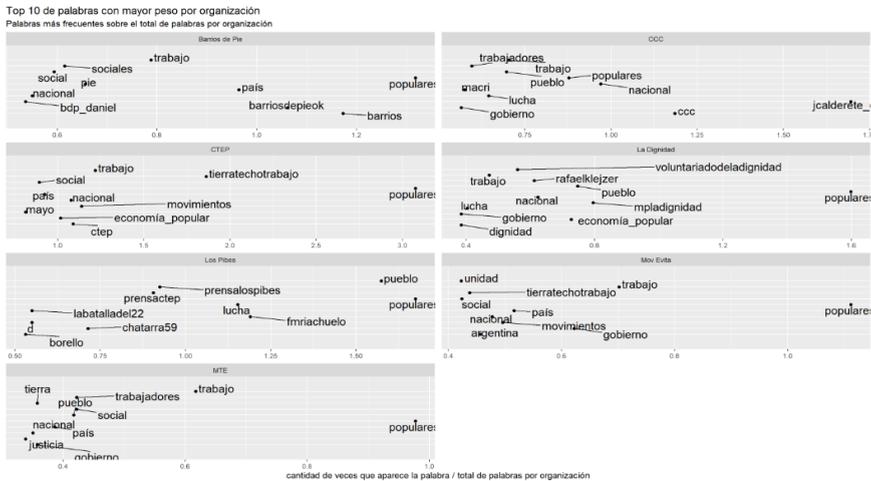
El Gráfico 4 reconstruye la aparición del término “economía popular” en el conjunto de los *tweets* publicados por las cuentas seleccionadas para cada año del período estudiado. La serie temporal muestra que la “economía popular” pasó de ser prácticamente ignorada en las publicaciones de Twitter de las cuentas seleccionadas, alcanzando menos de 10 menciones en los primeros años de la CTEP (2012 a 2015), a concentrar cientos de menciones anuales al momento de la conformación de la UTEP a finales del 2019. El gráfico ilustra la relevancia de los dos eventos cruciales, recientemente mencionados, en el camino a la unidad de los movimientos sociales. En primer lugar, se observa un claro punto de inflexión en el año 2016, a partir del cual la cantidad de menciones de la economía popular comienza a crecer exponencialmente en los *tweets*. Este año coincide con el lanzamiento del plan de lucha unificado de los movimientos sociales contra las políticas de ajuste de Cambiemos, con manifestaciones públicas masivas como la primera edición de la Marcha de San Cayetano por tierra, techo y trabajo (Forni, 2019).

En segundo lugar, la conformación oficial de la UTEP a finales de diciembre de 2019, tras la asunción del nuevo gobierno del Frente de Todos, coincide con un nuevo incremento significativo en la cantidad de menciones de la economía popular en el corpus de *tweets* analizados, que crece un 26.5%. En siete años, la economía popular multiplicó por más de trescientos su aparición

⁵ Se denominó “triumvirato piquetero” o “Los Cayetanos” al espacio político conformado por la CTEP, Barrios de Pie y la Corriente Clasista y Combativa durante el gobierno de Macri. Desde este espacio se convocaron una multiplicidad de “jornadas de lucha” para reclamar por mejoras en las condiciones del sector y de los programas sociales o para repudiar políticas del Gobierno nacional. Las movilizaciones anuales del 7 de agosto, por el día del patrono del pan y del trabajo, San Cayetano, son un claro exponente de su poder de convocatoria. A finales del 2019, estas organizaciones crearon la UTEP.

en las publicaciones de Twitter de los dirigentes y organizaciones vinculadas al sector. Tal como se aclaró en la metodología, el presente análisis no cuantifica la totalidad de las menciones de la economía popular en el conjunto de las publicaciones de Twitter, ni las interacciones con las publicaciones y *hashtags* de otros usuarios. La unidad de análisis de este trabajo son los *tweets* de las cuentas seleccionadas y no otros elementos, por ejemplo, los *hashtags* que circulan por la red. En este sentido, la pregunta sobre la circulación de la economía popular en el debate público de la red social queda abierta a futuras investigaciones.

