

RELEVAMIENTO DE ASENTAMIENTOS INFORMALES

► 2016 ◀



JÓVENES, ESPACIOS DIGITALES Y PROCESOS DE SOCIALIZACIÓN POLÍTICA:

Los casos de las organizaciones **OAJNU** Corrientes y **TECHO** Corrientes,
en el período 2016-2017

TESIS DOCTORAL

Doctoranda: Lic. **MARÍA FLORENCIA PANNUNZIO**

Director: **Dr. LEONARDO MUROLO**

Co- Directora: **Dra. MERCEDES ORAISÓN**



**FACULTAD DE PERIODISMO
Y COMUNICACION SOCIAL**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

Doctorado en Comunicación

Tesis Doctoral

“Jóvenes, espacios digitales y procesos de socialización política:

Los casos de las organizaciones OAJNU Corrientes y

TECHO Corrientes, en el período 2016-2017”

Doctoranda: Lic. María Florencia Pannunzio

Director: Dr. Leonardo Murolo (UNQ, UNLP)

Co-Directora: Dra. Mercedes Oraisón (UNNE)

Octubre 2020

Dedicatoria

A Micaela Jazmín, por su vida y por ayudarme a clarificar prioridades.

A Karina Elizabeth Parras, por enseñarme sobre el implacable y amoroso ritmo del Aquí y Ahora. Por la sonrisa como bandera. Q.E.P.D.

Agradecimientos

Haciendo un repaso de todo el proceso del Doctorado iniciado en Agosto de 2014 aparecen muchos rostros que fueron/son parte de este trabajo, que hoy se materializa en una tesis.

En principio quiero agradecer a las mujeres del Centro de Estudios Sociales de la Universidad Nacional del Nordeste (CES-UNNE), mi lugar de trabajo. Por su compañía, las charlas y los silencios, los mates, las discusiones y los proyectos. A Mercedes Oraisón por abrirme las puertas del CES y acompañarme con paciencia y confianza todos estos años, como directora de beca doctoral y co-directora de esta tesis. A Marina Campusano, que siempre estuvo al pie del cañón, incentivando y dando sus bajadas a la realidad. A Laura González Foutel por sus palabras, preguntas y miradas. A Cyntia Núñez por las enseñanzas de madre, las risas y los traslados cruzando el puente incontables veces. A Laura Pegoraro por su escucha, los intercambios al sentirme estancada y por todos los lemon pie que nos alegraron las siestas al compartir la oficina.

A Leonardo Murolo por aceptar sin dudas acompañarme como director en este trabajo. Por sus lecturas atentas, observaciones precisas, mails, notas al margen y audios de whatsapps. Por su generosidad, palabras de aliento y confianza.

A las “Bellas Norteñas”, amigas y colegas del doctorado: Eliana Noscué Mera, Daniela Nava Le Favi, María Chachagua, Natalia Saavedra, Evangelina González Pratz, Johana Montes Leguizamón y Adriana Toral. Juntas fuimos transitando el camino más allá de las aulas de la UNLP, compartiendo la vida misma: miedos, tristezas, alegrías, mudanzas,

nacimientos, casamientos, reafirmaciones matrimoniales, viajes, tesis entregadas, concursos docentes y becas logradas. Conocerlas fue uno de los mejores regalos de este posgrado.

A Victoria Sánchez Vallduví y su familia por hospedarme, haciéndome sentir como en mi casa, en cada uno de mis viajes para cursar.

A Alex de la Paz, por las charlas filosóficas quincenales, volviendo en colectivo desde La Plata a Buenos Aires.

A todas y todos lxs jóvenes que compartieron conmigo sus impresiones y aprendizajes participando en una organización. Por permitirme estar en las capacitaciones y recorridos, por los tiempos compartidos de entrevistas o charlas durante el trabajo de campo.

A Juan Pablo, por su amor durante estos años, donde los viajes para cursar el doctorado y la escritura de la tesis se fueron dando a la par que iniciamos nuestra convivencia y agrandamos nuestra familia. Por las palabras y los silencios justos, por la apuesta cotidiana. A mi mamá, papá, hermana y hermanos, por su aliento y sostén amoroso. Por cuidar de Mica incontables veces para que yo pueda sentarme a escribir en este último (y largo) tramo. A mi niña, que me hizo conocer un mundo nuevo. A toda mi gran familia y familia política que siempre acompañó desde el aliento y el cariño.

A mis amigas y amigos (Elisa Farizano, Sil Siviero, Leti Quintana Pujalte, Seba Toba, Maxi Acosta, Facu Gaona Bizotto, Mare Prieto, Laura Perrin, Ludmi Abdala, Agos Pioli, Sil Palladino, Florita Ramírez, Clau Silva, Nati Pila, Tami Gutnisky, Lore Fournier), por regalarme tardes y noches de recreo a través de charlas, mates, paseos y cenas; compartiendo memes, audios, fotos, videollamadas, mails, músicas, momentos de meditación, proyectos en común, miradas al futuro.

A Ángeles D'Aveta y Andrea de los Reyes, que me hicieron el aguante entre consultas técnicas y vaivenes emocionales y académicos.

A Varinia Gómez por su invaluable escucha, por contribuir calmando ansiedades y cambiando el foco más de una vez.

Un agradecimiento especial a mi amiga Karina Elizabeth Parras. Con paciencia me acompañó en mis años como estudiante de grado en la licenciatura en comunicación social (UNNE), como co-directora de mi tesis de grado y de una manera amorosa en mis inicios en la docencia universitaria, en la cátedra de Teorías de la Comunicación Social I. De esas personas que abren caminos a su paso. Tus palabras de aliento y críticas

constructivas fueron muy útiles para este último tramo de la tesis y para mis primeros pasos como mamá.

Me hubiese resultado difícil cursar un doctorado presencial a casi 1000 kilómetros de distancia sin el sostén económico que significó la Beca Doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) durante el período 2014-2019. Celebro que hoy vuelva a ser considerada una de las políticas públicas más importantes del país, en tanto es necesario profundizar y consolidar las ciencias sociales en nuestra región, en especial para lugares de alta vulnerabilidad y desigualdad social como el Nordeste Argentino.

Este trabajo le debe mucho a la Universidad Pública Argentina. Gracias a la Universidad Nacional del Nordeste, mi segundo hogar, que me brindó los espacios para pensar y crecer. A la Universidad Nacional de la Plata, por la propuesta académica y la mirada latinoamericana. A lxs docentes del Doctorado, de quienes aprendí muchísimo. En especial a Martín Becerra, por sus críticas constructivas durante los talleres de tesis I y II, y a José Garriga Zucal y Vanina Papalini por transmitir la pasión por el conocimiento crítico y hacer de cursadas intensivas algo llevadero y divertido. A todxs mis compañerxs de la cohorte 2014, con quienes intercambiamos ideas y lecturas, haciendo que ese “proyecto inicial” con el que llegamos se vaya transformando y enriqueciendo colectivamente.

Corrientes, 3 de Octubre 2020

ÍNDICE

Listado de siglas y abreviaturas utilizadas.....	8
Listado de capturas de imagen, cuadros, figuras y fotografías propias utilizadas	10
INTRODUCCIÓN	12
CAPÍTULO 1 - Fundamentación	16
La pregunta por los espacios digitales y lxs jóvenes	17
Estado del arte	22
Jóvenes y socialización política.....	23
Jóvenes, tecnologías y espacios digitales.	27
Socialización política y espacios digitales	31
La ciudad de Corrientes como contexto.	34
Problematización.....	40
Objetivos.....	41
General:	41
Específicos:.....	41
Preguntas.....	42
General:	42
Específicas:.....	42
Aportes al campo	42
CAPÍTULO 2 - Abordaje Teórico-Metodológico	44
Lineamientos Teóricos.....	44
Perspectiva sociocultural de la comunicación.....	44
Juventudes: rasgos y condiciones.....	46
Socialización y socialización política	48
Construcción de subjetividades políticas	53
Apropiación de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).....	53
Espacio público ampliado	55
Imaginarios tecnológicos	58
Lineamientos metodológicos	61
Diseño cualitativo	61
Etnografía multi-local como mirada inicial al abordaje cualitativo	63
Estudio de casos.....	68
Referentes empíricos y recolección de datos	70

Estrategias de análisis.....	74
Sobre la organización del informe de tesis.	77
CAPÍTULO 3 - Organizaciones juveniles como ámbitos de socialización política.....	79
Cartas de presentación.....	82
TECHO.....	84
OAJNU.....	86
Modos de vinculación: la tarea de “captar voluntarios”	89
Modelos de trabajo y valores que promueven.....	95
Roles y prácticas: El voluntariado como praxis.....	98
Organigramas: áreas, dinámicas y ocupaciones	100
Abordajes territoriales.....	106
Actividades sostenidas en el tiempo y aprendizajes de lo político	111
Territorios de inscripción digital: perfiles en plataformas comerciales.....	123
Conclusiones preliminares:	125
CAPÍTULO 4 - Lxs jóvenes y sus aprendizajes de lo político.....	128
Agencias. Entre capacidades, perfiles laborales y procesos participativos.....	134
Potencias. Entre reflexiones y posicionamientos	144
Nociones sobre la democracia y la sociedad	148
Resistencias. Críticas proactivas	151
Conclusiones preliminares.....	158
CAPÍTULO 5 - Apropiaciones de espacios digitales: “saber hacer”	160
Jóvenes y su relación con las tecnologías	162
Usos y apropiaciones	167
Lo visible (acceso público).....	170
TECHO. Grupo en Facebook.....	171
OAJNU. Facebook, twitter, Instagram.....	178
Estrategias de apropiación. Frecuencias y recursos más utilizados	188
Lo invisible (acceso privado). Mails, Whatsapp, Pilote	197
Públicos que pre-figuran y lógicas diferenciales en cada red social.....	204
Modos de estar juntxs / conectadxs en el espacio público ampliado.....	207
Conclusiones preliminares	210
CAPÍTULO 6 - Aprendizajes de lo político en relación a usos y apropiaciones de redes sociales digitales: Una tipología posible	212
Socialización digital y socialización política con entornos digitales. Algunas características y tipologías	213

Calendario o recordatorio.....	219
Vidriera de las actividades	222
Reafirmación de las prácticas políticas	225
Intersecciones entre la calle y los territorios digitales.....	230
Conclusiones preliminares	233
CAPÍTULO 7 - Espacios digitales como espacio público.....	235
Espacio público ampliado: Lo público en entornos digitales.....	237
Campañas y modos de concientización.	241
Día Mundial del Hábitat (Techo).....	242
Asentamientos en Agenda (Techo).....	246
Vamos a Zoomar Corrientes (Techo)	251
Movilizadxs por Santiago Maldonado (Oajnu).....	254
Movilizadxs por Ni una menos (Oajnu)	257
Debate Político (Oajnu).....	260
Redes tejidas en la configuración de lo público.	264
Imaginarios sobre las redes sociodigitales como espacio público	270
Conclusiones preliminares.	276
CONCLUSIONES	280
BIBLIOGRAFÍA.....	288
ANEXOS	306

Listado de siglas y abreviaturas utilizadas

CCC – Corriente Clasista y Combativa

CEA – Comité Ejecutivo Ampliado (Oajnu)

CENOC - Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad

CES – Centro de Estudios Sociales

CJ – Ciudadanía Juvenil (Oajnu)

CLACSO – Consejo Latinoamericano en Ciencias Sociales

CoCha – Corrientes/Chaco (Techo)

COMCIS – Congreso de Comunicación/Ciencias Sociales desde América Latina

CTEP – Confederación de Trabajadores de la Economía Popular

Ctes. – Corrientes

DGVJ – Día Global del Voluntariado Juvenil

DPEC – Dirección Provincial de Energía de Corrientes

EAHU – Encuesta Anual de Hogares Urbanos

ELP – Encuentro Local de Personas (Techo)

ELRC – Encuentro Local de Referentes Comunitarios (Techo)

ENACOM – Ente Nacional de Comunicaciones

ENJ – Encuesta Nacional de Jóvenes

EPH – Encuesta Permanente de Hogares

EPV – Esfera Pública Virtual

GID – Grupo de Investigación y Desarrollo

GT – Grupo de Trabajo

INDEC – Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina

JCI – Cámara Junior Internacional

La Fede - Federación Juvenil Comunista de Argentina

MNU – Modelo Naciones Unidas (Oajnu)

MNUJ – Modelo Naciones Unidas Junior (Oajnu)

NEA – Nordeste Argentino

OAJNU – Organización Argentina de Jóvenes para las Naciones Unidas

ONG – Organización No Gubernamental

ONU – Organización de las Naciones Unidas

OSC – Organizaciones de la Sociedad Civil

PEA – Población Económicamente Activa

RAI – Relevamiento de Asentamientos Informales (Techo)

REIJA – Red de Investigadorxs en Juventudes de Argentina

ReNaBaP – Registro Nacional de Barrios Populares

ReNaViP – Registro Nacional de Viviendas en Barrios Populares

RENIJA – Reunión Nacional de la Red de Investigadorxs en Juventudes de Argentina

TDI: Trabajos de Invierno (Techo)

TICs – Tecnologías de la Información y la Comunicación

UCASAL – Universidad Católica de Salta

UNLP – Universidad Nacional de La Plata

UNNE – Universidad Nacional del Nordeste

Listado de capturas de imagen, cuadros, figuras y fotografías propias utilizadas

Captura de Imagen N° 1. “Copamos la Ofi”. Pág. 93

Captura de Imagen N° 2. Primer Encuentro de Nuevos Voluntarios. Pág.93

Captura de imagen N° 3. Despedida de Jorge. Pág. 143

Captura de imagen N° 4. Presentación del Comité Ejecutivo 2016. Oajnu, 10 de febrero 2016. Pág. 143

Captura de Imagen N° 5. Administradores y moderadores en grupo de voluntarios Techo Corrientes-Chaco. Pág. 172

Captura de imagen N° 6. ¿Cuál es la ciudad que queremos? Pág. 175

Captura de imagen N° 7. Bienvenidas y despedidas en Techo Pág. 191

Captura de Imagen N° 8. Mailing para sumarse a la construcción masiva septiembre 2017 pág. 201

Captura de imagen N° 9. Invitación al Primer Encuentro de Nuevos Voluntarios en Oajnu. Pág. 220

Captura de Imagen N° 10. Asamblea de inicio Mesa de Trabajo en el Barrio Molina Punta. Pág. 225

Captura de Imagen N° 11. Día Mundial del Hábitat 2016 Pág. 228

Captura de Imagen N° 12: Certificado de Vivienda Familiar. Pág. 245

Captura de Imagen N° 13. Video con logros de la mesa de trabajo Pág. 250

Captura de Imagen N° 14. Justicia por Santiago. 21 de Octubre 2017 Pág. 256

Captura de imagen N° 15. #NiUnaMenos. 3 de junio 2016 Pág. 258

Captura de Imagen N° 16. La vice-intendenta Any Pereyra en #DebatePolítico 2016 Pág. 261

Captura de Imagen N° 17. Seamos protagonistas. Pág 265

Captura de imagen N° 18. Arrancamos a ir a los colegios. Oajnu. Pág. 270

Cuadro N° 1. Organigrama OAJNU. Pág 104

Cuadro N° 2. Características de la Generación @ Versus Generación # Pág 165

Figura 1. Mapa de asentamientos donde trabaja TECHO en la ciudad de Corrientes. Elaboración propia. Pág. 118

Figura 2. Nube de palabras, uso de Hashtags en Techo durante 2016-2017. Elaboración propia. Pág. 176

Figura 3. Nube de palabras, uso de hashtags en OAJNU durante 2016-2017. Elaboración propia. Pág. 182

Figura 4. ¿Qué es el hábitat adecuado? Collage de algunos flyers publicados en el grupo de Techo. Elaboración propia. Pág. 244

Foto N° 1. Afiche con Organigrama de la Sede CoCha de Techo. Pág. 101

Foto N° 2. Construcción masiva entre voluntarios y vecinos. Pág. 110

Foto N° 3. Cuadrilla en construcción. Pág. 113

Foto N° 4. Taller para ingresantes en OAJNU. Pág. 116

Foto N° 5. Cartel invitando a “seguir” el MNU en las redes. Fotografía propia. Pág. 185

INTRODUCCIÓN

Esta tesis surge en algún momento del año 2013, cuando comencé a participar de un proyecto de investigación en el Centro de Estudios Sociales de la Universidad Nacional del Nordeste, que estaba enfocado hacia procesos de subjetivación política y juventudes¹. El objetivo de aquel proyecto era realizar estudios de casos múltiples y comparados entre las ciudades de Corrientes (Provincia de Corrientes) y Resistencia (Provincia del Chaco), indagando en los posicionamientos políticos de lxs jóvenes en diversos ámbitos de socialización.

Desde la tesis para la licenciatura en comunicación social (UNNE) ya venía trabajando la temática de la comunicación digital y la participación ciudadana con la utilización de TIC, y aquel proyecto (pero fundamentalmente el equipo de trabajo) me permitió ir reencauzando estos intereses. De repente, a partir de las lecturas sobre juventudes, subjetividades políticas, socialización política, comencé a poner en cuestión cómo operaban los espacios digitales como un ámbito particular de socialización política y de construcción de subjetividades políticas.

Esta tesis versa sobre “jóvenes, espacios digitales y procesos de socialización política”, tomando por casos dos organizaciones de la sociedad civil que tienen alcance internacional y están asentadas hace varios años en la ciudad de Corrientes: TECHO y OAJNU (por las siglas Organización Argentina de Jóvenes para las Naciones Unidas²). El objeto de estudio son los procesos de socialización política en/con entornos digitales. Decidimos realizar un corte temporal de dos años, por lo que el relevamiento atiende al periodo 2016-2017. En ese lapso de tiempo hicimos un seguimiento y abordaje de diversas actividades en espacios “presenciales” y de la totalidad de sus publicaciones en Facebook, Twitter e Instagram. Aunque también fuimos profundizando en sus usos de

¹ El proyecto se titulaba “*Subjetivación política y juventud. Estudios de casos múltiples y comparados en Corrientes y Resistencia*” y estaba bajo la dirección de la Dra. Mercedes Oraisón y la Co-dirección del Mgter. Pablo Barbetti.

² En las entrevistas comentaban que al día de hoy se mantiene el nombre “OAJNU”, pero ya no hacen referencia únicamente a Argentina, país en el que surgió la organización, ya que se van incorporando otros países.

diversas plataformas, aplicaciones, whatsapp, correos electrónicos, a partir de lo que nos iban diciendo en las entrevistas.

El **Capítulo 1** está dedicado a la Fundamentación. Allí hacemos un recorrido sucinto por las temáticas con las cuales dialogamos al tomar posición para abordar nuestro objeto de estudio. A su vez, presentamos el estado del arte a través de tres cruces: jóvenes y socialización política; jóvenes, tecnologías y espacios digitales; y socialización política y espacios digitales. También hacemos explícitos los objetivos y aportes al campo de la comunicación pretendidos.

El **Capítulo 2** presenta los lineamientos teórico-metodológicos que sostienen este trabajo. Nos posicionamos desde una perspectiva sociocultural de la comunicación, recuperando aportes de los estudios de las culturas juveniles en Latinoamérica, los estudios socioculturales de la comunicación y la antropología de las juventudes (Reguillo, 2012, 2017; Martín-Barbero, 1983, 2006; Saintout, 2009, 2012; Feixa y Nofre, 2012, Feixa, 2014; Chaves, 2010). Presentamos brevemente los lineamientos teóricos de las categorías que consideramos como dimensiones de nuestro objeto de estudio. Se trata de una investigación cualitativa, que toma por base el enfoque etnográfico y los estudios de casos. Por ello, llevamos a cabo el trabajo de campo realizando entrevistas, observaciones de campo y un relevamiento de las publicaciones que ambas organizaciones realizaron en distintas redes socio-digitales (Facebook, Twitter, Instagram).

Tomamos como dimensiones de nuestro objeto a: 1) los procesos de socialización primaria y secundaria (familia, amigos, organizaciones, etc); 2) los procesos de construcción de subjetividades políticas, que nos permiten poner el foco en las movilizaciones que en tanto “sujetos” y en un plano subjetivo, perciben o accionan; 3) Los procesos de apropiación de TIC, que no pueden deslindarse al trabajar sobre usos y apropiaciones de tecnologías con o para fines específicos; 4) Finalmente pensamos a los entornos digitales como parte de un espacio público ampliado, lo que nos permite indagar en la reconfiguración del ecosistema comunicativo y las potencialidades y limitaciones que las organizaciones de la sociedad civil encuentran para entrar en diálogo y sentar posición. Estas dimensiones son trabajadas en capítulos separados. En cada uno de ellos se realiza una pequeña introducción haciendo explícita la organización temática del capítulo, se profundizan discusiones teóricas y se ofrecen conclusiones preliminares.

En el **Capítulo 3** comenzamos a analizar los datos recabados. Nos parecía importante partir de pensar a las organizaciones como un ámbito de socialización política, ya que pudimos registrar cómo desde allí lxs jóvenes incorporan una serie de normas y valores que trasladan a sus re-posicionamientos. Exploramos cuáles son las prácticas y abordajes territoriales que cada organización promueve, entendiendo que son los lugares desde donde “hablan” estxs jóvenes.

El **Capítulo 4** está dedicado a los procesos de configuración de subjetividades políticas. Nos permite aproximarnos a las maneras en que estxs jóvenes se piensan y re-posicionan en sus pasos por las organizaciones. Para ello analizamos sus agenciamientos, potencias y resistencias (Martínez Pineda y Cubides, 2012).

Los usos y apropiaciones de TIC son abordados en el **Capítulo 5**. Nos posicionamos atendiendo a una doble mediación (tecnológica y social). Consideramos que esta dimensión no puede estar ausente en nuestro objeto, ya que desde aquí lxs jóvenes incorporan aprendizajes en torno a “modos de hacer”. Sus usos y apropiaciones se trabajan en torno a dos ejes: aquello que aparece visible (acceso público) y aquello invisible (acceso privado).

En el **Capítulo 6**, de manera encadenada con el capítulo anterior y a modo propositivo, esbozamos una tipología de aprendizajes de lo político en relación a usos y apropiaciones de redes socio-digitales. Hablamos de “Calendario o recordatorio”, “Vidriera de las actividades” y “Reafirmación de las prácticas políticas”.

El **Capítulo 7** está dedicado a la dimensión de “espacio público ampliado”. Allí nos centramos en los posicionamientos políticos que lxs jóvenes realizaron desde las cuentas de las organizaciones, las campañas y modos de concientización que promovieron durante 2016-2017, las redes tejidas tanto con otras organizaciones como con distintos actores sociales y en los imaginarios tecnológicos que construyen.

Finalmente, en las **Conclusiones** tratamos de sistematizar las “respuestas” obtenidas a lo largo del trabajo, evidenciando cambios de posicionamiento y de visión propios, y comentando qué preguntas e intereses de conocimiento se fueron dando paso.

Distintos apartados y análisis (tanto iniciales como avances) de este trabajo fueron puestos en discusión a lo largo de estos años (2014-2020) en jornadas, seminarios, reuniones científicas y congresos. Al mismo tiempo algunos de ellos han sido publicados

en Actas y en Revistas Científicas, como capítulos de libros o aún se encuentran en instancias de evaluación.

Esta tesis se terminó de escribir en medio de la Pandemia por Covid-19. Un tiempo crítico, extraño, que en Argentina nos obligó al Aislamiento Social Preventivo Obligatorio y luego al Distanciamiento Social Preventivo Obligatorio. Nuestras prácticas y rutinas debieron cambiar de un día para otro. Fueron (son) momentos de precaución, angustia e incertidumbre, donde lo digital tuvo un protagonismo excepcional en nuestra vida cotidiana tanto para el tejido afectivo, como para el educativo, laboral, social, para los vínculos entre ciudadanía y gobernantes... Un contexto que necesariamente obliga a replantear y reforzar las preguntas sobre nuestros procesos de producción, intercambio y consumo simbólico mediados por tecnologías digitales.

CAPÍTULO 1 - Fundamentación

En este capítulo nos interesa comenzar a delimitar el mapa de los debates que sirve de umbral en esta tesis doctoral sobre jóvenes, espacios digitales y procesos de socialización política. Aquí daremos cuenta explícitamente de los horizontes epistemológicos que nos orientan y desde qué lugar(es) formulamos el problema de investigación.

⊗ ⊗ ⊗

La pregunta por los espacios digitales y lxs jóvenes

La comunicación digital irrumpe en nuestra vida cotidiana desde la década de 1960, con las primeras computadoras y sistemas operativos que privilegian los trasposos de “paquetes de información” manteniendo activa una red de nodos. Su crecimiento exponencial puede medirse considerando que sesenta años atrás, dos computadoras estaban imposibilitadas de entrar *en diálogo* entre sí, aun habitando una misma habitación. Hoy, sin embargo, son múltiples las pantallas con las que nos vinculamos y por medio de las cuales entramos en contacto con información y con otros/as que están distantes en tiempo/espacio.

En pocas décadas y a ritmo vertiginoso han mutado todos nuestros procesos de producción, intercambio y consumo simbólico, que están caracterizados por “*una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados de manera reticular entre sí*” (Scolari, 2008:113). Al mismo tiempo, existen diversos términos y categorías que aparecen para nombrar estos medios y procesos comunicacionales: Internet³, Web Social, medios conectivos (Van Dijk, 2016), medios sociales, comunicación digital, ecosistema digital (Scolari, 2008), convergencia digital (Jenkins, 2008)...

La comunicación en espacios digitales es el área temática que la tesista viene trabajando aproximadamente desde el año 2008, en los últimos años de carrera en la Licenciatura en Comunicación Social en la Universidad Nacional del Nordeste (Pannunzio, 2013). Fue posible, a partir de una Beca Doctoral de CONICET (2014-2019), continuar los estudios en relación a dicha temática, puntualizando en los usos y apropiaciones de jóvenes en la ciudad de Corrientes, para indagar cómo interpretan a los espacios digitales y si esos espacios simbólicos les permite pensarse en tanto sujetos políticos, con capacidad de agencia. Se sostuvo a lo largo de los años el interés por profundizar el estudio acerca de los espacios digitales y su incidencia y complementariedad con los espacios presenciales “cara a cara”, entendiendo que son

³ Dos autores que ayudan a clarificar algunas terminologías son Piotet y Pisani (2009). Ellos diferencian Internet de la Web de la siguiente manera: “*Internet es la red informática mundial que nos permite acceder, por ejemplo, a nuestros correos electrónicos o a sitios web. La web, o la world wide web, es una de las mayores aplicaciones que permite internet. Es un sistema con el que se pueden consultar, a través de un navegador, las páginas colgadas en los sitios web. Por tanto, tenemos, por un lado, un conjunto de ordenadores conectados entre sí y, por el otro, un conjunto de documentos modificables, también conectados entre sí*” (Piotet y Pisani, 2009:14)

dinámicas que están permanentemente configurando nuestros modos de ser, de comunicarnos y de estar en sociedad.

En un primer momento -los modos en que se habían enunciado los objetivos en el pre-proyecto inicial presentado al Doctorado en Comunicación de la FPyCS de la UNLP- se pretendía explorar los espacios digitales como ámbitos significativos de socialización y comprender su incidencia en la posible configuración de un espacio público-político, desde la perspectiva del interaccionismo simbólico. A su vez, se pretendía analizar cómo ambos aspectos están incidiendo en la construcción de identidades y en los procesos de subjetivación de lxs jóvenes. Desde un principio el interés estuvo en investigar desde un paradigma cualitativo, principalmente desde una etnografía multilocal/digital.

La perspectiva del interaccionismo simbólico se fue diluyendo en el transcurso de las lecturas y discusiones sostenidas con el equipo de investigación: El Grupo de Investigación y Desarrollo (GID) sobre Subjetividades políticas y juventudes, en el Centro de Estudios Sociales de la UNNE (CES-UNNE). En parte las lecturas estuvieron orientadas por el proyecto marco, denominado *“Subjetivación política y juventud. Estudios de casos múltiples y comparados en Corrientes y Resistencia”*⁴, desde donde se iniciaron lecturas más profundas sobre “juventudes” y “socialización política”. Al interior del grupo de investigación del CES la tesista es la única que está haciendo un trabajo vinculado específicamente a los espacios digitales. Esto volvió lento el proceso de lectura, dado que no siempre se tuvo con quien compartir las hipótesis y análisis. Esos espacios de discusión específica quedaron relegados a los encuentros de las clases de Doctorado, donde varias compañeras estaban trabajando temáticas similares y pudimos establecer discusiones que incluso se extienden vía mail y whatsapp hasta hoy.

A lo largo del cursado se relacionaron distintos textos, autores, categorías analíticas que nos permitieron construir un mapa mental sobre cómo se describen y esquematizan los espacios digitales, y los debates que suscitan. En primer lugar, debemos evidenciar un salto conceptual, cualitativo, que efectuamos en el transcurso de estos años: La propuesta inicial nombraba a estos espacios como "virtuales" en vez de "digitales". El cambio surgió

⁴ Dicho proyecto tuvo continuidad con el proyecto aprobado por la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad Nacional del Nordeste (UNNE) para el período 2017-2020, titulado “Participación política juvenil. Procesos de socialización y subjetivación política en las ciudades de Resistencia y Corrientes”. El mismo se radicó en el Centro de Estudios Sociales de la UNNE bajo la dirección de la Dra. Mercedes Oraisón.

como una necesidad de especificar el tono de la discusión, que no apuesta a discutir lo virtual/real, sino más bien a pensar cómo ese espacio simbólico, constituido por una materialidad específica (digital, de bits) viene a re-configurar todo el tejido urbano y comunicacional. Y esto porque no interesan en sí mismo los espacios digitales sino los procesos que posibilita/acompaña. Como diría Jesús Martín-Barbero:

"El primer prejuicio consiste en creer que se pueden comprender los procesos de comunicación estudiando sólo los medios, cuando lo que los medios hacen, lo que producen en la gente, no puede ser entendido más que en referencia a las transformaciones en los modos urbanos de comunicar, es decir, a los cambios en el espacio público, a las nuevas relaciones entre lo público y lo privado en una "nueva" ciudad conformada cada día más por los flujos de circulación e informaciones. Y cada vez menos por el encuentro y la comunicación"
(Martín-Barbero, 2015)

Encontramos en los estudios culturales latinoamericanos y en estudios de culturas juveniles varios cruces temáticos que abordan, por un lado, las relaciones tecnología-sociedad-cultura; y por otro, las relaciones de lxs jóvenes con las tecnologías y las re-definiciones de las democracias y las culturas políticas de nuestros países en América del Sur, puntualmente en Argentina. Estas elecciones teóricas fueron necesariamente reorientando nuestras preguntas. Desde esta perspectiva, Martín-Barbero refiere a la reconfiguración del ecosistema mediático, centra la mirada en lxs jóvenes, y tiene continuadores de este tema/problema hasta el día de hoy, como los investigadores Néstor García Canclini, Rossana Reguillo y Carles Feixa, con quienes entraremos en diálogo a lo largo del trabajo.

Jesús Martín-Barbero ofrece pistas para pensar la reconfiguración de los modos de estar juntos, atendiendo a las nuevas territorialidades que se dan en el ecosistema mediático digital, mediante lo que él llama un *"señalamiento de procesos claves que nos des-ubican desafiando la percepción, la sensorialidad y la racionalidad desde las que aquel dualismo [se refiere a la territorialidad/espacialidad] aparecía como horizonte*

unificado –y unificador- de la experiencia y del conocimiento” (Martín-Barbero, 2006)⁵. Además, enfatiza que “lo que experimentamos actualmente, y lo que estamos más necesitados de pensar, es el replanteamiento radical de los modos de ubicación, esto es, de la relación de los cuerpos y los objetos con los espacios” (2006)

Un hilo conductor en los trabajos de Martín-Barbero es su posicionamiento respecto los avances tecnológicos, al cual adherimos: Siempre distanciándose de los mitos tecnológicos que pretenden hacernos creer que el desarrollo y el progreso se vinculan con artefactos, cuando son los usos sociales de los medios los que trastocan nuestras sociabilidades y mediaciones sociales:

“Que nadie se confunda, de lo que estamos hablando aquí no es del poder de la tecnología, sino, al contrario, del poder que de ella puede hacer su uso social y político” (Martín-Barbero, 2006, p.12)

Los avances en lo que refiere a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) digitales modificaron los modos tradicionales signados por la comunicación masiva. Hace más de una década las plataformas y redes sociales en Internet están ofreciéndose como espacios accesibles (y elegidos) por una gran cantidad de usuarios⁶, son gratuitas⁷, uno de los únicos requisitos indispensables para habilitar una cuenta o perfil de usuario es poseer una cuenta de correo electrónico, no requieren costosas

⁵ Es preciso aclarar que Martín-Barbero no hace mención a “**espacios digitales**”. Él nombra y analiza en varios trabajos al **espacio virtual**. En su texto *Pensar juntos espacios y territorios (2006)*, recupera un análisis sobre la espacialidad que hace Michel Foucault en una conferencia dictada en Túnez en 1967, titulada *Espacios Otros*, en la cual plantea cómo mientras el pensamiento moderno de los siglos XVIII y XIX se construyó en base a categorías de tiempo, actualmente nos encontramos en una época en que el espacio empieza a cobrar una relevancia perceptiva y cognitiva estratégica. Para Martín-Barbero en este texto hay anticipaciones, “*puesto que, en el momento de su exposición y escritura, el computador era una mera máquina de cálculo, y no el lugar virtual que anuda las redes desde las que se hace visible el mundo.*” (2006, pág. 6)

⁶ Según cifras de We Are Social, en enero de 2019 se registraban en Argentina 41.6 millones de usuarios activos en Internet, de los cuales 38.5 millones ingresan desde dispositivos móviles. Aproximadamente el 88% de las personas ingresan diariamente a internet, utilizando más de ocho horas diarias dicho servicio. En cuanto al uso de plataformas digitales, entre las redes sociales más visitadas aparecen Youtube (93%), Facebook (91%) e Instagram (68%); mientras que la mensajería instantánea más utilizada es Whatsapp (91%), seguida de FB Messenger (63%). Disponible en <https://es.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-argentina-january-2019-v01> [última consulta, 11/10/2019]

⁷ La cuestión de la gratuidad debe ser tomada con pinzas. Existen desarrollos avanzados respecto la economía de la atención que manejan grandes corporaciones en plataformas digitales. Nuestro enfoque más culturalista, no desconoce los trabajos vinculados a la economía política de medios digitales. La investigadora holandesa José Van Dijck (2016) ofrece una propuesta de análisis que intenta vincular ambos enfoques.

inversiones en tecnología y ofrecen la posibilidad de establecer relaciones de proximidad con públicos específicos (Cobo Romani y Pardo Kuklinsky, 2007; Pannunzio, 2013).

Este escenario comunicacional presenta desafíos a las teorías e investigaciones de la comunicación de masas en el siglo XXI. Entre ellos pueden identificarse la convergencia mediática, el desplazamiento del clásico modelo de medios masivos (uno-a-muchos) hacia formas reticulares e interactivas de comunicación (muchos-a-muchos), el rol de usuarios y productores de contenidos que adoptan las “audiencias”, el proceso de digitalización que modifica la vida diaria y laboral en todas sus esferas, entre otros desafíos (Cobo Romani y Pardo Kuklinsky, 2007; Scolari, 2008; Pannunzio, 2013).

Las transformaciones en el ecosistema mediático posibilitaron cambios sustanciales, que nos permiten pensar en los entornos digitales bajo una doble cualidad de herramientas de comunicación y espacios sociales en sí mismos (Piotet y Pisani, 2009). En este contexto, identificamos que la generación actual de jóvenes es una generación socializada multimedialmente, por lo que “aprende” o se alfabetiza simultáneamente en gramáticas audiovisuales (Saintout, 2011; Barbero, 2002). Incluso se plantea que los entornos juveniles “son tecnológicos” (Gordo López, 2018, Alcoceba Hernando, 2013), en tanto sus prácticas cotidianas están atravesadas por distintas tecnologías, entre ellas las tecnologías digitales.

El modelo de socialización que permaneció estable y vigente durante los últimos veinticinco años del siglo XX identificaba, por un lado, a la familia y los medios de comunicación de masas como agentes socializantes en un espacio doméstico; y, por otro lado, el (o los) grupos de pares y la escuela, como agentes socializantes en el espacio extra-doméstico. Sin embargo, las innovaciones y transformaciones asociados a las TICs y a la revolución digital a las que acabamos de hacer mención, implicaron una transformación de carácter estructural cuya incidencia sobre las instancias de socialización juvenil se hicieron visibles (Alcoceba Hernando, 2013).