Gráfico 5 Las 10 palabras más usadas por organización



Fuente: Elaboración propia.

La economía popular fue un factor clave en la unidad de los movimientos sociales, dado que se configuró como una nueva capa de identidad colectiva común que no soslayó la heterogeneidad político-ideológica de los diferentes movimientos y organizaciones. Por el contrario, funcionó como un “paraguas” capaz de reunir bajo su ala a un amplio espectro de organizaciones y movimientos con matrices políticas disímiles, incluso a veces conflictivas entre sí (Forni, Nougés y Zapico, 2020). La UTEP reúne movimientos sociales con diferentes adscripciones políticas, incluyendo organizaciones de raigambre comunista maoísta (CCC), de la izquierda nacional (La Dignidad),

de pasado piquetero (Barrios de Pie), organizaciones barriales de base (Los Pibes), organizaciones sociales (MTE) y diferentes expresiones del peronismo (Movimiento Evita). A pesar de tener estrategias y tácticas políticas distintas, estos movimientos sociales son algunos de los principales integrantes de la comisión directiva de la UTEP.

El Gráfico 5 ilustra la heterogeneidad de los movimientos que conforman la UTEP y, al mismo tiempo, muestra la convivencia de la economía popular con otras demandas y reivindicaciones propias de cada movimiento. El gráfico reúne las diez palabras más utilizadas en los *tweets* de las cuentas asociadas a las distintas organizaciones. Una vez más, a las siete organizaciones contempladas en el análisis, sumamos la de los dirigentes pertenecientes a cada una de ellas. El resultado se obtuvo dividiendo la cantidad de veces que aparece una palabra por el total de las palabras publicadas. Dado que economía popular es un término compuesto, se construyó el binomio “economía popular” a fin de poder contabilizar su aparición como término, tomándolo como una sola palabra.

El binomio “economía popular” aparece entre las 10 palabras más utilizadas de la cuenta oficial de la UTEP y de La Dignidad, junto con otras alusiones a la lucha y demandas de los trabajadores populares. Las cinco organizaciones restantes, incluida el Movimiento Evita, que es la que mayor actividad tiene en Twitter, no cuentan con la economía popular dentro de sus diez palabras más utilizadas. Sin embargo, al afinar la mirada, resulta claro que, aunque no figure entre las diez más mencionadas, las cinco organizaciones tienen entre las palabras más utilizadas términos estrechamente vinculados a la economía popular, especialmente “trabajo”, “trabajadores” y “populares”. Combinadas, estas palabras pueden utilizarse para hacer referencia a cuestiones centrales de la economía popular, aunque esta última no se mencione explícitamente. Asimismo, las cuentas vinculadas a estas organizaciones son cuentas de sus principales referentes y cuentas oficiales, por lo cual es esperable que las utilicen para realizar declaraciones, reclamos y demandas políticas más amplias afines a sus adscripciones políticas. El Gráfico 5 permite apreciar la heterogeneidad, pero también la afinidad en las declaraciones públicas de los movimientos y sus dirigentes.

Por un lado, se destacan las demandas asociadas a las principales problemáticas sociales denunciadas por los movimientos sociales, visible en la recurrencia del *hashtag* “tierra, techo y trabajo”, que figura en el top 10 de la UTEP y el Movimiento Evita, y “tierra” en el del MTE. El eslogan de las “3 T” –tierra, techo y trabajo– tiene sus raíces en la propuesta del Papa Fran-

cisco, pero fue adoptado por los movimientos sociales nacionales, que lo tomaron como un eslogan central de sus reclamos. Los tres aspectos hacen alusión a las problemáticas que sufren los trabajadores de la economía popular: falta de trabajo digno, déficit habitacional y crisis alimentaria. Por ello, constituyen también los principales reclamos de los movimientos sociales vinculados a la economía popular.