“Más allá de estas visiones antagónicas que remiten a posturas favorables y críticas acerca del cambio social asociada a las TIC, la realidad pone en evidencia una transformación general de las relaciones sociales entre iguales, donde los encuentros presenciales y los espacios públicos en que se desarrollan no se pueden entender sin las relaciones en

entornos virtuales donde se satisfacen necesidades informativas, lúdicas, afectivas, etc.” (Alcoceba Hernando, 2013:197)

Estas caracterizaciones nos estimularon a trazar un análisis y una conceptualización sobre cómo operan los espacios digitales en la vida cotidiana en nuestros procesos de socialización política. Por lo tanto, **en este trabajo el objeto de estudio es el proceso de socialización política en/con entornos digitales**. Nos preguntamos sobre el mismo atendiendo a las prácticas comunicativas que jóvenes en dos organizaciones de la sociedad civil llevan a cabo en la ciudad de Corrientes.

Estado del arte

En la búsqueda de trabajos que hayan abordado al objeto de estudio o se hayan aproximado a él, se indagó principalmente en los resultados obtenidos a partir de las investigaciones realizadas desde el Centro de Estudios Sociales (CES-UNNE), del Grupo de Trabajo de CLACSO “Juventud y Nuevas Prácticas Políticas en América Latina” (creado en 2007), de los trabajos y Reuniones de la Red ReIJA (Red de Investigadores en Juventudes en Argentina), del Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud (Alianza Cinde y Universidad de Manizales, Colombia); del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud en España; de los trabajos de Rosana Reguillo (2012, 2017), Feixa (2002, 2014), Alvarado (2012), de Benedicto y Morán (2002) entre otros autores que trabajan la temática de socialización política juvenil en Latinoamérica y España.

Durante el cursado del doctorado se nos propuso visibilizar los ejes convocantes de diversos congresos de comunicación para identificar en qué áreas temáticas se mueven nuestras discusiones⁸. Por esta razón, a lo largo del estado del arte, además de mencionar trabajos que se hayan aproximado nuestro objeto de estudio, haremos reseñas de congresos nacionales e internacionales de comunicación social y las discusiones que habilitan en torno a los ejes que refieran a los cruces “juventudes y participación” y “juventudes y tecnologías”.

Organizamos este apartado del estado del arte en relación a tres cruces:

1) “jóvenes y socialización política”,

⁸ Este ejercicio analítico y de posicionamiento epistemológico fue sugerido en el seminario “Prácticas y saberes de la comunicación en América Latina”, a cargo de la Dra. Silvia Delfino.

- 2) “jóvenes, tecnologías y espacios digitales” y
- 3) “socialización política y espacios digitales”

Jóvenes y socialización política

Muchas veces se identifica en la juventud una instancia particular de la vida, como un periodo destinado a la formación de las personas donde se producen transformaciones biológicas, psicológicas y sociales que contribuyen a conformar la definición personal y social en relación a diversos ejes, tales como: la percepción de su situación en el mundo, las aspiraciones y objetivos, las oportunidades que se les ofrecen y que se les niegan (Alcoceba Hernando, 2013). Entre los agentes o instancias socializadoras que contribuyen a dicha conformación se enumeran a la familia, la escuela, el grupo de pares y los medios de comunicación (Berger y Luckman, 2003; Alcoceba Hernando, 2013; Gordo López, et.al, 2018).

A partir de una revisión de la literatura fue posible identificar que el proceso de socialización política debe ser pensando como inherente a toda la vida del sujeto, y no a una etapa biológica particular; y que es un proceso que debe abordarse en relación a los espacios (geográficos, físicos) donde el mismo tiene lugar. De manera “espacializada” (Benedicto y Morán, 2002).

Se encontraron referencias a los procesos de socialización política y de construcción de subjetividades políticas como complementarios o dos caras de una misma moneda. El trabajo de Sara Alvarado, Héctor Fabián Ospina, Patricia Botero y Germán Muñoz (2008) es significativo, en tanto sitúan a la socialización política como un proceso de formación ciudadana, que no se vincula con los discursos y prácticas de adhesión a los sistemas políticos formales (como el voto) “*sino a la configuración de subjetividad política, en procesos que aproximan los sentidos y las prácticas de acción política, vividas y narradas, en sus contextos de actuación a un orden social democrático, tanto a nivel micro como a nivel macro*” (pág. 37). Estos autores nos invitan a pensar que el proceso de construcción de subjetividades políticas es esencialmente un proceso inter-subjetivo de encuentro con los otros, donde los sujetos deben entenderse a sí mismos como interlocutores válidos en los espacios públicos. Estas referencias se ampliarán debidamente en el apartado teórico y al inicio de cada capítulo.

En las investigaciones realizadas en los últimos años por el grupo de trabajo del Centro de Estudios Sociales de la UNNE, se abordaron transversalmente las temáticas de participación, socialización, subjetivación política, organizaciones de la sociedad civil y construcción de ciudadanía y son un punto de partida para esta propuesta, tanto por sus temáticas como por el hecho de que sus investigaciones se centran mayoritariamente en las ciudades de Corrientes y Resistencia, es decir en el contexto de nuestra propia investigación.

Entre estos trabajos se encuentra un proyecto de investigación denominado *“Inclusión y construcción de ciudadanía. Subjetivación y praxis de la participación”*, que bajo la dirección de la Dra. Ana María Pérez Rubio se llevó a cabo entre 2008-2011. Como producto de esta investigación se ubica a la publicación *“Estudios sobre participación: procesos, sujetos y contextos”* (Coords. Pérez Rubio y Oraisón, 2013). Allí se analizan los procesos de subjetivación en relación a instancias de participación política en las ciudades de Resistencia y Corrientes, preguntándose sobre la viabilidad que la experiencia participativa posee para lograr la subjetivación de los sujetos y no su objetivación.

En su artículo *“Acción colectiva, construcción del espacio público y participación”* (González Foutel en Pérez y Oraisón, coords, 2013:95-120) Laura González Foutel⁹ plantea a la sociedad civil como espacio de las organizaciones y los ciudadanos, en tanto actores claves para la recreación del espacio público. Recuperando a Habermas (1982) y Arendt (1997) define al espacio público como aquel espacio de las apariencias que posibilita a sus miembros la vinculación y distancia necesarias para actuar en común y por objetivos comunes:

“Es una categoría –espacio público- en la cual se fundamentan, a la vez, los aspectos privados y públicos de los miembros de una sociedad, en tanto hace referencia al horizonte de interacción intersubjetivo a través del cual las personas dotan de sentido su vida política, económica y social. Por ello, los espacios públicos son por naturaleza espacios políticos.” (González Foutel, 2013:99)

⁹ Dentro del grupo de investigación que integro, abordé las organizaciones sociales siguiendo los trabajos efectuados por Laura González Foutel, quien centra sus estudios en cómo las organizaciones de la sociedad civil fomentan o limitan la cultura política de Corrientes, y cuáles son las tensiones que se generan en el espacio público local.

En los estudios desarrollados durante la primera década del 2000 se destacaba que los procesos de socialización poseían el potencial de generar un cuestionamiento del orden desigual impuesto por el neoliberalismo y propiciaban el involucramiento de la ciudadanía colaborando al fortalecimiento democrático. Desde el año 2015 la región está abandonando gobiernos que fueron nombrados como progresistas y posneoliberales, dando lugar a gobiernos de derecha, que accedieron al mando político tanto por medio de las urnas (como en el caso de Argentina en 2015) como por medio de juicios políticos (Brasil en 2016). En este contexto, la pregunta por la socialización política o los aprendizajes de la política se renueva.

“La quiebra de los paradigmas hegemónicos de explicación del orden social, el “retorno de la cultura a un primer plano”, el aumento del énfasis en el lenguaje y la narración como procesos de “construcción” de la realidad social o la percepción de la fragmentación de los mundos vividos por los habitantes de las sociedades contemporáneas son, entre otros temas recurrentes en las Ciencias Sociales de las últimas décadas del siglo XX, diagnósticos que obligan a dar un giro significativo en el modo en que debemos entender los aprendizajes de aquellas normas, valores, memorias, estilos de vida o ideologías que explican nuestra vida en común.” (Benedicto & Morán, 2002)

De las investigaciones enmarcadas en el Grupo de Trabajo (GT) de CLACSO sobre Juventudes pudo observarse que los procesos de socialización política eran analizados preeminentemente en ámbitos escolares. En este GT se encontraron escasos trabajos que aborden la relación Jóvenes/Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) aunque sí pudo identificarse una de las líneas de trabajo más fuertes enmarcadas en el proceso que nos interesa: socialización política. De esta línea los aportes para el abordaje y la conceptualización de la socialización política juvenil (como un proceso que se da a lo largo de toda la vida del sujeto) son cruciales, ya que justamente se trata de una red de

Posgrados¹⁰ que se especializan en investigaciones sobre infancias y juventudes con perspectiva latinoamericana pero a la vez situada en cada uno de los contextos de nuestros países.

En el Congreso de Jóvenes, Medios e Industrias Culturales, se puede decir que este trabajo dialoga con diversos ejes: El *Grupo de trabajo 2: Lo político y la política: experiencias juveniles de participación*, convoca trabajos que abordan la relación entre lo juvenil y lo político, pensando formas de participación tradicionales y emergentes, el ejercicio del poder y de la ciudadanía, los modos de articulación de demandas y experiencia militante. Se procura discutir allí sobre las transformaciones en la cultura política a partir de la experiencia juvenil. Por otro lado, el eje *Expresiones juveniles en la trama de la cultura y el espacio público* se plantea como un ámbito para cuestionar las prácticas culturales y expresiones juveniles en el espacio público vinculadas al arte, intervenciones, las apropiaciones y los consumos culturales. El propósito de ese grupo es reflexionar sobre el modo en el que se configuran las identidades, sus tensiones y disputas.

Otro encuentro de comunicación que reviste interés es el Congreso de Comunicación/Ciencias Sociales desde América Latina (COMCIS). En el eje sobre *procesos democráticos populares, ciudadanía y participación política*, se propician debates sobre la política y lo político, como así también cuestionamientos a las lógicas tradicionales de la política. Los espacios públicos y privados: la calle y la red, como modos contemporáneos de participación; la afectividad en la constitución de ciudadanías e identidades colectivas; principales demandas, sentidos y valores de los agrupamientos políticos y populares; reivindicación de derechos y ciudadanías (locales, globales).

En este mismo encuentro se plantea un eje para discutir sobre *Experiencia juvenil contemporánea*. Allí algunos tópicos refieren a los nuevos/viejos modos de congregarse y de participación ciudadana, a los cruces entre juventud, política y medios de comunicación. Abordan la relación entre subjetividades juveniles, territorios, redes e industrias culturales. También se enfocan en lxs jóvenes como sujetos políticos, de derecho y de conocimiento, y en el diseño, análisis y gestión de políticas públicas. Por otro lado, hay una apuesta política por realizar un viraje desde las epistemologías de la

¹⁰ Se trata de la Red INJU, de Infancias y Juventudes, donde una de las sedes más fuertes está en Colombia, en la Universidad de Manizales.

devastación –que obturan o romantizan la capacidad de agencia de los sujetos jóvenes– a las epistemologías de la esperanza y lxs jóvenes como actores de la transformación.

En los estudios sobre culturas juveniles en Latinoamérica, Rosana Reguillo (2012) reprocha que las operaciones discursivas con los que se pretende nombrar a lxs jóvenes son de exaltación (jóvenes como "reservas para un futuro glorioso") o de satanización (como "sujetos inadecuados"), cayendo en descripciones esencialistas más que en análisis que permitan comprender la complejidad de las condiciones juveniles en nuestros países. A su vez, al mencionar las tendencias de los estudios en juventudes según la vinculación de lxs jóvenes con las estructuras sociales, esta investigadora destaca que los esfuerzos estuvieron orientados a analizar a actores juveniles "alternativos" o "disidentes" a la cultura dominante, más que a los "incorporados", cuyas prácticas se analizan a través o desde su pertenencia a un ámbito escolar, laboral, religioso, desde los consumos culturales, o las organizaciones sociales, tal como pretendemos investigar aquí.

Rosana Reguillo plantea que

*“Los jóvenes no constituyen una categoría homogénea, no comparten los modos de inserción en la estructura social, lo cual implica una cuestión de fondo: sus esquemas de representación configuran campos de acción diferenciados y desiguales. Pese a esta diferenciación, en términos generales, **la gran mayoría de los estudios sobre culturas juveniles no ha logrado problematizar suficientemente la multiplicidad diacrónica y sincrónica en los “modos” de ser joven**, y las más de las veces, esta diferencia ha sido abordada (y reducida) al tipo de inserción socioeconómicamente de los jóvenes en la sociedad (sectores populares, medios o altos), **descuidando las especificidades que generan tanto la subjetividad como los marcos objetivos desiguales de la acción** (Reguillo, 2012:26) (las negritas son propias)*

Jóvenes, tecnologías y espacios digitales.

En relación a los espacios digitales en particular y a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) en general, lxs jóvenes son identificados en la literatura especializada como actores protagonistas (Urresti, Linne, Basile, 2015; Feixa, 2014; Callejo Gallego y Gutiérrez Brito, 2012, Saintout, 2006, 2013, Reguillo, 2017). No se

puede poner en duda el incremento en el tiempo de exposición y apropiación de lxs jóvenes ante dichas tecnologías (Wincour, 2009; Morduchowicz, 2008, 2012; Crovi Druetta, 2013). La web social les permite constituirse en productores de contenidos al añadir, compartir, borrar o agregar información en un sitio. Permite a los usuarios interactuar entre ellos. Les da la posibilidad de hacerse ver y oír ante otros actores sociales, narrando su propia historia, y crea “nuevas formas de estar juntos” (Barbero: 2002, 2006).

Morduchowicz (2012) señala que para lxs jóvenes la principal función de la web es comunicacional, es estar comunicados con sus amigos,

“Internet ha generado nuevas formas de sociabilidad juvenil (...) en los años noventa, con la gradual expansión de Internet, no sólo los temas de conversación se ampliaron, sino que cambió sustancialmente la naturaleza del diálogo: la interacción es en simultáneo, a través de múltiples pantallas, en tiempo real y sin necesidad de presencia física”. (Morduchowicz, 2012:11)

Marcelo Urresti, Joaquín Linne y Diego Basile (2015) plantean, desde una visión positiva e idílica, que lxs jóvenes son protagonistas privilegiadxs por ser lxs primerxs en adoptar los cambios. Son grandes consumidores de novedades y generadores de nuevas prácticas, tensionando el alcance de las herramientas y partiendo de un espíritu cooperativo y desinteresado. Poniendo en cuestión esta caracterización, nos interesa adentrarnos en *lo que hacen* lxs jóvenes correntinxs en relación a las tecnologías, para acercarnos a partir de allí a sus percepciones en torno a sus prácticas cotidianas (vinculadas a las organizaciones en las que participan) y los sentidos que le atribuyen.

“La pregunta por los usos de las tecnologías, constantemente novedosas y configuradoras de nuevas prácticas sociales, es una pregunta por la relación de un sector específico, etario, social y territorial, con las condiciones cambiantes de representación y comunicación de la realidad que les toca vivir con los otros, ante los otros, y en medio de disputas de sentido” (Murolo, 2014:53)

Néstor García Canclini (2004; Urteaga y García Canclini, 2017) realiza variados aportes sobre consumos juveniles caracterizando el uso de tecnologías, los nuevos hábitos de estudio y de uso del tiempo libre y de elaboración del tiempo biográfico, en comparación con generaciones adultas. Él destaca que, si bien no existe un único modo de ser joven, los múltiples modos de serlo poseen elementos comunes: por un lado, la relación con las tecnologías, sobre todo las digitales, aunque la apropiación sea diferente según clases sociales, niveles educativos, usos de tecnologías.

“Hay un acceso masivo (...) un acceso deslocalizado o translocalizado, que incluye muchas descargas libres, en el que se da una relación con los bienes culturales y con los otros muy distinta a las que se daba en el pasado” (Urteaga y Canclini, 2017:13).

Otro elemento que García Canclini identifica es la mayor iniciativa y capacidad de organizar la vida en forma distinta a generaciones adultas; y finalmente, la precariedad como aglutinante de la juventud, pensada desde la edad, que se contrapone con generaciones más adultas que aún cuentan con un trabajo estable, un seguro social, o médico, *“o esta condición extraña de todavía ir perteneciendo a algún pedazo del Estado de Bienestar”* (p. 14)

En esta misma línea, pudo identificarse una escasa producción por parte del GT de CLACSO “Juventud y Nuevas Prácticas Políticas en América Latina” en relación a lxs jóvenes en espacios digitales, siendo en su mayoría trabajos que problematizan la participación política de jóvenes vinculados a partidos políticos y a espacios auto-gestionados, a expresiones estéticas y artísticas de jóvenes, a movimientos juveniles y a subjetividades en espacios físicos no-digitales. Sin embargo, sus resultados son interesantes, ya que en las investigaciones orientan la mirada hacia el reconocimiento de las producciones y negociaciones de sentidos y prácticas desde lxs jóvenes,

“para mirar hacia los procesos de constitución de sus subjetividades y formas de organización y participación social disruptivas, alternativas y alterativas respecto de lo establecido. Esto, con el fin de poner a prueba la hipótesis que sostienen que los

rasgos característicos de la juventud actual son la apatía, el desinterés, el individualismo y el consumismo...” (Alvarado, Borelli, Vommaro, 2012:5)

En el Congreso de Jóvenes, Medios e Industrias Culturales, el eje sobre *Juventudes y TIC* se propone como un ámbito para trabajar en torno a los modos en que los sectores juveniles se apropian de las tecnologías para hacer circular sus voces, indagar en las posibilidades y limitaciones en la producción de mensajes propios y la reproducción de agendas existentes, abordar los vínculos con los dispositivos, plataformas web, medios sociales, lenguaje multimedia y nuevas formas de participación y de sociabilidad, analizando en la Soberanía digital.

En el Congreso de Comunicación/Ciencias Sociales desde América Latina (COMCIS) el eje de *TIC y empoderamiento* convoca a discutir, por un lado, sobre nuevos modos de conocer, participar y estar juntos; y por otro, sobre la circulación de la información, nuevas temporalidades y espacialidades, nuevos modos de producción, cambios culturales, las subjetividades y los territorios virtuales.