Por el otro, el gráfico ilustra y destaca ciertos matices de los diferentes discursos públicos de las organizaciones. Mientras la UTEP está abocada a comunicar sobre la economía popular, organizaciones como Barrios de Pie, MTE y el Movimiento Evita hacen hincapié en aspectos vinculados a lo “social” y lo “nacional”. Por su parte, la CCC, La Dignidad y Los Pibes recurren asiduamente al término “lucha” y “pueblo” en sus intervenciones en Twitter. Asimismo, son recurrentes las referencias a sus propias organizaciones, dirigentes y emprendimientos asociados en forma de *hashtags*. Por ejemplo, el gráfico destaca las menciones a sus principales dirigentes como Juan Carlos Alderete de la CCC, Rafael Klejzer de La Dignidad y Daniel Menéndez de Barrio de Pie, y a la radio comunitaria FM Riachuelo de la organización Los Pibes.

Conclusiones

En publicaciones anteriores sobre la misma temática, enfatizamos la importancia de las formulaciones de la economía popular en el proceso de unidad de los movimientos sociales en este período histórico (Forni, Nougés y Zapico, 2020; Forni et al., 2023). Allí consideramos el papel de la ENOCEP (Escuela Nacional de Organización Comunitaria y Economía Popular) en la formación de dirigentes, referentes y militantes de múltiples movimientos y organizaciones de diferentes partes del país en la difusión de la doctrina de la economía popular formulada originalmente por los dirigentes Juan Grabois (MTE) y Emilio Pérsico (Movimiento Evita). Asimismo, observamos cómo esta nueva capa de identidad colectiva se hacía manifiesta en el espacio público en las marchas de San Cayetano y otros eventos masivos de estos movimientos. A dicha evidencia viene a sumarse la que analizamos aquí sobre el uso de la red social Twitter por parte de las organizaciones que convergen en la UTEP. En este sentido, consideramos que las redes sociales, crecientemente utilizadas en el ámbito político, son una fuente de datos aún poco explorada, pero prometedora para la investigación.

Esta red social permite realizar un análisis temporal de las publicaciones e intervenciones en el debate público de actores relevantes, así como también

habilita a indagar sobre el alcance que tiene cada publicación en particular y las respuestas que obtiene. Como se aprecia en el corpus de *tweets* analizado, el trabajo identitario alrededor de la economía popular ha ganado creciente relevancia en los últimos años, particularmente, a partir de la asunción del Gobierno de Cambiemos a finales de 2015. A pesar de las identidades específicas de cada organización, el análisis demuestra la exponencial relevancia adquirida por la economía popular en la intervención de las distintas organizaciones en Twitter. Por este motivo, y más allá de las limitaciones que pueda tener, Twitter es una red social ideal para llevar a cabo un análisis de participación política en redes sociales y la evolución de terminologías que, según nuestros análisis, son centrales para comprender la construcción de una identidad colectiva.

Como se ha señalado, el término “economía popular” es ampliamente utilizado por la cuenta oficial de la CTEP, proporcionalmente entre dos y cinco veces más que en el resto de las cuentas de las principales organizaciones y movimientos sociales. Es que la economía popular es central a la identidad colectiva de la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular. Asimismo, en el tercer gráfico se observa cómo las referencias a la economía popular se incrementaron drásticamente a partir de la asunción de Mauricio Macri a fines de 2015. Esto es claramente concomitante con el despliegue de las manifestaciones de las organizaciones de trabajadores de la economía popular (colmadas de expresiones propias de su repertorio, tales como las ropas y herramientas de trabajo, verduras, tractores, materiales reciclados, máquinas de costura, etc.) en las marchas de San Cayetano y otras movilizaciones en el espacio público. Lo que comenzó incipientemente con la conformación de la CTEP en 2011, adquirió rápida relevancia durante el proceso de confluencia de las organizaciones y movimientos y se consolidó activamente con la creación de la UTEP a finales de 2019.

Por tanto, la primera hipótesis de esta indagación es confirmada por los datos de Twitter. A lo largo del período considerado, se realizó un persistente trabajo identitario que expresa y sostiene la economía popular como una capa de identidad colectiva común a todas las organizaciones y movimientos que constituyen la UTEP en 2019. Es posible observar cómo la economía popular incrementa su presencia en las cuentas de Twitter hasta la creación de la Unión en diciembre de 2019. Dicho crecimiento se da a lo largo de todo el período considerado, sin embargo, se acentúa a partir del año 2016 con la asunción del presidente Macri. Por tanto, puede inferirse que la capa de identidad colectiva común a todos los movimientos no solo es parte de la

estrategia de unificación de los movimientos, sino que también es parte de la estrategia de resistencia desplegada frente a las políticas del Gobierno de la alianza Cambiemos.

Por otra parte, puede observarse que los diferentes movimientos y organizaciones, al mismo tiempo que realizan este trabajo identitario en torno a la identidad colectiva, sostienen en sus publicaciones en Twitter sus propias identidades colectivas constituidas a partir de sus trayectorias y tradiciones políticas, sus actividades y dirigentes. De este modo, la segunda hipótesis planteada en el artículo también ha sido confirmada. Es relevante observar cómo la economía popular como identidad colectiva no soslaya a los dirigentes, actividades y consignas propias de cada movimiento, sino que se suma a estas en cada caso. En efecto, las diferentes organizaciones y movimientos encontraron en la economía popular una identidad común que, más allá de las heterogeneidades existentes, fue importante en el proceso de unidad en la Unión de Trabajadores de la Economía Popular.

Bibliografía

- ARANGO, Y. A., CHENA, I. P. y ROIG, A. (2017). Trabajos, ingresos y consumos en la economía popular. *Cds*, 6, 1-18.
- AUYERO, J. (1997). *Favores por votos*. Losada.
- AUYERO, J. (2001). *La política de los pobres*. Manantial.
- BRUNO, D. P., RAMIRO, C. y PALUMBO, M. (2017). Innovación organizacional e institucionalización conflictiva de las organizaciones de la economía popular. El caso de la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP). *Revista de Crítica Social*, (19), 90-115.
- BLUMER, H. (1969). *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*. Englewood Cliffs, Prentice-Hall.
- CAMPANA, J. y ROSSI LASHAYAS, A. (2020). Economía popular y feminismo: articulaciones y nuevas demandas emergentes. *Otra Economía*, 23(13), 246-263.
- CALVO, E., ARUGUETE, N., INGRASSIA, P. y GÓMEZ WAGNER, C. (2021). #ESLEY. Aprobación de la IVE y activación de narrativas en redes sociales: Resumen ejecutivo. *CEDES; IBIS Reproductive Health*.
- CALVO, E. y ARUGUETE, N. (2020). *Fake News, Trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Siglo XXI Editores.
- 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*, 61(227), 349-378.