Desde la Red de investigadores/as en Juventudes de Argentina (ReIJA) aparecen problematizados los cruces entre jóvenes, comunicación y tecnologías. Allí se identificó que a lo largo de los encuentros de la RENIJA (la Reunión de dicha Red) se logró una superación de lo tecnológico con la novedad. En este sentido se produjo un desplazamiento de las lecturas de lo tecnológico como parte o disparador de lo novedoso, para pasar hacia la comprensión de los procesos, la mirada de las continuidades o los cuestionamientos a aquellas lecturas iniciales. A su vez se identificó la emergencia de relaciones de interpelación en las que lxs jóvenes se constituyen en sujetos de voz, en relación a los medios de comunicación tradicionales, aludiendo al empoderamiento de los mismos. También aparece como transversal la pregunta por los modos de relacionarse, atravesados por posibilidades diferenciales de acceso y uso de las TIC, para comprender las formas de socialidad mediadas por tecnologías y el impacto en las trayectorias de lxs jóvenes. (Chomnalez y Palazzo, 2014)

De estas sistematizaciones surge que existen dos grandes ejes temáticos sobre los cuales se asientan discusiones sobre jóvenes, comunicación y tecnologías. Un primer eje centrado en las “construcciones discursivas sobre los jóvenes” y otro eje que articula

trabajos en torno a “usos, consumos y producción de discursos sobre y a partir de las TIC”. Nuestra apuesta está orientada en este segundo eje, en tanto coincidimos con algunas preocupaciones que allí se abordaron, como las formas de socialización vinculadas a las TIC, “*pensando al espacio virtual como ambiente que se imbrica en la cotidianeidad e impacta en los modos de relacionarse de los sujetos*” (Chomnalez y Palazzo, 2014:103)

Socialización política y espacios digitales

Martín Barbero (1991), en el libro clásico *De los medios a las mediaciones*, da cuenta citando a Daniel Bell, cómo irrumpe en tanto “nueva revolución” la sociedad de masas (sociedad de consumo) en los Estados Unidos, dejándonos ante un panorama donde ni los nostálgicos del viejo orden para quien la democracia es el fin de sus privilegios, ni los revolucionarios todavía apostados en la óptica de la producción y la lucha de clases entienden verdaderamente lo que está pasando:

Que lo que está cambiando no se sitúa en el ámbito de la política, sino de la cultura, y entendida no aristocráticamente, sino como “los códigos de conducta de un grupo o de un pueblo”. Es todo el proceso de socialización el que está transformándose de raíz al cambiar el lugar desde donde se mudan los estilos de vida. Hoy esa función mediadora la realizan los medios de comunicación de masas. Ni la familia, ni la escuela –viejos reductos de la ideología– son ya el espacio clave de la socialización, “los mentores de las nuevas conductas son los films, la televisión, la publicidad”, que empiezan transformando los modos de vestir y terminan provocando una metamorfosis de los aspectos morales más hondos” (Martín Barbero, 1991: 44)

La cuestión de los medios de comunicación de masas como agentes socializantes merece una revisión, considerando que las transformaciones tecnológicas y por ende las prácticas de consumo y producción de sentido, han cambiado radicalmente con la digitalización de la información.

José Antonio Alcoceba Hernando (2013) atendiendo a las perspectivas y escenarios para la socialización y la participación de jóvenes con las tecnologías realiza un panorama

sobre cómo influye la incorporación de TICs a las distintas instancias de socialización (ámbito familiar, sistema educativo, grupo de pares, medios de comunicación, participación juvenil). Su principal aporte radica en plantear que los procesos de socialización juvenil están incorporando las tecnologías a sus actividades cotidianas, en un “modelo de complementariedad aumentada” (superación espacial y temporal de las relaciones, acceso a información y medios en diferentes soportes) al mismo tiempo que facilitan nuevas formas de intervención y apropiación social en los distintos ámbitos, lo cual era impensado sin las TICs.

Martín Echeverría y José Antonio Meyer (2017) abordan nuestro objeto de estudio a partir de una investigación en jóvenes de clase media en México.¹¹ A partir de los resultados de Encuestas Nacionales de Juventud aplicadas en 2010 y 2012, realizan cruces y correlaciones entre las variables de usos y disponibilidad de medios de comunicación, acceso a internet, participación política e interés político. Entre los resultados destacan que la frecuencia de conexión a internet no parece vincularse con la relevancia de la participación política o el interés por ella, sino que prevalecen usos orientados a establecer vínculos sociales (chatear, enviar mails) o buscar entretenimiento (consumos culturales) antes que buscar información política o participar de la política. Otro resultado interesante de este trabajo es que las personas que “participan” no necesariamente reconocen que Internet ha sido un medio del que pueden obtener aprendizajes.

“Al comparar las distintas agencias que se reconocen como lugares de aprendizaje, observamos que de los que han participado, el 37% reconoce que de la escuela han aprendido más sobre política, 22% de su casa y el 21% de los medios. Sólo el 2% de los que han participado reconocen haber aprendido lo más importante de política en Internet”
(Echeverría y Meyer, 2017, p. 44)

También resultó relevante para nuestra investigación el trabajo desarrollado en España por Ángel Gordo López, Albert García Arnau, Javier de Rivera y Celia Díaz-Catalán (2018) sobre itinerarios de socialización y desigualdades en los entornos digitales. Estos

¹¹ El proyecto de investigación se tituló “*Jóvenes y política ¿hacia una nueva cultura democrática? Creencias políticas autoritarias y democráticas en la juventud mexicana*”, realizado en 2016 por el grupo Comunicación Política y Ciudadanía en la transición democrática de México, del Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico, BUAP, México

autores, miembros del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, dan cuenta de un cambio de perspectiva respecto el abordaje de las tecnologías como un uso “adictivo” o “dependiente”, que podía asociarse al consumo de drogas o alcohol y por lo tanto era considerado como un consumo problemático. Al (re)insertarse el abordaje desde lo positivo de la cuestión tecnológica los esfuerzos se orientaron en identificar los riesgos y oportunidades del uso de tecnologías para el desarrollo de la persona.

Desde un abordaje cualitativo, hacen un recorrido por las transformaciones en los modelos de socialización en entornos digitales, indicando cómo permiten ampliar (o no) el capital social. Plantean que la llegada de plataformas digitales y redes sociales supuso pasar de un consumo familiar de la televisión en un espacio compartido del hogar, al consumo de televisión y otros dispositivos y aplicaciones de forma individual (videoconsolas, redes sociales, Whatsapp...) aunque no necesariamente en estancias separadas. Retoman la frase “*vivir juntos pero separados*” (Livingstone y Sefton-Green, 2016) para expresar los procesos de individualización que acompañan a estas tecnologías, y la importancia de esto en la transmisión de pautas y valores. Sus principales aportes derivan en identificar a la desigualdad social como el principal riesgo de la socialización digital y a la vez presentan una tipología de vínculos posibles entre jóvenes y tecnologías en relación a los procesos de socialización: lxs sobre-identificadxs; lxs desconectadxs, lxs tecnoresilientes (Gordo López, et al, 2018).

Lxs jóvenes tienen en la web social su espacio de comunicación, socialización y acción privilegiado. Se trata de un escenario de fronteras difusas, que les permite contactarse con otros/as, desde la deslocalización, más allá de cualquier espacio y gobierno (Feixa y Fernández Planells, 2014). En esta línea, Luciano Galup (2019) señala cómo las redes sociales se han convertido en una presencia permanente en la vida de la mayoría de los ciudadanos: “*para la mayoría de los latinoamericanos, las redes sociales son la principal fuente de consumo de información, de participación política y de socialización*” (pag. 20)

Entre las tesis presentadas en el Doctorado en Comunicación (UNLP) consideramos que uno de los antecedentes recientes más importantes es el trabajo desarrollado por Mariano Vázquez (2017), titulado “Emergencia, estabilización y declive de la EPV. Caso El Famatina no se toca”. Allí el autor propone a la esfera pública virtual “*como un modo de abordaje de las interacciones en la web y en internet pero que tiene la pretensión de extenderse y mixturarse con las interacciones cara a cara en el territorio donde tienen*

lugar los acontecimientos”. Este aporte resultó fundamental para la estrategia metodológica de nuestro trabajo, dotando de claridad al abordaje del referente empírico marcado por la digitalización y las fronteras porosas, en complementariedad con los espacios cara a cara, a pesar de tratarse de un objeto distinto al nuestro, en tanto el suyo se reviste a partir de la configuración mediática de un desacuerdo, y aquí se aborda el proceso de socialización política juvenil en entornos digitales.

A su vez ese trabajo nos permitió tensionar el tono de nuestro marco teórico, en tanto aportes para la conceptualización del espacio público. Vázquez plantea que su posicionamiento queda emplazado en lo “virtual” en desmedro de lo “digital” o lo “online”, tratándose en el primer caso de una característica técnica y en el segundo para no desestimar el carácter de complementariedad de lo online/offline; mientras que nosotros, tal como expusimos unas páginas arriba, hicimos una opción por lo digital.

Si bien todos los trabajos recuperados en el estado del arte no abordan nuestro objeto de investigación, nos permiten contextualizar al tema/problema. Hacen referencia al mapa de las discusiones y al nuevo escenario que intento esbozar, donde el eje central estará puesto en los procesos de socialización política juvenil, y en cómo inciden en este proceso el contacto con los espacios digitales. Considero necesario encarar este estudio, atendiendo a las transformaciones en las estructuras comunicacionales, a las potencialidades y limitaciones para asumir una voz propia dentro de “las redes”, y a los modos de vincularse que dichas redes posibilitan.

La ciudad de Corrientes como contexto.

Rossana Reguillo (2012) destacaba hace unos años que los jóvenes latinoamericanos se configuran como actores sociales en un entramado complejo, sistémico y multidimensional signado por el repliegue del Estado benefactor, la fuerza creciente del mercado, la irrupción de los medios de comunicación, el descrédito de las instituciones, la globalización, la migración, el narcotráfico y crimen organizado. Frente a esto, planteaba que *“el contexto... deviene así el texto principal que orienta el proceso de configuración de la condición juvenil”* (2012:13). En esta misma línea, aunque atendiendo puntualmente a la situación argentina, Florencia Saintout (2009) planteaba que la crisis estructural que se observa en occidente *“contiene en nuestro país la*

destrucción, si no total, de una enorme magnitud del modelo de Estado que al menos desde la década del 40 había operado como marco de cohesión social” (p.33), y esto trae aparejada una experiencia de vulnerabilidad e incertidumbre, marcada por procesos estructurales de exclusión y *desciudadanización*. Por lo tanto, al preguntarnos por lxs jóvenes correntinxs, nos es útil partir de ciertos elementos contextuales que nos permitan leer sus acciones y discursos.

En el plano nacional, la Encuesta Nacional de Jóvenes (ENJ, 2014) fue el primer estudio específico sobre la población joven realizado por el Sistema Estadístico Nacional. Se encuestaron a 6.340 jóvenes en todo el territorio nacional, considerando a varones y mujeres residentes en centros urbanos de dos mil (2000) o más habitantes. El diseño muestral fue probabilístico y multietápico y se realizó de manera asociada a la Encuesta Anual de Hogares Urbanos (EAHU). En esta encuesta, uno de los ítems abordados que más nos llama la atención con vistas a nuestro trabajo, refiere a la participación social de los y las jóvenes entre 15 y 29 años, que se identificó como *baja*, por no decir *escasa*. Un 12% de los jóvenes encuestados remarcó haber participado en el último año en actividades en una iglesia o templo; un 4,3% en una agrupación estudiantil y un 3,9% en una ONG (ENJ, 2014).

Para contextualizar la participación en entornos digitales, necesitamos reconocer primero las posibilidades y dificultades de acceso y conectividad. En el informe *Digital Yearbook 2018* de la agencia We Are Social se releva que, en Argentina, ante una población de 44.48 millones de habitantes, los usuarios de internet son 34.79 millones (penetración del 78%) y 34 millones de ellos son usuarios activos de medios sociales (penetración del 76%). Si observamos indicadores sobre acceso a Internet Banda Ancha, Argentina se ubica entre los países de la región con mayor cantidad de usuarios conectados (7 de cada 10 argentinos)¹², aunque la calidad de la conexión y redes 3 y 4G sean lentas.

En el informe técnico sobre “Acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación. EPH”¹³ se relevó que en lo que refiere a uso de bienes y servicios TIC

¹² Los datos se desprenden del Informe Estado de la Banda Ancha en América Latina y El Caribe 2016, de CEPAL, cuyos extractos fueron publicados en el diario Clarín el 12/09/2016. Disponible en https://www.clarin.com/tecnologia/tech/Internet-Argentina-usuarios-queda-calidad_0_SJHghp4h.html

¹³ El mismo corresponde al cuarto trimestre de 2017. Disponible en https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mautic_05_18.pdf

(celular, computadora y/o internet) los jóvenes entre 18 a 29 años afirman utilizar internet (89%), computadora (55,2%) y teléfono celular (94,8%), haciendo evidentes usos individuales y móviles. En ese mismo informe se remarca que en la Provincia de Corrientes el 60,5% de los hogares cuenta con computadora, y un 80% con acceso a internet, siendo la región del nordeste argentino (NEA) una de las más desconectadas en relación a otras regiones del país. Además, según datos del INDEC (2016) en la Provincia de Corrientes más de 33mil organizaciones tienen acceso de Internet¹⁴.

Más allá de estas cifras, en lo que refiere al acceso a internet es posible identificar ciertas dificultades que nos colocan ante distintas brechas digitales: aquella vinculada a los componentes estructurales tecnológicos, de tendidos eléctricos y materiales; brechas generacionales, que nos dicen que los “nativos digitales”¹⁵ tienen mayores facilidades de acceso y manejo que los “inmigrantes digitales”; brechas de alfabetización digital, que nos incitan a observar más allá de lo etario, cuáles son las habilidades y prácticas de uso efectivo de las distintas aplicaciones digitales. Por esto en el trabajo nos preguntamos por apropiación de tecnologías en el marco de procesos de socialización política.

Ante este panorama nacional, nos interesa detenernos brevemente a caracterizar al contexto local, donde realizamos nuestra investigación. La ciudad de Corrientes se ubica en el NEA, siendo la más antigua de esta región. El último censo realizado en 2010, registra que Corrientes cuenta con 358.223 habitantes¹⁶, de los cuales se estima que casi el 1/3 del total son jóvenes entre 15 y 30 años¹⁷ (103.141 habitantes).

Para una caracterización más actualizada de las condiciones estructurales en que viven los y las jóvenes en Corrientes, recurrimos a informes técnicos del INDEC. En el informe

¹⁴ Según el Informe del INDEC “Accesos a Internet. Primer trimestre de 2016”, 33.440 organizaciones (aludiendo a empresas privadas, organismos de gobierno, profesionales en el ejercicio de su actividad, ONGs, escuelas y universidades) tenían acceso a Internet en Diciembre 2015 en la Provincia de Corrientes. Cabe considerar que la mayor cantidad de ellas se ubican en la Ciudad de Corrientes Capital, donde efectuamos el trabajo de campo. Disponible en http://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/internet_06_16.pdf

¹⁵ Concepto sugerido por Marc Prensky (2001) ampliamente discutido, por su incapacidad para dar cuenta de las especificidades de cada contexto en que las tecnologías digitales son puestas en uso.

¹⁶ Según los últimos datos del INDEC (2010) disponibles en http://www.indec.gov.ar/ftp/censos/2010/CuadrosDefinitivos/P2-D_18_21.pdf

¹⁷ Si bien existen discusiones sobre cuál es el recorte etario apropiado para hablar de jóvenes, se debe remarcar que en los informes técnicos del INDEC aparecen fraccionados los rangos etarios de dos modos: 1) en los indicadores demográficos por décadas: hasta 9 años; de 10 a 19; de 20 a 29; y así sucesivamente. Y 2) en los indicadores socioeconómicos considerando a personas de 14 años y más, atendiendo a fracciones mayores: hasta 29 años; hasta 60 años, y así sucesivamente. En nuestra investigación consideramos jóvenes a las personas entre 15 y 30 años, siguiendo las definiciones de la OAJNU.

sobre incidencia de la pobreza y la indigencia en 31 conglomerados urbanos (primer semestre 2019), a nivel general el NEA aparece como la región más pobre del país (42,4% de las personas son pobres y el 11,2% son indigentes). En dicha región, Corrientes (con el 41,4% de personas pobres y el 11,2% de indigentes) se ubica en segundo lugar detrás del Gran Resistencia¹⁸ (46,9% de personas pobres y 15,9% indigentes).

Por otro lado, revisamos el Informe del INDEC sobre mercado de trabajo e indicadores socioeconómicos, con datos referidos al tercer y cuarto trimestre del año 2017, provenientes de la Encuesta Permanente de Hogares (EPH)¹⁹. Allí se evidencia que en Corrientes no existen grandes diferencias entre la población total de mujeres y varones (52,5% y 47,5%, respectivamente), aunque los índices muestran menores accesos a trabajo y ocupación por parte de las mujeres. Analizando distintos indicadores referidos al rango etario entre 14 a 29 años, se registra que la tasa de actividad en mujeres es del 27,9%, mientras que en varones es del 38,4%. Asimismo, la tasa de empleo indica que el 26% de las mujeres posee un empleo, mientras que el porcentaje en varones asciende a 34,8%.

Estas cifras del año 2017 se invierten respecto de la tasa de desocupados, donde un 9,3% de varones no consigue trabajo, ante un 6,6% de mujeres desempleadas. De hecho, en la prensa local fue noticia a finales del año 2018, puesto que la ciudad de Corrientes aparecía como la quinta ciudad del país con la desocupación más alta entre los jóvenes varones donde la tasa de desempleo prácticamente se había duplicado respecto relevamientos anteriores, alcanzando el 18,5%.²⁰

Atendiendo a los datos del tercer trimestre 2017 sobre el nivel educativo alcanzado por la Población Económicamente Activa (PEA), se registra que en Corrientes el 36% posee secundaria completa, un 11,9% tiene estudios universitarios incompletos y el 29,7% alcanzó a finalizar los estudios universitarios. A su vez, el 0,5% de la PEA aparece como sin instrucción. Estos indicadores resultan relevantes, dado que, en el NEA, Corrientes se presenta como una ciudad de carácter “universitaria”, y de hecho la mayoría de nuestros

¹⁸ Así se denomina al aglomerado urbano que abarca las ciudades de Resistencia, Barranqueras, Fontana y Puerto Vilelas.