- CASTELLS, M. (1999). *La era de la información. El poder de la identidad* (vol. 2). Siglo XXI Editores.
- CHENA, P. I. (2017). La economía popular y sus relaciones fundantes. En E. Pérsico, F. Navarro, A. Geandet, A. Roig y P. I. Chena (Eds.), *Economía popular. Los desafíos del trabajo sin patrón* (pp. 41-62). Colihue.
- CORAGGIO, J. L. (2013). Las tres corrientes de pensamiento y acción dentro del campo de la economía social y solidaria. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, 15, 2, 11-24.
- FERNÁNDEZ ÁLVAREZ, M. I. (2019). Territorios móviles, políticas sociales y prácticas de organización de trabajadores de la economía popular. *Ciudadanías*, 4, 119-138.
- FISZMAN, L. (2014). Disputas en torno al trabajo político: cooperativas, militancia y reconocimiento en el Programa Ingreso Social con Trabajo en un municipio bonaerense. En P. Forni y L. Castronuovo (Comps.), *Ni punteros ni piqueteros. Organizaciones populares durante el kirchnerismo* (pp. 69-98). EDULP.
- FLESHER FOMINAYA, F. (2010). 'Collective Identity in Social Movements; Central Movements and debates'. *Sociology Compass* 4(6), 393-404.
- FORNI, P. (2019). 'Artesanos de la unidad': misioneros de Francisco y los movimientos sociales en tiempos macristas". *Revista Estado y Políticas Públicas*, 7(13), 201-208.
- FORNI, P. (2020). The Missionaries of Francis: The Theology of the People and the Unification of the Argentine Piquetero Movement (2014-2018). *Latin American Perspectives*, 47(5), 35-48.
- FORNI, P., NOUGUÉS, T., y ZAPICO, M. (2020). La economía popular como identidad colectiva: El camino a la unidad de los movimientos y organizaciones populares en la Argentina (2011-2019). *Colección*, 31(2), 73-108.
- FORNI, P., NOUGUÉS, T., ZAPICO, M., SCAVUZZO, J., y LLAPUR, L. (2023). Organizaciones y movimientos sociales en Argentina (2011-2019). De la CTEP a la UTEP. *Miríada: Investigación En Ciencias Sociales*, 15(19), 9-34.
- GEANDET, A. (2017). Breve evolución del capitalismo y el rol de la economía popular. En E. Pérsico, F. Navarro, A. Geandet, A. Roig y P. I. Chena (Eds.), *Economía Popular. Los desafíos del trabajo sin patrón* (pp. 19-40). Colihue.
- GOLBERT, L. (2004). ¿Derecho a la inclusión o paz social? Plan Jefas y Jefes de Hogar Desocupados. *Serie Políticas Sociales*, 84. CEPAL.
- GONZÁLEZ, L. (2021). Una realidad que llegó para quedarse: La CTEP y el escenario emergente a partir de la Marcha de San Cayetano. *Sociohistórica*, 48, 1-17.
- GRABOIS, J. (2013). Capitalismo de exclusión, periferias sociales y movimientos populares. *Emergenza Esclusi. The Emergency of the Socially Excluded*, Ciudad del Vaticano.
- GRABOIS, J. y PÉRSICO, E. (2015). *Trabajo y organización en la economía popular*. Asociación Civil de los Trabajadores de la Economía Popular.
- GRADÍN, A. (2014). Los movimientos de desocupados y el Estado: el estilo de gestión de los programas de promoción social implementados por el movimiento Barrios de Pie en el