¹⁹ Informes Disponibles: Tercer trimestre:

https://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/indicadores_eph_3trim17.pdf y cuarto trimestre

https://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/EPH_cont_4trim17.pdf

²⁰ Corrientes, quinta ciudad del país con la desocupación más alta entre los jóvenes, disponible en <https://www.ellitoral.com.ar/corrientes/2018-12-22-4-0-0-corrientes-quinta-ciudad-del-pais-con-la-desocupacion-mas-alta-entre-los-jovenes>

entrevistados y entrevistadas indicaron encontrarse trabajando y/o estudiando. Aquí se asientan la Universidad Nacional del Nordeste (pública), la Universidad de la Cuenca del Plata (privada) entre otras opciones de Institutos Superiores de Formación Docente e institutos terciarios privados, así como universidades privadas con ofertas de educación a distancia y/o semipresencial (Universidad católica de Salta, Siglo XXI, Kennedy).

En lo que refiere a aspectos vinculados a la cultura política, la ciudad de Corrientes, Fundada el 3 de abril de 1588, cuenta con más de 430 años de historia y es a menudo caracterizada como constitutiva con una matriz conservadora en lo que refiere a prácticas políticas y clientelares. De hecho, Laura González Foutel (2014) releva que autores como Pérez Lindo, 2001; Guber, 2001; Canevaro, 2002; Behrend, 2003; 2005; Ojeda, 2011 dan cuenta del clientelismo y el caudillismo de los partidos políticos, como los rasgos más sobresalientes de la cultura política, históricamente presentes en la provincia.

La crisis política y social que se vivió en el país durante el 2001 –condensada en el grito de “que se vayan todos”-, tuvo una antesala en Corrientes durante 1999. Desde junio de ese año se llevó adelante un acampe en la Plaza 25 de Mayo de la ciudad, liderado por grupos de trabajadores estatales y autoconvocados, llamándola como “plaza del aguante” o “plaza de la dignidad”. González Foutel (2014) indica cómo esta movilización social se manifestó contra ciertos rasgos de la cultura política dominante, y dio pie al surgimiento de distintas organizaciones de la sociedad civil, con ciudadanos nucleados en torno a organizaciones de base territorial y comunitaria.

Las relaciones entabladas entre estas organizaciones de la sociedad civil y el Estado se perfilaron distintas, algunas con un carácter supletorio, otras, cooperativas, y otras conflictivas y confrontativas. De esta manera, en la arena pública, los vínculos se articularon en distintas pujas por participar, incidir e instalar nuevos canales de debate, consulta y participación, construyendo discursos y prácticas que influyen en los modos de conducción, distribución y gestión de las políticas públicas. (González Foutel, 2014:7)

De esa época en adelante se fueron consolidando diversas organizaciones en la ciudad, como respuesta a un “Estado en retirada” que se daba a nivel nacional (Bombarolo, F. y Fernández, J., 2002, p. 17).

A partir de datos obtenidos mediante el Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad²¹ (CENOC), pudimos conocer la radiografía de OSC en el país y en la provincia. En Corrientes hay más de quinientas organizaciones registradas -vale mencionar que el registro es voluntario-, listado donde se hace palpable la heterogeneidad del ámbito: existen fundaciones, ligas de fútbol, ligas de amas de casa, cooperativas, grupos comunitarios, comisiones vecinales, asociaciones de estudiantes, asociaciones de jubilados, centros deportivos, cáritas, comedores comunitarios, pastorales evangélicas y cristianas, entre otras denominaciones. Allí aparece la Organización Argentina de Jóvenes para las Naciones Unidas, OAJNU, aunque la organización TECHO no está registrada, lo que podríamos justificar dado el carácter internacional de dicha organización y el hecho de no haber surgido en Argentina sino en Chile.

Actualmente en la ciudad de Corrientes existen variadas expresiones de presencia de jóvenes agrupados. Algunos jóvenes se vinculan entre sí a partir de religiones, como el movimiento Mallín, la juventud masculina de Shoentatt, la Red Juvenil Ignaciana; Otros vinculados a redes internacionales de jóvenes como los Clubes Leo, o la Cámara Junior Internacional (JCI, por sus siglas en inglés); También existen ramas juveniles de partidos políticos, como Juventud radical, Juventud Pro, La Cámpora, JP Descamisados, la Federación Juvenil Comunista de Argentina (“La Fede”); Organizaciones feministas, como Vivas y Libres nos Queremos, colectivo de mujeres, El hígado de dios, y organizaciones que promueven problemáticas más amplias vinculadas a educación o desarrollo comunitario, como Fundación Sí, OAJNU, o TECHO. Algunas de estas agrupaciones fueron estudiadas desde el equipo de investigación de manera comparada, indagando en los modos de socialización política que se habilitan en cada ámbito.

A partir del proyecto de investigación marco, realizamos un relevamiento de las organizaciones existentes en la ciudad de Corrientes. En ese primer acercamiento pudimos dar cuenta cómo en su mayoría son organizaciones de adultos para jóvenes, o que nacen con una lógica adulto-céntrica, donde lxs jóvenes aparecen como los “protagonistas” y son quienes llevan adelante las actividades, pero tienen poco margen de maniobra. En otros casos las organizaciones no son pensadas para jóvenes, y sin embargo participan muchos de ellos, donde los objetivos de la organización están puestos en pos de la sociedad. En la mayoría de los casos son considerados como “jóvenes”

²¹ <https://www.argentina.gob.ar/desarrollosocial/cenoc>

aquellas personas entre 13 y 30 años. Desde las organizaciones plantean que los mismos se distancian de estos espacios (organizaciones) cuando se reciben de grado, forman familia propia, o se van a vivir solos o lejos. Es decir, son espacios para un momento puntual en la trayectoria vital.

Estos espacios en su mayoría son considerados ámbitos que promueven la formación “para la vida”, involucrando a lxs jóvenes en actividades altruistas, y en la gestación y gestión de proyectos que beneficien a la sociedad en general. Hay una idea de ciudadano modelo: solidario, comprometido, que participa... que orienta las acciones. En algunos casos la religión aparece como un factor aglutinante y en su mayoría hay valores que se hacen explícitos como significativos para cada organización: voluntariado, responsabilidad, formación ciudadana, participación, compromiso, educación, democracia, ciudadanía... También hay una intención de ayudar a lxs jóvenes en su formación vocacional donde mediante su participación en la organización lxs jóvenes van “descubriendo” qué les gustaría ser: administradorxs, asistentes sociales, abogadaxs, docentes, etcétera.

En los últimos años desde el Estado se buscó la vinculación con estas organizaciones, en particular por la “llegada a terreno” que las mismas gestionan y como una vía de acceso a ciertos ámbitos vetados para la política partidaria. Ejemplo de ello son los esfuerzos que desde la municipalidad de la ciudad de Corrientes²² realizaron para la conformación de la red de ONGs, en cuyas mesas de trabajo participaron tanto TECHO como OAJNU. Esto aparece como una interpelación que no pasa inadvertida por las organizaciones que aquí analizamos, por lo que estos vínculos aparecerán durante el análisis en los próximos capítulos.

Problematización.

La problemática que me interesa abordar es cómo son los procesos de socialización política de jóvenes integrantes de organizaciones de la sociedad civil en la ciudad de Corrientes (Techo y la Organización Argentina de Jóvenes para las Naciones Unidas,

²² Durante la gestión de Fabián Ríos (intendente) y Any Pereyra (vice-intendente) por el ciclo 2013-2017, se conformó una red de organizaciones, promovida desde la viceintendencia municipal, con el objetivo de generar un espacio que permita trabajar en red en proyectos que puedan ofrecer respuestas a largo plazo, y “salirse del asistencialismo”. Ver “Convocan a las ONGs de la ciudad para trabajar en red” <http://diarioepoca.com/613749/convocan-a-las-ong-de-la-ciudad-para-trabajar-en-red/>

“OAJNU”) con la mediación de los espacios digitales (Páginas web oficiales de cada organización, Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp), tomando en consideración su complementariedad con los espacios presenciales. El recorte temporal que comprende el estudio es el período 2016-2017. Esta discusión se enmarca en la línea de trabajo e investigación de Comunicación, Sociedad y Cultura que tiene el Doctorado en Comunicación de la UNLP, ya que se abordará la relación de la vida cotidiana con las tecnologías, como así también las prácticas que los sujetos jóvenes emprenden juntos en organizaciones.

Objetivos

General:

Comprender las maneras en que lxs jóvenes en dos organizaciones de la sociedad civil (OSC) de Corrientes se apropian y representan los espacios digitales en el marco de sus procesos de socialización política.

Específicos:

- a. Describir cómo los (y las) jóvenes integrantes de organizaciones de la sociedad civil perciben las interrelaciones entre los espacios digitales y los espacios presenciales en relación a la organización social.
- b. Analizar y comparar cómo los (y las) jóvenes integrantes de organizaciones de la sociedad civil representan sus aprendizajes de la política en relación a las prácticas y apropiaciones de los espacios digitales.
- c. Indagar cuáles son y cómo operan los imaginarios tecnológicos en los discursos de los (y las) jóvenes respecto las prácticas que llevan a cabo en las OSC TECHO y OAJNU.
- d. Analizar los imaginarios sobre el espacio público que los (y las) jóvenes construyen en su apropiación de los espacios digitales, a partir de sus discursos sobre lo político, la política, lo público, la democracia y la ciudadanía.

Preguntas

General:

¿Cómo los y las jóvenes miembros de organizaciones de la sociedad civil (OSC) de Corrientes se apropian y representan los espacios digitales en el marco de sus procesos de socialización política?

Específicas:

- a. ¿Cómo los y las jóvenes integrantes de organizaciones de la sociedad civil perciben las interrelaciones entre los espacios digitales y los espacios presenciales en relación a la organización social?
- b. ¿Cómo los y las jóvenes integrantes de organizaciones de la sociedad civil representan sus aprendizajes de la política en relación a las prácticas y apropiaciones de los espacios digitales?
- c. ¿cuáles son y cómo operan los imaginarios tecnológicos en los discursos de los y las jóvenes respecto las prácticas que llevan a cabo en las OSC TECHO y OAJNU?
- d. ¿Cuáles son los imaginarios sobre el espacio público que los y las jóvenes construyen en su apropiación de los espacios digitales, a partir de sus discursos sobre lo político, la política, lo público, la democracia y la ciudadanía?

Aportes al campo

Mediante el estado del arte fue posible advertir que aún no existen suficientes trabajos que aborden el problema de cómo los espacios digitales operan como ámbitos particulares en la socialización política de los sujetos jóvenes, y cómo estos mismos espacios les posibilitan pensarse como sujetos políticos, es decir en relación directa con la construcción de sus subjetividades políticas, problematizando sobre este espacio público particular. En este sentido, se considera que allí radicaría uno de los aportes desde este estudio.

Especialmente ahora cuando el discurso tecnologicista aboga por el poder de las personas con las tecnologías y las pantallas oblicuas se encuentran rodeándonos en todos los ámbitos (familiar, laboral, político, escolar, etc.), se pone interesante actualizar el debate sobre los procesos de socialización política en/con entornos digitales. Aquí

pretendemos aportar a dicho debate, preguntándonos desde los estudios culturales sobre las prácticas comunicativas en/con entornos digitales y, en última instancia, sobre los usos sociales de los medios.

Esta investigación de carácter interpretativo-hermenéutico se propone contribuir al estudio sobre culturas juveniles en la ciudad de Corrientes, indagando en los vínculos que los jóvenes establecen con la mediación de los espacios digitales en un espacio público local. Con este trabajo, por lo tanto, se pretende aportar datos y análisis contextualizados de los jóvenes en Corrientes, una de las provincias más vulnerables del nordeste argentino y del país.

CAPÍTULO 2 - Abordaje Teórico-Metodológico

Lineamientos Teóricos

Perspectiva sociocultural de la comunicación

En este estudio nos posicionamos desde un andamiaje teórico construido en torno a los estudios de las culturas juveniles en Latinoamérica, los estudios socio-culturales de la comunicación y la antropología de las juventudes (Reguillo, 2012, 2017; Martín-Barbero, 1983, 2006, Feixa y Nofre, 2012, Feixa, 2014; Saintout, 2012; Chaves, 2010), caracterizados por una perspectiva sociocultural de la comunicación. Florencia Saintout (2009) plantea que posicionarse desde esta perspectiva implica asumir un trabajo realizado en los márgenes de diversos saberes disciplinarios pero anclado en una trayectoria específica, que es la de los estudios en comunicación/cultura que

“permite a la comunicación “salirse” de la pregunta por lo que había sido su objeto prioritario –los medios masivos con sus efectos- para concentrarse en los modos de darle sentido a la vida de los actores sociales. Que se sitúa sobre una mirada específica, que es la que liga los procesos sociohistóricos de construcción de sentido, articulando comunicación, cultura y sociedad. La comunicación tiene que ver, así, con modos de estar juntos que implican unos sentidos específicos del mundo, pero sobre plataformas materiales e históricas determinadas. Se constituye en escenario de transformación de la sensibilidad, de la percepción social, de la subjetividad. Deja de estar dominada por la obsesión de pensar sólo en instrumentos, para reubicarse en las transformaciones de la vida cotidiana, los modos de sentir, de ver, de conocer, de congregarse” (Saintout, 2009, p.10)

Ubicarse desde allí posibilita analizar las prácticas de los jóvenes visibilizando las relaciones que se establecen entre estructuras y sujetos, entre control y formas de participación (Reguillo, 2012). Precisamente en estos cruces deben ser pensados los procesos de socialización política -en una apuesta por considerarla de manera

“especializada” (Benedicto y Morán, 2002; Morán, 2003)-, y los procesos de construcción de subjetividades políticas, entendiendo a la subjetividad como el lugar donde se cristaliza lo social, y a la cual se accede por el análisis de los discursos (los “relatos” o “narraciones” como dice Martín-Barbero) y de las prácticas.

Desde los estudios culturales latinoamericanos, diversos autores (Reguillo, 2012, 2017; Martín-Barbero, 2002, García Canclini, 2002) hacen foco tanto en los lugares desde los cuales se interpela a los jóvenes como en los distintos ámbitos de participación ciudadana, que se habilitan y clausuran en relación a ello. Desde esta perspectiva sociocultural, donde lo juvenil y la participación se cruzan, se indagan las redefiniciones de la ciudad en tanto espacio simbólico-comunicacional. Un ámbito donde pueden evidenciarse estas prácticas son las organizaciones de la sociedad civil, que se organizan en torno a demandas y valores.

“El intento de comprender los modos en que cristalizan las representaciones, los valores, las normas y estilos que animan a estos grupos (juveniles) es una apuesta que busca romper con ciertos esteticismos y al mismo tiempo con esa mirada epidemiológica que se impuso en las narrativas construidas en torno a y sobre los jóvenes (Reguillo, 2012:15)

Precisamente queremos correr nos de esos análisis epidérmicos, para ahondar en los modos en que vivencian los procesos de socialización política atravesados por los usos de tecnologías de la información y la comunicación, y específicamente de las tecnologías digitales.

Las categorías analíticas centrales en este trabajo son: juventudes - Socialización política – construcción de subjetividades políticas – apropiación - espacios digitales / espacio público extendido e imaginarios tecnológicos. Dichas categorías son consideradas como dimensiones de nuestro objeto de estudio (procesos de socialización política en/con entornos digitales) y se abordan en capítulos diferenciados, donde los lineamientos teóricos que se presentan a continuación serán retomados y ampliados a medida que se desarrolla el análisis.

Juventudes: rasgos y condiciones

Dentro de los estudios sobre juventudes, una de las frases más repetidas es la de Pierre Bourdieu (1980): *"La juventud no es más que una palabra"*. Sin embargo, es una palabra que al tornarse categoría analítica nos permite hablar de edades, condiciones socioeconómicas, intereses, prácticas, discursos, signos, apropiaciones, marcas territoriales, subculturas... Mariana Chaves (2010) destaca que esta palabra recurrente funciona como sustantivo identificando sectores sociales, como adjetivo para caracterizar (juvenil) y como verbo para nombrar procesos (juvenilizar).

Es una categoría que surge en el Siglo XX, para designar a una nueva etapa vital. Rosana Reguillo (2012) explica que la juventud, tal como hoy la conocemos, es propiamente una invención de la posguerra y que

"puede decirse entonces que son tres procesos los que otorgan una mayor visibilidad a los jóvenes en la última mitad del siglo XX: la reorganización económica, como resultado del aceleramiento industrial, científico y técnico, que implicó ajustes en la organización productiva de la sociedad; la oferta y el consumo cultural, y el discurso jurídico" (Reguillo, 2012:23).

Hace un par de años, el investigador catalán Carles Feixa ponía en duda si estamos ante "el fin de la juventud":

"En los albores del siglo XXI, ¿tiene sentido seguir hablando de la juventud como una etapa de transición cuando los ritos de paso son reemplazados por ritos de impasse y las etapas de transición se convierten en etapas intransitivas, cuando los jóvenes siguen en casa de sus padres pasados los 30, se incorporan al trabajo a ritmos discontinuos, están obligados a reciclarse toda la vida, retrasan la edad de la fecundidad e inventan culturas juveniles que empiezan a ser transgeneracionales? ¿Asistimos al fin de la juventud?" (Feixa, 2014:295)

Consideramos que no asistimos al fin de la juventud, sino que la misma se está redefiniendo y por ello es necesario clarificar las condiciones en que dicha categoría se produce y es reproducida. La juventud no puede ser pensada en términos de moratoria vital, como una instancia donde los jóvenes se preparan para un futuro prometedor,

porque ellos muestran de múltiples modos cómo anclan sus prácticas y sus significaciones en un “aquí y ahora” (Reguillo, 2012). Por eso, apostamos por mirar a los jóvenes en tiempo presente y no como “futuros adultos”, ya que, como dice Mariana Chaves (2010), eso lo hacen muy bien padres, docentes y funcionarios.

En efecto, por muchos años se analizaron las juventudes desde el aplazamiento, la cesantía y la moratoria, como un tiempo de espera, intermedio, en donde había cuestiones aún no resueltas que solo se saldarían con el paso a la adultez (Coleman y Husen, 1989; Keniston, 1970; Erikson, 1968; González y Caicedo, 1995). Las insuficiencias de estos postulados —que Balardini calificó como “no lugar entre la infancia y la adultez” (Balardini, 2000: 10)— han sido ya demostradas por numerosos autores (Balardini, 2000; Margulis y Urresti, 1996; Pérez Islas, 2000, Chaves, 2006). (Vommaro, 2015:106)

La literatura especializada indica que la juventud designa a una categoría relacional e histórica, que no se define de una sola vez, sino que depende de los contextos, y donde la noción de edad alcanza una densidad que no se agota en el referente biológico: entran en juego las auto-percepciones de los sujetos que consideramos “jóvenes” (Chaves, 2010; Reguillo, 2012; Feixa, 2014; Benedicto y Morán, 2002).

Por esta razón hay acuerdos en nombrarlas en plural, como "juventudes". Por un lado, para dar cuenta de la diversidad de modos de ser joven según cómo cada uno habita o se inserta en el mundo social -Al decir de Elizabeth Borelli (2014) "jovens com idades iguais vivem juventudes desiguais" (p.128) -. Por otro lado, hablar de juventudes permite eludir una generalización u homogeneización imposible de alcanzar. Por estas características se torna necesario poner el foco en las condiciones juveniles, enfatizando en cada ocasión de qué jóvenes hablamos, o qué jóvenes nos hablan.

“Parte de lo que complica la así llamada juvenología es que a la vez que los jóvenes aparecen como protagonistas de las transformaciones sociales – culturales, tecnológicas, o hábitos de vida-, no son un objeto reductible a una sola imagen, o a dos o tres, sino que está muy disperso lo que significa ser joven” (Urteaga y García Canclini, 2017:13)

Junto con Reguillo (2012, 2017) y Martín-Barbero (2002), los trabajos de Florencia Saintout (2011), Mariana Chaves (2010), y Pablo Vommaro (2012, 2015) son un puntapié en tanto se esfuerzan por conceptualizar de manera contextualizada las distintas juventudes existentes en Argentina, con trabajos de corte cualitativo. Considerando estas cuestiones, en este trabajo haremos una apuesta por indagar y caracterizar las percepciones de jóvenes, atendiendo a la imposibilidad de homogeneizar al grupo, y evidenciando las condiciones desde las que se posicionan como jóvenes ante el conjunto de la sociedad. Nos plegamos a la perspectiva propuesta por Chaves (2010) de

“pensar a la juventud como relación, al joven como posibilidad. Esto incluye todas las caras de la moneda, la posibilidad no es positiva en el sentido de “lo bueno” o “lo deseable” sino en el sentido del poder hacer, del reconocimiento de las capacidades del sujeto. Salirse de la medición de normalidad para explicar las lógicas de sentido y acción de los sujetos en contexto.” (Chaves, 2010:91)

Socialización y socialización política

La socialización puede entenderse como el proceso mediante el cual un sujeto adopta los elementos socioculturales de su entorno (normas, pautas de comportamiento, valores, etc.) y los integra a su personalidad para adaptarse a la sociedad (Mead, 1953), y para formarse una visión del mundo a partir de la construcción de una identidad y un sentido de pertenencia (Percheron, 1993, citada por Benedicto y Morán, 2002).

La juventud ha sido considerada en distintos momentos de nuestra historia reciente como un periodo clave destinado a la formación de las personas, en su transición hacia la vida adulta (Alcoceba Hernando, 2013). Sin embargo, la socialización es un proceso dinámico, permanente y complejo que no debe enmarcarse en los primeros años de vida de los sujetos (Piaget, citado por Benedicto y Morán, 2002). Reiteramos que no pensamos a la juventud como una instancia de moratoria social, como un “prepararse a” o “prepararse para” la vida adulta, ya que los jóvenes demuestran de múltiples modos cómo habitan en tiempo presente (Reguillo, 2012).

Annick Percheron (1993, citada por Benedicto y Morán, 2002) define a la socialización como aquel proceso de elaboración de códigos simbólicos que resulta de las

“transacciones” que se establecen entre el individuo y la sociedad. Benedicto y Morán (2002:52) plantean que hay cinco ideas fundamentales que se pueden resumir de los aportes de esta politóloga francesa a las conceptualizaciones sobre el proceso de socialización:

- 1) Es un proceso interactivo y multidimensional compuesto por las transacciones que tienen lugar entre los socializados y los socializadores. Hay negociaciones permanentes en cada ámbito.
- 2) La socialización es el desarrollo de una cierta representación del mundo, y sobre todo de mundos especializados como el político. Se trata de una construcción propia de cada individuo.
- 3) Es el producto de influencias pasadas y presentes de múltiples agentes de socialización.
- 4) Es una construcción lenta y gradual de un código simbólico: No se trata tanto de un conjunto de creencias y valores heredados, como de un sistema de referencia y evaluación de lo real que permite a los individuos comportarse de un modo u otro según la situación.
- 5) La socialización es un proceso de identificación, de construcción de una identidad, de una pertenencia y de una relación. Es asumir la propia pertenencia a ciertos grupos.

Estos elementos (negociaciones, representación del mundo, influencias de múltiples agentes, sistema de referencia y evaluación de lo real, sentido de pertenencia) nos permitirán indagar y analizar cómo se dan los procesos de socialización política entre estas/os jóvenes, y a la vez comprender las particularidades de “socializarse” en un contexto determinado, y atendiendo a los cambios socioculturales.

Desde un punto de vista, se interpreta a la sociedad como un conjunto de generaciones que conviven en un mismo presente. Todos tienen distintas fechas de nacimiento y trayectoria, y la complejidad de la experiencia social conlleva que sea un presente común y distinto a la vez, ya que cada camada de sujetos tiene diversos modos de percepción, apreciación y valoración frente a los estímulos que una época determinada les ofrece. Desde otro punto de vista, la sociedad puede ser vista como el resultado de tradiciones que se prolongan en el tiempo, y van siendo asimiladas por camadas de sujetos a medida

que transitan los procesos de socialización. Marcelo Urresti, Joaquín Linne y Diego Basile (2015) indican repertorios de instituciones, cosmovisiones e imaginarios que se traspasan de generación en generación.

“Este proceso de legado, socialización, incorporación y revitalización es un ciclo que se repite y permite entender el modo en que un determinado orden social tiende a reproducirse en el tiempo. En ese proceso de reproducción se insertan cambios parciales que afectan a las tradiciones legadas y, en ocasiones, las menos frecuentes, cambios radicales que suplantán tradiciones preexistentes por otras nuevas.” (Urresti, Linne y Basile, 2015:14)

Estos autores argentinos van a graficar cómo existen tres formas—que a menudo conviven en un tiempo/espacio- de relación con el pasado y el cambio social. En las sociedades tradicionales o conservadoras, por ejemplo, el pasado y sus costumbres adquieren un valor superlativo, por lo que las innovaciones son vistas como amenazantes, con un potencial desestabilizador. En este caso hay patrones muy lentos de evolución o cambio. Por otro lado, las sociedades modernas habilitan instituciones más dinámicas, donde los cambios son vistos como positivos e incluso ligados a la idea de progreso. Finalmente, en las sociedades hipermodernas, que serían más propias de nuestro tiempo, surgen invenciones científicas y técnicas que se suceden a velocidades inéditas. En este caso el cambio y la innovación son vistos como necesarios y aparecen como recursos valiosos.

“Con base a ello es que se puede afirmar que cada generación pertenece en cierto modo a una cultura diferente, en la medida en que el proceso de socialización se articula en códigos, destrezas y lenguajes que cambian con el paso del tiempo y producen realidades nuevas que descolocan a las generaciones previas y las alejan del control, y en extremo, de la comprensión misma del presente, lo que concluye con un desplazamiento hacia una forma de extrañeza equiparable a un exilio temporal” (Urresti, Linne y Basile, 2015:18)

Para este trabajo la categoría de socialización nos permite dar cuenta de los modos de relación que estos jóvenes establecen con las tecnologías y puntualmente con los espacios digitales, recuperando sus aprendizajes a partir de prácticas comunicativas, del uso y

apropiaciones de las mismas en términos de códigos, destrezas y lenguajes propios de la cultura juvenil contemporánea y situada.

Decíamos en el capítulo anterior que durante muchos años el proceso de socialización supuso agentes de socialización en un espacio doméstico (familia, medios de comunicación) y en un espacio extra-doméstico (escuela, grupos de pares), y que con la llegada de las tecnologías digitales el proceso estaba transformándose aceleradamente, haciéndose visible en la socialización juvenil.

Otra clasificación posible, atendiendo a los grupos de pertenencia, identifica los procesos de socialización primaria (familia) y secundaria (escuela/pares). En dichos procesos el contacto presencial, físico, mediante la comunicación cara a cara es fundamental. También aparece en este segundo grupo la socialización que se genera a partir de las relaciones del individuo con los medios de comunicación masiva (televisión, radio, prensa) como agentes socializantes. Esta última se relaciona con la transculturación y la integración de sociedades diferentes. Sin embargo, ante la creciente presencia de los espacios digitales en la cotidianidad del sujeto (la web, las aplicaciones de la telefonía móvil, etc.), ponemos en cuestionamiento la socialización en contextos no presenciales, donde los ámbitos globales y locales se funden.

Los primeros estudios sobre socialización estaban orientados a describir y comprender cómo los agentes de transmisión de “sentimientos, valores y normas” cumplen su misión en la promoción del orden social y participan en la adaptación del individuo a la sociedad; y más adelante los estudios se ampliaron para abordar el lugar que los medios de comunicación ocupan como agentes relevantes de socialización política en sociedades contemporáneas. (Benedicto y Morán, 2002; Berger y Luckmann, 1995). A lo largo del trabajo iremos profundizando sobre estas implicancias.

Para orientarnos sobre la **socialización política**, nos basamos en los desarrollos de Benedicto y Morán (2002), dos autores españoles que trabajan sobre construcción de ciudadanía juvenil. Ellos plantean que la socialización política refiere a aquellas prácticas que permiten *aprendizajes* de contenidos políticos, que promueven la construcción de ciudadanía.

Las prácticas sociales que generan aprendizajes de la ciudadanía no se dan únicamente en aquellos espacios definidos como “políticos” desde una concepción estrecha y excluyente de lo político: la llamada

política formal. Pero tienen que versar sobre temas que afecten a asuntos que tengan una incidencia clara en nuestra vida colectiva, en nuestras concepciones del bien común, en el modo en que creemos conveniente que se organice nuestra comunidad de pertenencia. Asuntos, en suma, que remiten directamente a la distribución y el ejercicio del poder político.” (Benedicto y Morán, 2002:73)

Esta noción de aprendizajes de la política, la complementamos con las conceptualizaciones realizadas por Bourdieu (1979) y por Fillieule (2012), para quien la socialización política es *“un proceso relacional y continuo de interiorización de esquemas de percepción y de acción relativos al mundo político o que forman parte de una relación política con el mundo social”* (Fillieule, 2012, citado por Dukuen, 2018:868)

Asimismo, desde una perspectiva bourdiana, *“la socialización política es considerada como un proceso de interiorización en los agentes de disposiciones políticas* (Bourdieu, 1979) entendidas como sentidos in-corporados de pensamiento, percepción y acción, que actúan como resortes subjetivos de prácticas políticas, formadas en experiencias de socialización en diferentes dominios sociales (familiares, escolares, político-partidarias, etcétera) y tramos de una trayectoria de clase o grupo” (Dukuen, 2018:868)

A partir de lo dicho, hay acuerdos con que el aprendizaje político es informal y latente, se da a lo largo de toda la vida, e involucra un componente cognitivo más una dimensión afectiva/evaluativa (Benedicto y Morán, 2002; Reguillo, 2017). Por ello la socialización implica aprendizaje no sólo en términos de información y conocimiento sino sobre todo por la conformación de una matriz de predisposiciones básicas.

“La propia posibilidad de la acción política se sustenta sobre un conjunto de creencias, normas, valores y percepciones de los individuos hacia la política, es decir, un conjunto interrelacionado de disposiciones básicas que constituyen la raíz fundamental a partir de la cual los sujetos perciben y reaccionan ante los estímulos políticos, construyen sus preferencias políticas y eventualmente se implican e actividades políticas. Precisamente lo que aquí nos interesa es indagar cómo se forman y configuran esos conjuntos de disposiciones básicas” (Benedicto & Morán, 2002)

Construcción de subjetividades políticas

En el capítulo anterior mencionábamos que en la literatura específica encontramos varias referencias a los procesos de socialización política y de conformación de subjetividades políticas como procesos complementarios, o dos caras de una misma moneda. Pensar al sujeto en relación con la política implica acercarse tanto a los contenidos subjetivos como a los dispositivos de poder que buscan un modo determinado de producción de sociedad y de sujetos (Martucceli, 2007; Martínez Pineda y Cubides, 2012).

Partimos de la comprensión de que el sujeto no es una esencia o una identidad fija o pre-establecida, sino que implica un modo de ser y de estar, una multiplicidad de acciones y posiciones y una producción social. (Martínez Pineda y Cubides, 2012; Pannunzio, 2016). Por lo tanto, la subjetividad se considera siempre en movimiento (Reguillo, 2017; Vommaro, 2012)

Según Martínez Pineda y Cubides (2012) se reconoce la doble connotación del sujeto, por un lado, socialmente producido por dispositivos y prácticas de poder, individuos y colectivos “sujetados a”, por otro lado, como producción subjetiva con capacidad de prefigurar, expresando las oposiciones, las resistencias, la creatividad y la capacidad de agenciar transformaciones. Lo cual permite definir a la subjetividad como el universo intrínseco del sujeto, de su producción social y de su producción política, como voluntad e intencionalidad de un sentido particular de existencia individual y colectiva.

La caracterización y modo de abordaje de las subjetividades políticas provienen en este trabajo principalmente de los aportes de María Cristina Martínez Pineda y Juliana Cubides (2012) para quienes *“la subjetividad política es producción de sentido y condición de posibilidad de un modo de ser, estar y actuar en sociedad; de asumir posición en ésta y de hacer visible el poder para actuar”* (Martínez Pineda y Cubides, 2012, p. 76). Estas autoras, presentan pistas conceptuales y metodológicas para abordar las subjetividades políticas en procesos investigativos. Desarrollan las ideas de “planos de fuerzas” (lo agenciante, lo potenciado, las resistencias), de las que nos valdremos en nuestro análisis (ver capítulo 4).

Apropiación de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)

Para valernos de un concepto de apropiación, nos remitimos a la sistematización realizada por Silvia Lago Martínez, Méndez y Gendler (2017), quienes realizan un

recorrido sobre diferentes acepciones dadas desde la década de 1990 hasta la actualidad. Estos autores sintetizan que

“el concepto de Apropiación de tecnologías suele remitir a la práctica de «hacer propio lo ajeno» y, por lo general, el foco está puesto en la forma en que individuos y/o colectivos acceden, aprehenden y dotan de sentido sus prácticas respecto a diversas tecnologías «no creadas por ellos» en el marco de contextos culturales, socioeconómicos e históricos diversos y desiguales. (Lago Martínez, et. al., 2017, pág. 78)

La cuestión de “lo ajeno” refiere a que la disponibilidad tecnológica proviene no de un proceso cultural endógeno, sino de un proceso adquirido y muchas veces impuesto por lógicas mercantiles. De esta forma, la apropiación refiere a las prácticas a través de las cuales los sujetos son capaces de realizar un uso competente de los objetos tecnológicos y adaptarlos creativamente a sus propias necesidades, en el marco de proyectos de autonomía individual y colectiva (Morales, 2009: 118)

Susana Morales y María Inés Loyola (2013) plantean que la apropiación presupone que previamente los sujetos, tanto individualmente como colectivamente, realizan en primera instancia una elucidación crítica sobre los condicionamientos económicos, sociales, políticos, ideológicos que acompañan la presencia de los medios de comunicación y las TIC en nuestros contextos inmediatos:

los actores sociales tomamos contacto con el complejo tecno-mediático en el que estamos inmersos y en la interacción con otros actores, desentrañamos su estructura, comprendemos sus significaciones, su impacto y su potencial, nos hacemos competentes en su uso, todo lo cual nos lleva a participar activamente en la producción de medios, mensajes y productos culturales, que contribuyen a desplegar nuestra creatividad, a ampliar y consolidar nuestros márgenes de autonomía. (2013:1)

Al observar las actividades cotidianas de grupos juveniles, Crovi Druetta (2013) plantea que para los jóvenes las TIC forman parte de un continuo tecnológico convergente con contenidos y lenguajes variados, en el cual entran y salen para comunicarse, estudiar, trabajar, entretenerse. En este sentido se producen apropiaciones de lo digital, como rasgo característico de este tiempo histórico: *“Debido a que implica una transformación cultural, la apropiación es el rasgo más abarcador de las matrices digitales”* (Crovi Druetta, 2013:221). Coincidimos con esta lectura, por ello tomamos a la apropiación de tecnologías como una de las dimensiones de nuestro objeto.

Espacio público ampliado

La participación social y ciudadana hoy no pueden entenderse sin las interrelaciones que posibilitan las TICs y los espacios digitales, en un mundo cada vez más globalizado e interconectado. La relación entre este espacio público ampliado o expandido y las tecnologías digitales configuran un nuevo espacio de acción e interacción, que se caracteriza principalmente por las tensiones entre los lugares tradicionales y dominantes de producción de sentido (como los medios masivos hegemónicos) y la emergencia de nuevas miradas, voces y formas de participación política (como las que posibilitan las redes sociodigitales digitales) (Galup, 2019; Saintout, 2011; Barbero, 2006; Reguillo, 2012, 2017)

“Muchas de estas nuevas características de la participación social requieren transformaciones cognitivas de los agentes implicados, especialmente aquellas que tienen que ver con el empoderamiento a través de la alfabetización tecnológica” (Alcoceba Hernando, 2013:2013)

“Estos movimientos, que van de lo digital a lo analógico, de lo festivo al análisis reflexivo, están conformados, constituidos por jóvenes que se mueven con comodidad entre la escala micro de la ocupación local y la apropiación de la web, con un cosmopolitismo que grandes corporaciones envidiarían” (Reguillo, 2017:9)

Florencia Saintout (2011) plantea que la generación actual de jóvenes es una generación socializada multimedialmente, que “aprende” o se alfabetiza simultáneamente en las gramáticas audiovisuales soportadas en diferentes medios y tecnologías que han ido transformando radicalmente el espacio público.

“Un espacio público que aparece para ellos con borraduras o redefiniciones en los límites que separaban lo público de lo doméstico, lo material de lo virtual. No es que es un espacio menos real, sino que tiene características distintas: no necesita de la presencia material de los cuerpos, se amplía a límites insospechados para las generaciones anteriores (el mundo “se achica”) y, fundamentalmente, puede ser una extensión del espacio doméstico cotidiano, aquel que es protagonizado por el nombre propio sin restringirse a éste.” (Saintout, 2011:55)

Las tecnologías de la información y la comunicación traen aparejadas nuevas formas de relación y de interacción. Aparecen escenarios digitales de encuentro, que facilitan la superación de las barreras espacio-temporales y que vienen a sustituir y/o complementar los tradicionales modelos de relación presencial en los que se basaban la conformación de grupos y los modos de representación al que el *mainstream* mediático nos tiene acostumbradas/os. Estos espacios para relacionarse suponen la superación de la presencialidad contigua (el cara-a-cara físico) a la hora de entender las relaciones entre jóvenes (Alcoceba Hernando, 2013), y nos abren paso a un espacio público extendido, cuya presencia múltiple no se deja leer desde la separación entre el espacio físico y el espacio virtual (Reguillo, 2017).