- Ministerio de Desarrollo Social de la nación durante el período 2003-2009. En P. Forni y L. Castronuovo (Comps.), *Ni punteros ni piqueteros. Organizaciones populares durante el kirchnerismo* (pp. 45-68). EDULP.
- HERRERO, V. (2021). Pandemia y economía popular: desafíos y estrategias en tiempos de aislamiento social. *Escenarios. Revista de Trabajo Social y Ciencias Sociales*, (33).
- HOPP, M. (2018). De la promoción del trabajo cooperativo al salario social complementario. Transformaciones en la transferencia de ingresos por trabajo en Argentina. *Ciudadanías*, 2, 113-142.
- HOPP, M. V., MADOLVÁN BONELLI, J., FREGA, M. y TRATJEMBERG, A. (2020). Trabajo, género y desigualdades en la economía popular. Una mirada sobre la situación de los vendedores/as callejeros en tiempos de pandemia. *Trabajo y Sociedad*, 35(XXI), 7-25.
- HUNT, S. y R. BENFORD. (2007). Collective Identity, Solidarity and Commitment. In D. Snow, S. Soule y H. Kriesi (Eds.), *The Blackwell Companion to Social Movements* (pp. 433-460). Blackwell.
- LONGA, F. (2019). *Historia del Movimiento Evita, la organización social que entró al Estado sin abandonar la calle*. Siglo XXI Editores.
- MALDOVÁN BONELLI, J., FERNÁNDEZ MOUJAN, O., YNOUB, E. y MOLER, E. (2017). Los desca-misados del siglo XXI: De la emergencia del sujeto trabajador de la economía popular a la organización gremial de la CTEP (2011-2017). *Cartografías del Sur*, 16, 41-64.
- MANZANO, V. (2009). Un barrio, diferentes grupos: Acerca de dinámicas políticas locales en el distrito de La Matanza. En A. Grimson, R. Segura y C. Ferrari Curto (Comps.), *La vida política en los barrios populares* (pp. 267-294). Prometeo, Universidad de General San Martín.
- MATE, E. y STEFANETTI, C. (2020). Las organizaciones sociales de la economía popular frente a la pandemia de la COVID-19 en Argentina. *Socio Debate*, 9(6), 1-35.
- MELUCCI, A. (1989). *Nomads of the Present. Social Movements and individual needs in contemporary society*. Temple University.
- MELUCCI, A. (1995). The Process of Collective Identity. En H. Hank Johnston y B. Klandermans (Eds.), *Social Movements and Culture* (pp. 41- 63). Minneapolis, University of Minnesota Press.
- MERKLEN, D. (2000). Vivir en los márgenes: la lógica del cazador. Notas sobre sociabilidad y cultura en los asentamientos del Gran Buenos Aires hacia fines de los 90. En M. Svampa (Ed.). *Desde abajo. La transformación de las identidades sociales* (pp. 81-120). Biblos-UNGS.
- MIN, S. (2007). Online vs face-to-face deliberation: effects on civic engagement. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1369-1387.
- MOLINA, A. y SAYAGO PERALTA, E. G. (2020). Experiencias de la economía popular en el contexto de la pandemia COVID-19 en Argentina. Abordaje de casos en Córdoba capital y la ciudad de Santiago del Estero, ante el aislamiento social, preventivo y obligatorio. *Revista Idelcoop*, 231, 145-176.

- MUNOZ, M. A. y VILLAR, L. I. (2017). Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP en la CGT). Entre la organización sindical y el conflicto político-social (Argentina, 2011-2017). *Crítica y resistencias. Revista de conflictos sociales latinoamericanos*, 5, 22-52.
- NATALUCCI, A. (2012). Los movimientistas. Expectativas y desafíos del Movimiento Evita en el espacio kirchnerista (2003-2010). En G. Pérez. y A. Natalucci (Eds.), *Vamos las bandas. Organizaciones y militancia kirchnerista* (pp. 27-53). Nueva Trilce.
- NATALUCCI, A. y MORRIS, M. B. (2019). ¿Superando la fragmentación? Un análisis de las estrategias de articulación entre la CGT y la CTEP (2009-2017). *Astrolabio. Nueva época*, 23, 169-197.
- NOUGUÉS, T. (2021). *Entre la deuda y la inclusión social. Un análisis de la financiarización de la política asistencial argentina (1983-2019)* [Tesis de doctorado, Escuela IDAES, Universidad Nacional de San Martín]. Repositorio Institucional de la UNSAM.
- NOUGUÉS, T. y SALERNO, A. (2022). El Estado micro-emprendedor. El onegeismo, la vocación de ayuda y el espíritu emprendedor en la gestión de Cambiemos de la Secretaría de Economía Social de la Nación. *Astrolabio. Nueva Época*, 28, 250-275.
- OZ, M., ZHENG, P. y MASULLO CHEN, G. (2017). Twitter versus Facebook: comparing incivility, impoliteness, and deliberative attributes. *New Media & Society*, 20(9), 1-20.
- PERELMITER, L. (2010). Militar el Estado. La incorporación de movimientos sociales de desocupados en la gestión pública de las políticas sociales. Argentina (2003-2008). En A. Masseti, E. Villanueva y M. Gómez (Eds.), *Movilizaciones, protesta e identidades políticas en la Argentina del Bicentenario* (pp. 137-156). Nueva Trilce.
- PERELMITER, L. (2016). *Burocracia plebeya. La trastienda de la asistencia social en el Estado argentino*. UNSAM Edita.
- POLLETA, F. y JASPER, J. (2001). Collective Identity and Social Movements. *Annual Review of Sociology*, 27, 283-305.
- RAZETO MIGLIARO, L. (2010). ¿Qué es la economía solidaria? *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global*, (110), 47-52.
- RINALDI, J. (2021). Camino hacia el reconocimiento. Aproximación hacia las prácticas político-estéticas de la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular. *Revista Lindes*, 19, 1-17.
- ROIG, A. (2017). Financiarización y derechos sociales de los trabajadores de la economía popular. En E. Pérsico, F. Navarro, A. Geandet, A. Roig y P. I. Chena (Eds.), *Economía Popular. Los desafíos del trabajo sin patrón* (pp. 19-40). Colihue.
- RUSSELL, M.A. y KLASSEN, M. (2019). *Mining the Social Web*. O'Reilly.
- SERRANO SUÁREZ, V. (2020). The use of twitter by AILA against Trump for the defense of immigrant rights. *Pangea. Revista de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación*, 11(1), 18-41.
- SILVA MARIÑOS, L. (2020). Trabajadores de la economía popular frente al gobierno de la alianza Cambiemos. Demandas, actores y unidad de acción en el marco de la protesta social. *Revista Observatorio Latinoamericano y Caribeño*, 1(4), 140-159.