En este sentido nos resulta pertinente un llamado de atención que hace Reguillo (2017) para evidenciar que el concepto de “participación política” resulta insuficiente para comprender los procesos actuales de subjetivación. Para contrarrestarlo, propone indagar en la “producción de presencia” como un conjunto de procesos, dispositivos y estrategias simbólicas que los movimientos en red despliegan en los espacios digitales, generando contenidos, discusión y visibilidad, lo cual obliga a los medios tradicionales a retomarlos, modificando su agenda pública. Es decir, entran en juego lo que sucede en la red, lo que sucede en las calles y cómo los medios tradicionales los asumen.

“(…) son ante todo configuraciones políticas en red. Suponen la apropiación y el uso político de internet y la creación de redes de acción coordinada on/off line. Emergen como expresiones, procesos y prácticas que dan forma y visibilidad a múltiples y diversos malestares y agravios que se derivan del modelo tardocapitalista de desarrollo. Y se caracterizan por la conexión, el enlazamiento y articulación de subjetividades diversas que no habían encontrado – en el espectro de la política moderna – instancias de reconocimiento y participación.”
(Reguillo, 2017: 13)

Reguillo (2017) propone una serie de metáforas para indagar y analizar el *paisaje* que se genera a partir de las *superficies de inscripción digital*. En principio sugiere pensar al espacio-red como un proceso de *polinización*, es decir como un proceso de transferencia fecundante que ocurre a través de vectores de polinización, que pueden ser tanto humanos (personas, grupos, colectivos, organizaciones) como no humanos o tecnológicos (hardware, software, dispositivos, plataformas). Estos vectores transportan una cosa (refiriéndose a palabras, ideas, imágenes, etc) de un lugar a otro, donde esta cosa dará lugar a otras cosas. Hay distintos “nodos” (o posiciones sociales) que entran en juego y conexión en estas superficies de inscripción digital. Cada nodo *“constituye la expresión densa, histórica y política de una forma de entender y estar en el mundo (...) representa un punto de vista, una expresión, una voluntad de articularse a otros nodos y construir una voz colectiva”* (Reguillo, 2017:77).

“Llamo superficie de inscripción al espacio social y digital en el que las personas inscriben, a través de palabras, imágenes o gestos, sus imaginaciones y deseos, sus miedos y esperanzas, sus odios y afectos. El muro de Facebook, el perfil de Twitter o Instagram y los relatos efímeros de Snapchat operan como superficies de inscripción en las que nos jugamos el “yo” como un lugar de enunciación” (Reguillo, 2017:77)

Esta superficie de inscripción digital, cuyos factores son la velocidad, la inmediatez y la ubicuidad -características centrales de la comunicación digital (Scolari, 2008)- tiene

como una de sus dimensiones básicas al espacio público extendido, que para Reguillo debe ser entendida como una

“esfera globalizada y multiescala del espacio público, propiciada por la aceleración tecnológica y la mundialización de la cultura que favorece la circulación constante de flujos informativos y de representaciones e imaginarios compartidos con potencia orientadora” (Reguillo, 2017:83)

Estas nociones nos parecen lo suficientemente gráficas como para indagar cómo los jóvenes agrupados en estas organizaciones utilizan los espacios digitales para promover, convocar, invitar, interpelar a otras personas a sumarse a las campañas y diversas actividades y manifestaciones que organizan. Profundizaremos sobre esto a lo largo del análisis, ya que entendemos que sólo desde la identificación analítica de este espacio social “que se abre” en lo digital, es factible comprender las nuevas conversaciones colectivas en el ecosistema mediático, que posibilita nuevos regímenes de lectura, crítica, deseos, imaginaciones y discusiones respecto de cómo somos y estamos en el mundo.

Imaginarios tecnológicos

“La verdadera influencia de la televisión reside en la formación de imaginarios colectivos, esto es, una mezcla de imágenes y representaciones de lo que vivimos y soñamos, de lo que tenemos derecho a esperar y desear. Y eso va mucho más allá de lo medible en horas que pasamos frente al televisor (...) lo que estamos planteando es que el peso político o cultural de la televisión -como de cualquier otro medio- no es medible en términos de contacto directo e inmediato, sólo puede ser evaluado en términos de la mediación social que logran sus imágenes.” (Martín-Barbero, 2015, pag. 20)

Mediante esta cita, se llegó a la temática de los imaginarios tecnológicos. Martín-Barbero nos propone que la mera cuantificación de horas frente a un televisor (o a

cualquier otro aparato/dispositivo tecnológico) resulta insuficiente para indagar en el peso político o cultural que traen aparejados, porque el lugar de las significaciones se esconde más bien en la mediación. Esa labor requiere un abordaje netamente cualitativo, para indagar en las representaciones, los sentidos, los imaginarios que las personas construimos en torno a algo, en este caso, a los aprendizajes de la ciudadanía con la mediación de espacios digitales.

Las bases teóricas para la conceptualización de los imaginarios tecnológicos provienen, en este trabajo, de los aportes y sistematizaciones de Daniel Cabrera (2006), quien realiza un abordaje de lo tecnológico como imaginario y desde el imaginario social, enraizado en las ciencias sociales y puntualmente desde lo que el autor denomina una "perspectiva comunicacional". Además, complementamos con la definición que Rosalía Wincour (2009) retoma de Dan Adaszko (1999), quien define el imaginario tecnológico como

El entramado de imágenes e ideas que el hombre se hace de la tecnología y de su vínculo con ella; un conjunto de representaciones que conforma determinado orden y da sentido a la relación del hombre con el resto de la sociedad y con el universo que lo rodea (...) el imaginario tecnológico conlleva una visión del mundo” (Adaszko, citado por Wincour, 2009:19)

Daniel Cabrera (2006) remarca que no es posible hablar de los imaginarios tecnológicos sin la consideración moderna de *la sociedad como institución humana*, por un lado. Esto es, la idea de que la sociedad es un producto humano, del cual a su vez el propio individuo es un producto. Por otro lado, tampoco es posible hablar de imaginarios tecnológicos sin el registro de las significaciones sociales, que remiten “*al problema del diseño de la nueva sociedad, es decir, la utopía, las esperanzas, los sueños colectivos. Aquí se deben diferenciar las reflexiones sobre las técnicas de cambio social (técnicas políticas y de comunicación sobre los escenarios posibles) de las utopías en sentido propio*” (Cabrera, 2006:47).

Este autor explica que la cuestión de lo imaginario es trabajada desde una dimensión filosófica y psicoanalítica en relación con la imaginación, la imagen y la fantasía; y desde las ciencias sociales con diferentes respuestas a la problemática de lo social como

significación: *"Es decir, lo que una sociedad sostiene como imaginable, deseable y pensable; el conjunto de creencias que explican su mundo simbólico y el impulso y los objetivos de la acción colectiva"* (Cabrera, 2006:44).

A su vez, Cabrera destaca que la circulación discursiva, entendida como comunicación técnicamente medida, constituye una de las significaciones centrales de la sociedad contemporánea y por ello los medios de comunicación son un espacio clave desde el cual se configuran las representaciones, los valores y deseos de la sociedad actual. Así, una representación común de este tiempo refiere a la "sociedad del conocimiento y la información". Desde ese lugar, analiza cómo las "nuevas tecnologías" designan un conjunto heterogéneo de aparatos, prácticas sociales, y nuevas realidades que tienen un lugar central en las representaciones sociales del mundo, de los sueños, de las esperanzas.... en este sentido, las analiza en tanto "heterogeneidad externa":

"Son un conjunto heterogéneo porque implican reunión de lo diverso y distinto, es decir, son conglomerado: una "realidad" formada por fragmentos de múltiples materialidades unidas por la sociedad instituyente. Desde lo imaginario las "nuevas tecnologías" aparecen aunadas y armonizadas como materialidad coherente, pensable, visible y enunciable. Lo que se piense, vea o diga, de y desde ellas, es esperable y "normal", es decir, natural, obvio y evidente." (Cabrera, 2006:156)

Existen tres dimensiones o funciones estructurantes de lo imaginario (Cabrera, 2006:70):

- 1) estructurar las representaciones del mundo en general;
- 2) designar las finalidades de la acción imponiendo lo que hay que hacer y lo que no hay que hacer;
- 3) establecer los tipos de afectos característicos de una sociedad.

Podremos ir apelando a estas dimensiones, poniéndolas en relación con lo que más arriba conceptualizamos como procesos de socialización y de socialización política. Consideramos que esta sistematización teórica hecha por Cabrera (2006) nos abre el panorama sobre la multiplicidad de discursos que se entretajan en la significación

imaginaria de las "nuevas tecnologías". Principalmente su investigación nos pone en contacto con el desglose de los discursos que algunos actores (promotores y divulgadores de las tecnologías) realizan en torno a las "nuevas tecnologías", dejando fuera el imaginario que otros actores construyen (tanto creadores como usuarios, es decir en el ámbito de la recepción). En nuestro caso, nos interesa lo que piensan, dicen, imaginan, los jóvenes agrupados en organizaciones de la sociedad civil sobre las tecnologías digitales.

Lineamientos metodológicos

Diseño cualitativo

El estudio parte desde una perspectiva sociocultural de la comunicación (Reguillo, 2004; Saintout, 2009), tomando como base el enfoque etnográfico y los estudios de caso/s. Se trata de una investigación cualitativa, donde la construcción de la evidencia empírica y el análisis de los datos se produjeron desde un diseño flexible e interactivo (Maxwell, 1996), el cual constó de componentes interrelacionados (preguntas de investigación, métodos, contexto conceptual, validez y propósitos).

Dice Ruth Sautu (2005) sobre las investigaciones cualitativas que

“sus datos tienen la forma verbalizada descriptiva de ocurrencias o experiencias, relatos de sucesos del pasado, textos y narrativas, registro verbal de interacciones, films o videos, y datos similares. Por su naturaleza ellos se van construyendo conjuntamente con la especificación de los significados y selección de los conceptos básicos iniciales” (pág. 36)

Si bien el punto de partida fueron conceptos sensibilizadores interrelacionados (prácticas en espacios digitales, juventudes, socialización política, construcción de subjetividades políticas, imaginario tecnológico), se tendió a que el carácter inductivo del trabajo permita incorporar conceptos o aspectos emergentes durante la investigación. Esto fue necesario para poder alcanzar el objetivo general propuesto: Comprender las maneras en que los jóvenes en dos organizaciones de la sociedad civil (OSC) de Corrientes se apropian y representan los espacios digitales en el marco de sus procesos de socialización política.

En relación a esto realizamos un proceso de indagación a través de interpretaciones sucesivas, que nos permitieron ir ajustando el problema y las preguntas de investigación. Es decir que no entendemos la metodología como una sucesión de etapas, sino que fuimos trabajando a la par con la recolección de información, construcción de datos, los ajustes y análisis.

“La investigación cualitativa pretende dar cuenta de significados, actividades, acciones e interpretaciones cotidianas de distintos sujetos, situados estos en un contexto específico o en un ámbito de dicho contexto. Así, la perspectiva cualitativa no está interesada en contar y medir cosas, ni convertir observaciones en números: se interesa por preguntar, interpretar y relacionar lo observado, es decir, por construir sentido sobre la problemática que condujo al campo de investigación (Obregón, 1996:126, citado por Saintout, 2009:58)

La estrategia en sí, implicó un trabajo artesanal y no estandarizado, en tanto atendimos a emergentes que fueron surgiendo durante el proceso, para incorporarlos o re-enfocar la atención, de ser necesario, de acuerdo a las preguntas orientadoras. Así como en ciencias sociales es imposible aislar los elementos que se pretenden investigar, también es necesario incorporar una mirada crítica que incluya una reflexividad constante sobre el método y las técnicas.

Indagar en los procesos de socialización política en contacto con las organizaciones de la sociedad civil posibilitó describir y analizar cómo se configura un tipo de sujeto, en este caso “joven”, en el marco de un ámbito específico: el de las organizaciones de la sociedad civil. Por ello fue necesario considerar las características socio-demográficas y etarias los jóvenes involucrados, para profundizar el análisis de las condiciones juveniles.

La estrategia metodológica se basó primordialmente en herramientas cualitativas (observación participante, entrevistas en profundidad, descripciones de campo, observaciones y registros de los espacios digitales), obteniendo datos principalmente por medio de fuentes primarias (observación, registros y notas de campo propios, narrativas de lxs actores producto de entrevistas), sin descartar las fuentes secundarias (documentos escritos y audiovisuales producidos por lxs jóvenes miembros de las Organizaciones en cuestión, mediatizados por ellas/ellos). No se pretendió menospreciar los aportes de datos

cuantitativos, a partir del análisis de los intercambios comunicativos producidos en los espacios digitales, tales como frecuencias de publicación, llegada a los interlocutores (mediante datos numéricos como cantidad de “me gustas” o de comentarios, que fueron indicadores básicos de intercambios comunicativos en espacios digitales), y colaboraron en construir la evidencia empírica.

Etnografía multi-local como mirada inicial al abordaje cualitativo

Mediante una etnografía multi-local -con aportes teóricos de la etnografía virtual-, observaciones participantes y entrevistas nos acercamos a las prácticas que estos jóvenes realizan mediante los espacios digitales, identificando los materiales que producen, cómo se organizan para administrar sus cuentas (en Facebook, Twitter, Instagram) y el lugar que los espacios digitales ocupan como herramientas/medios de difusión y comunicación de las actividades que realizan desde las organizaciones. Con ello se procuró describir el escenario de intercambios y el lugar que ocupan los medios en los procesos de socialización política juvenil que estos jóvenes adscriben en relación a su participación en organizaciones de la sociedad civil.

Uno de los mayores desafíos de la tesis estuvo en las formas del registro para la producción de evidencia empírica y la definición de los observables, no solo por la multiplicidad de espacios sociales que abarcó el estudio (digitales -Facebook, Instagram, Twitter- y presenciales -barrio La Tosquera, barrio Punta Taitalo, Sede Oficina Techo, sede oficina OAJNU, salón de talleres, escuelas, entre otros), sino por las características principales del espacio digital, es decir: su fluidez, los contenidos “efímeros”.

Rossana Guber (2015) postula que la caracterización principal de un trabajo que se considere “etnográfico”, es triádica -Una perspectiva, una metodología y un género textual-; y que a lo largo de toda la investigación debe operar un proceso reflexivo, que permita dar cuenta de la perspectiva de los actores investigados y de los lugares desde los cuales se los observa. Daremos cuenta de dicho proceso a lo largo del informe.

Las propuestas de Hine (2004) y Marcus (2001) se retomaron como lineamientos básicos sobre un trabajo etnográfico que se circunscriba a lo digital. Hine establece diez (10) principios básicos a considerar, entre los cuales se puede mencionar: que la etnografía requiere la interacción del investigador no sólo con la comunidad o grupo humano a estudiar sino también con la tecnología; que la inmersión en el contexto de

estudio es intermitente, y por lo tanto la idea de “trabajo de campo” se modifica haciendo que el “*estar allí*” del investigador refiera a los momentos de conexión e ingreso a los espacios digitales.

“La etnografía virtual funciona como un módulo que problematiza el uso de internet (...) el estatus de la Red como forma de comunicación, como objeto dentro de la vida de las personas y como lugar de establecimiento de comunidades, pervive a través de los usos, interpretados y reinterpretados, que se hacen de ella” (Hine, 2004:80)

En este caso una de las estrategias fue el ingreso diario y durante la mayor cantidad de tiempo posible a los espacios digitales, así como la suscripción a las actualizaciones de los espacios que así lo permitían (Facebook). También fue menester utilizar como estrategia de registro a la captura de imágenes de pantalla, para condensar y guardar los intercambios generados y las publicaciones efectuadas. No se realizaron capturas de la totalidad de los espacios, ya que eso se realizó mediante la elaboración de cuadros, como se explicará en las próximas páginas. Sin embargo, algunas capturas de pantallas se consideraron útiles, ya que abonaron en sustentar el análisis.

Un beneficio de esta decisión de observar lo que publicaban e ir guardando capturas de pantalla, estuvo dado en la posibilidad de ir comprendiendo paulatinamente los intercambios que se producían y las prácticas que tenían lugar en los espacios digitales, identificando si existían recursos que se iban haciendo propios de un modo de narrar; si hubo imágenes, palabras o temáticas que acompañaron con frecuencia a las publicaciones; identificar también quiénes tomaron la palabra en los espacios digitales, quiénes se animaron a “participar” en los espacios digitales, en ese “espacio público”.

George Marcus aporta metodológicamente ciertas modalidades de construcción del diseño al decir que

“La investigación multilocal está diseñada alrededor de cadenas, sendas, tramas, conjunciones o yuxtaposiciones de locaciones en las cuales el etnógrafo establece alguna forma de presencia, literal o física, con una lógica explícita de asociación o conexión entre sitios que de hecho definen el argumento de la etnografía.” (Marcus, 2001:118).

Como técnicas de construcción Marcus propone (2001:118-123): seguir a personas, objetos, metáforas, la trama, conflictos, biografías. Por otra parte, Estallela, Ardévol, Domínguez y Gómez (2006) proponen hablar de “Etnografías de lo digital” mediante lo cual designan a las formas de hacer etnográfico en el espacio de interacción que configuran Internet y las tecnologías digitales. Estos autores afirman que

“...puede hacerse etnografía de colectivos mediados por las tecnologías digitales como Internet usando las técnicas básicas, como de hecho ha sido demostrado por trabajos como los realizados por Philip Budka y Manfred Kremser (2004), Arturo Escobar (1994); o las etnografías de referencia realizadas por Daniel Miller y Don Slater sobre Internet y Trinidad (2000); la de Elizabeth Reid (1994), Anne Markhan (1998), o la obra de referencia de Christine Hine, Virtual Ethnography (2001)” (Estallela, et. al., 2006)

Como remarca Ardévol (Cfr. 2003:73), el interés por este tipo de abordaje surge cuando el objetivo no se centra sólo en el estudio de los usos de Internet, sino también incluye las prácticas sociales en línea, describiendo y analizando de qué manera esas prácticas son significativas para la gente.