- SCHEJTER, M. R. (2020). ¿Destino de paria? La CTEP, una organización del “subsuelo sublevado” como actor político relevante. *Herramienta Web*, 28.
- SCHUTTENBERG, M. (2012). Los movimientos sociales “nacional populares” en la etapa kirchnerista: una revisión crítica de la bibliografía sobre el período. *Intersticios, Revista Sociológica de Pensamiento Crítico*, 6(2), 191-207.
- SCHUTTENBERG, M. (2014). El campo nacional y popular durante el kirchnerismo: una aproximación a las diferentes experiencias históricas, identidades y tradiciones políticas que reconfiguraron ese espacio desde 2003. En P. Forni y L. Castronuovo (Comps.), *Ni punteros ni piqueteros. Organizaciones populares durante el kirchnerismo* (pp. 99-126). EDULP.
- SNOW, D. 2001. Collective Identity and Expressive Forms. *CSD Working Papers*. University of California, Center for the Study of Democracy.
- SNOW, D. A. y CORRIGAN-BROWN, C. (2015). Collective Identity. En J. D. Wright (Ed.) *Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (pp.174-180). Elsevier.
- SORROCHE, S. y SCHEJTER, M. R. (2021). “Sigo siendo el mismo de siempre”. Imágenes de la clase obrera argentina en la construcción de la Unión de Trabajadores y Trabajadoras de la Economía Popular (UTEP). *Revista Latinoamericana de Antropología del Trabajo*, 10, 1-19.
- STEFANETTI, C. (2021). Un debate sobre el trabajo no remunerado en la economía popular. *Question*, 70(3), 1-24.
- SVAMPA, M. y PEREYRA, S. (2003). *Entre la ruta y el barrio. La experiencia de las organizaciones piqueteras*. Biblos.
- TÓFFOLI, M. (2021). El proceso de organización de la economía popular en Argentina: una articulación de estrategias, dinámicas de interacción y disputas discursivas (2011-2019). *Revista Sudamérica*, 15, 168-194.
- TOURAINÉ, A. (1997) *¿Podremos vivir juntos?* Fondo de Cultura Económica.
- VÉLEZ, J. G. y TOMATIS, K. (2022). La Economía Popular como concepto en disputa y como herramienta de reivindicación. *ConCienciaSocial. Revista digital de Trabajo Social*, 5(10), 62-78.