Christine Hine (2004) también plantea que internet es un sitio de interacción que no debe considerarse como separado de la “vida real”, sino que, por el contrario, se conecta de maneras complejas con los entornos físicos que facilitan su acceso.

“Más que multi-situada, podríamos pensar convenientemente a la etnografía de la interacción mediada como fluida, dinámica y móvil”
(Hine, 2004:81).

Hine²³ establece un análisis sobre Internet como artefacto y como cultura, que retomamos por su claridad conceptual. Los medios interactivos como Internet pueden entenderse de ambos modos: como cultura y como artefactos culturales. *“Concentrarse en cualquiera de estos aspectos a expensas del otro conllevará siempre una visión pobre*

²³ La autora de “Etnografía virtual” dedica el segundo capítulo, titulado “Internet como cultura y artefacto cultural” (2004:25-53), a profundizar sobre esta doble dimensión de los espacios digitales.

del problema.” (Hine, 2004:81) Al referirnos a internet como artefacto ubicamos la base material que envuelve las prácticas; mientras que, al hablar de internet como cultura nosotros referimos a las prácticas y sentidos que habilita, así como los cambios sobre las concepciones de tiempo y espacio que promueve, donde remarcamos que resaltan aspectos como la inmediatez, la conexión, las hipermediaciones.

Rossana Guber (2015) plantea una serie de problemas relacionados con el trabajo de registro en las investigaciones etnográficas, en primer lugar, lo que refiere al registro “*de qué, de quiénes y para qué*”. Precisamente, reconociendo este problema como central en la etnografía virtual o digital -en tanto no sirve guardar “todo”-, planteamos necesario establecer criterios que permitan delimitar y definir qué será valioso a los fines de la investigación. Además debimos considerar que

“con el registro el investigador no se lleva el campo a casa, sino que logra una sucesión de fotos instantáneas y sucesivas de ese proceso”
(Guber, 2015:6)

Hay una particularidad sobre los datos que se registran en los espacios digitales, que tiene que ver con la naturaleza de los mismos: se trata de datos observacionales, obtenidos directamente por el investigador, pero puestos en circulación, “mediatizados”, por el informante (en el caso puntual de mi objeto de estudio).

Bajo estos criterios el registro se realizó mediante diversos mecanismos:

- 1) realizar capturas de pantalla de algunos intercambios que revistieron interés durante la categorización de las publicaciones para dejar un registro visual de los intercambios que se produjeron en los espacios digitales. En este sentido nuestro banco de imágenes de intercambios en espacios digitales se compone de un total de 302 capturas -167 por OAJNU y 135 por Techo- (Ver Anexo).
- 2) descargar en la computadora algunas fotografías, videos, documentos que compartan y produzcan los jóvenes de las organizaciones estudiadas, para complementar los análisis atendiendo a las piezas gráficas o audiovisuales.
- 3) efectuar grabaciones de voz en las entrevistas en profundidad para registrar las narraciones de los jóvenes entrevistados.
- 4) tomar fotografías y/o filmar algunas intervenciones y actividades en las que participé como observadora: como presentaciones de los jóvenes en algunos

momentos específicos de las acciones que emprenden desde cada una de las actividades: discurso de apertura del Modelo de cámara de senadores o de la ONU (en el caso de OAJNU), en las reuniones de trabajo de TECHO; acompañándolos en los distintos espacios por los que circulan: plazas, escuelas, barrios, encuentros en las sedes.

- 5) Elaborar un cuadro donde se hagan visibles las publicaciones realizadas por cada organización en sus cuentas, atendiendo a “quién, contenido, vínculo tiempo/espacio, soportes, observación” Por lo tanto, del espacio digital se observaron: personas, contenidos puestos en circulación (imágenes, fotos, videos, textos), los soportes materiales que los contienen (enlaces, fotografías, videos, textos), la relación espacio/tiempo a la que refieren (donde, cuándo, quiénes). Este punto se ampliará en el apartado sobre referentes empíricos.

Este interés por los espacios digitales, comprendiéndolos desde una perspectiva de complementariedad y tensión con los espacios presenciales, nos llevó a intentar reconstruir cómo es la experiencia y cuáles los imaginarios del espacio de estos jóvenes correntinos agrupados en organizaciones de la sociedad civil, no sólo recurriendo a entrevistas en profundidad para alcanzar sus percepciones, sino poniendo el cuerpo y sentidos en contacto con esa experiencia de multi-localización: Para ello fue menester trabajar desde una metodología etnográfica que vincule lo multi-local con lo digital. Tanto los aportes de Christine Hine (2004), Adolfo Estalella, Elisenda Ardévol (et.al, 2006), y George Marcus (2001), fueron pilares sobre los cuales se diseñaron las estrategias de abordaje.

En los casos de ambas organizaciones, habíamos tenido contactos previos con algunas y algunos voluntarios, en el marco de otro trabajo vinculado a producción audiovisual²⁴ y por conocerlos de otros ámbitos (algunos habiendo sido alumnos o estudiantes de la licenciatura en comunicación social de la UNNE, donde la tesista como docente; por tener conocidos en común o haber participado de espacios en común). Se utilizaron esos

²⁴ Durante los años 2011-2013 me desempeñé como productora general de contenidos de un programa de televisión local, denominado “DNI, tu historia de vida”, consistente en abordar desde el periodismo social historias de vida de personas e instituciones que trabajaban por el bien comunitario. En este marco tuve acercamientos tanto a TECHO como a OAJNU, utilizando para esta investigación los contactos con esos conocidos, que participaron como informantes claves y me fueron abriendo paso al interior de las organizaciones.

contactos para adentrarnos en las organizaciones, participando en algunas de sus actividades.

En el caso de la organización TECHO participamos de una construcción masiva, dos “infocharlas”, el Encuentro Anual de Voluntarios, la colecta anual, y del evento “Vamos a Zoomar”, realizado en el teatro vera. En lo que refiere a OAJNU participamos de dos capacitaciones abiertas para modelo naciones unidas, de dos talleres de iniciación, del Modelo Naciones Unidas (2016 y 2017), de una jornada del Día Global del Voluntariado Juvenil (DGVJ). Mi presencia en algunos casos pasaba desapercibida, en especial en eventos masivos, y en otros había una insistencia a que pueda sumarme como voluntaria, para poder “entender” cabalmente en qué consisten las organizaciones. Estas negociaciones se describen en los próximos capítulos. En el marco de estas instancias de trabajo se apuntó a realizar observaciones de campo para consignar modos de vinculación entre los jóvenes, dinámicas planteadas al interior del grupo y para poder contrastar esas dinámicas con lo que aparecía publicado en sus distintas cuentas en redes sociales.

En este punto me parece importante aclarar que la elección de esta perspectiva metodológica radica en asumir que una aproximación cualitativa para un trabajo interpretativo requiere de establecer un contacto directo, de cuerpo presente, para observar e interactuar con los jóvenes que están siendo investigados, pero que la multiplicidad de actividades de ambas organizaciones, donde en algunos casos se realizan tareas a la par y en pos de una “horizontalidad” se ordenan al interior en subcomisiones, áreas o proyectos, hace humanamente imposible realizar una etnografía multilocal a una sola persona/investigadora. A raíz de esto los acercamientos presenciales se redujeron a algunas actividades de cada una de las organizaciones.

Estudio de casos

El estudio de casos es una estrategia metodológica con la cual “*se genera una base empírica para conceptos y generalizaciones, convirtiéndola en un elemento esencial para la investigación social* (Feagin, 1994 citado por Marradi, Archenti y Piovani 2007, pág. 239). Es una estrategia adecuada cuando existe interés por estudiar un fenómeno general, tomando al caso por sus características paradigmáticas o ejemplificadoras.

En este trabajo, los referentes empíricos son jóvenes integrantes de dos organizaciones de la sociedad civil, tomadas como casos observacionales: La Organización Argentina de

Jóvenes por las Naciones Unidas (OAJNU) y TECHO, que tienen sede en la ciudad de Corrientes. La elección de estos jóvenes y estas organizaciones responde a las características de las mismas: Ambas organizaciones se caracterizan por la capacidad de convocatoria para la participación de jóvenes voluntarios en distintas actividades, la intervención en diversos espacios públicos de la ciudad (escuelas, plazas, barrios), y la articulación con áreas estatales (municipal, provincial, nacional) y privadas (nacionales, multinacionales, microemprendimientos); el tratarse de organizaciones que se vinculan con el orden global por las temáticas con las que trabajan (asentamientos precarios, acceso a la vivienda, modelo de naciones unidas, derechos humanos) y por ser organizaciones que trascienden las fronteras de lo local.

Un Techo para mi País surgió en Chile en el año 1997, y progresivamente fue alcanzado a diversos lugares de Latinoamérica, estando presente hoy en 19 países. Hoy se denomina simplemente “TECHO”. Se radicó en Argentina (Provincia de Córdoba) en el año 2003, y puntualmente a la Provincia de Corrientes llegó en el año 2013, donde se instaló una “sede” que abarca hasta ahora a las provincias de Chaco y Corrientes (por esta razón se la denomina Sede “CoCha”). Lo que empezó siendo una organización de la sociedad civil preocupada por los asentamientos informales, fue tomando la forma de un modelo de trabajo dispuesto a promover el desarrollo comunitario en dichos asentamientos. Las viviendas de emergencia (llamadas así porque desde la organización entienden que las mismas no son una solución definitiva sino un paliativo) sólo son la parte visible del proceso, que se acompaña antes y después colaborando en la conformación de mesas de trabajo integrada por los vecinos, incluyendo programas de microcréditos, capacitaciones en oficios, planes de huerta, apoyo escolar, entre otros; promoviendo la regularización de la propiedad dominial de los terrenos, el acceso de servicios básicos (agua, luz, cloacas), infraestructura barrial (espacios verdes, recolección de basura), proyección de viviendas definitivas.

Por otro lado, OAJNU es la Organización Argentina de Jóvenes para las Naciones Unidas. Surgió en el año 1995 en Buenos Aires y rápidamente fue creciendo a lo largo del país, donde tiene Representaciones Permanentes (RP) en las provincias de Córdoba, Salta, Mendoza, Santa Fé (“Sede Rosario”), San Juan, Tucumán, Chaco y Corrientes. Tienen una RP en Uruguay (Montevideo) e intenciones de Paraguay de sumarse, por lo que están evaluando sus reglamentos a fines de poder incorporar estos países e

internacionalizar formalmente a la organización. OAJNU comenzó con el proyecto de Modelo de Naciones Unidas, que hasta la actualidad aparece como su carta de presentación y es con el que más se los identifica, según remarcan sus integrantes. El mismo consiste en jóvenes de nivel secundario simulando representar a distintos países del mundo en sesiones de discusión de la ONU. Con el paso de los años se fueron incorporando distintos proyectos, en su mayoría abocados a jóvenes y educación, y actualmente también se están implementando proyectos de desarrollo comunitario.

En ambos casos (TECHO, OAJNU), los vínculos que establecen con otras organizaciones se hacen palpables por medio de sus actividades, de la firma de convenios, o su participación en distintas instancias de planificación de políticas públicas. Por ejemplo, y tal como se mencionó en la fundamentación, ambas organizaciones participaron de reuniones propuestas por la municipalidad para todas las organizaciones de la ciudad. Al mismo tiempo, desde OAJNU participaron durante el 2013 del Plan Estratégico Participativo como organización no gubernamental referente de la juventud.

Su permanencia activa en la ciudad de Corrientes en los últimos años -OAJNU desde el año 2010 y TECHO desde el año 2013- incide en la cantidad de jóvenes que convocan con sus actividades, tanto a aquellos que son miembros voluntarios de la organización - más de 60 jóvenes que trabajan en forma permanente en OAJNU Corrientes y alrededor de 100 jóvenes que trabajan en TECHO- como a jóvenes que participan esporádicamente de las actividades propuestas en calidad de beneficiarios o destinatarios de los proyectos y programas. Si bien se realizan proyectos con más jóvenes, ellos aparecen como “destinatarios” más que como miembros activos de la organización. Es importante remarcar que en ambos casos la “sede” es más amplia que la ciudad de Corrientes, abarcando también la ciudad de Resistencia y alrededores. En el caso de TECHO la sede se denomina “CoCha” (Corrientes/Chaco), y en el caso de OAJNU, si bien hoy se denomina “OAJNU Corrientes”, comenzó siendo “OAJNU NEA”, por contener en la misma sede a Resistencia y Corrientes.

Referentes empíricos y recolección de datos

Nuestros sujetos de análisis son los jóvenes integrantes de dos organizaciones de la sociedad civil, que se constituyen en los casos seleccionados: La Organización Argentina

de Jóvenes por las Naciones Unidas (OAJNU) y TECHO. Los criterios para elegir las fueron:

- Que sean organizaciones de alcance internacional, y tengan sede en la Ciudad de Corrientes;

- Que tengan presencia sostenida a lo largo del tiempo en la ciudad;

- Que la participación juvenil sea numerosa en términos cuantitativos, y

- Que se observen prácticas de ocupación en el espacio público, tanto presencial como digital;

- También prioricé que sean organizaciones atravesadas por temáticas o referencias similares, y en ese sentido las organizaciones en cuestión trabajan problemáticas de carácter global -vinculadas a las Naciones Unidas, como el caso de OAJNU; y de pobreza estructural, como en el caso de TECHO-, con posicionamientos políticos específicos, aunque a-partidarios, que se despliegan en el terreno local.

Esto que aparecía muy amplio pudo ir acotándose no sólo a partir de lecturas y escrituras sobre el tema, sino especialmente en los acercamientos al campo, en observaciones participantes y entrevistas a los propios jóvenes sobre los usos y apropiaciones que hacen.

Como fundamentación del referente, recuperamos algunas observaciones de Rossana Reguillo (2012), quien remarca que existen más estudios (cuantitativa y cualitativamente) sobre jóvenes "disidentes", siendo la producción de estudios sobre los integrados dispersa y escasa. En este sentido, la propuesta es tomar por casos a dos organizaciones que suponen ámbitos de socialización juvenil, situando allí a jóvenes "incorporados" o "integrados", y a partir de las cuales es posible indagar en los cruces de lo local/global en relación a temáticas tales como ciudadanía, espacio público y democracia.

En lo que refiere al análisis de espacios digitales, el referente empírico se compuso, por un lado, de todas las publicaciones realizadas por ambas organizaciones a lo largo un recorte temporal de dos años: desde el 1ro de enero de 2016 al 31 de diciembre de 2017. En el caso de OAJNU Corrientes realizamos el seguimiento de sus cuentas en Facebook, en Twitter y en Instagram. En Facebook (<https://www.facebook.com/OAJNUCTes/>) poseen una Página que cuenta con más de 3.500 seguidores y que se mantiene constantemente actualizada. En Twitter (@oajnucorrientes) la organización tiene más de 1100 seguidores, y en Instagram (<https://www.instagram.com/oajnucorrientes/>) su perfil

más reciente, cuenta con 1500 seguidores²⁵. En esta última se presentan como “una ONG conformada por jóvenes, trabajando por y para los mismos. Con 21 años de trabajo en pos de formar jóvenes con compromiso social.” Por otro lado, en el caso de TECHO hicimos seguimiento de la única cuenta que la sede posee como propia (en lo que refiere a administración del perfil, cuyo foco sea la sede), tratándose de un grupo abierto en Facebook (<https://www.facebook.com/groups/voluntarios.corrienteschaco/>) denominado “Voluntarios Techo Chaco-Corrientes”²⁶.

De esta sistematización resultaron 698 posteos en Facebook (entre ambas organizaciones, siendo 455 publicaciones en el grupo de Techo y 243 en la página de Oajnu), 346 posteos en Twitter y 214 posteos en Instagram, con. Estos datos fueron sistematizados mediante un cuadro (ver Anexo), en el que se consignaron:

- Fecha de publicación;
- Personas (quiénes publican);
- Contenidos (textualmente qué se publica)
- Soportes (en qué está vehiculizado dicho texto: gráfico, audiovisual, enlaces, flyers, fotos, etcétera);
- Relación espacio/tiempo que remite la publicación (pudiendo ser “ahora”, “hoy”, “Ayer”, “más adelante”, “mañana”), a los fines de evidenciar cómo se conforma la complementariedad entre espacios presenciales y digitales.
- Facebook, Twitter, Instagram (indicando en qué red social se compartió la información, de modo de diferenciar usos y a la vez identificar relaciones entre las redes)
- Observaciones (para consignar cantidad de intercambios recibidos en cada posteo, tanto en términos de “me gusta” y “comentarios” –en el caso de Facebook e Instagram- o de “me gusta” o “retuits” o “comentarios” –en el caso de Twitter-)
- Categorías (para codificar a cuál / cuales categorías puede adscribirse el contenido. Se profundizará sobre el proceso de categorización en el apartado sobre codificación.

²⁵ Estas cifras de seguidores corresponden a Abril 2019.

²⁶ Cabe remarcar que la denominación “Voluntarios Techo Chaco-Corrientes”, que fue válida durante el relevamiento acorde al recorte temporal (2016-2017) de esta tesis, se modificó en el mes de Abril de 2018 a “Comunidad TECHO Corrientes-Chaco”

A la sistematización de estos datos en el cuadro, se suman observaciones de campo realizadas en distintos momentos y actividades de ambas organizaciones, tal como se mencionó anteriormente. A su vez se realizaron 14 entrevistas semi-estructuradas a jóvenes miembros de ambas organizaciones: 7 entrevistas por cada organización; 4 de ellas (2 por cada organización) fueron realizadas en el año 2016 a modo de aproximación general de las dinámicas de la organización. Las 10 entrevistas restantes fueron realizadas a fines del año 2017 con una guía de preguntas revisada y ajustada (Ver anexo). Esas guías iniciaban con un relevamiento del perfil de los entrevistados (edad, cargo en la organización, trabajo fuera de la organización, estudios, con quién viven, profesión de los padres) y luego estaban ordenadas según tres ejes:

- 1) Socialización. Las preguntas aquí giraban en torno a cómo se vincularon con la organización, de qué proyectos participaron, qué aprendieron en su paso por la organización y en la utilización de tecnologías digitales en el marco de la organización, cómo son lxs jóvenes que participan como voluntarixs, si consideran que sus prácticas tienen incidencia en lo local, cuáles son las problemáticas con las que trabajan, si la organización cumple (o no) un rol político, entre otras.
- 2) Espacios digitales. Las preguntas estaban orientadas a relevar usos y apropiaciones de distintas herramientas digitales, y conocer cómo se vinculaban con sus actividades en la organización, con quiénes se contactaban mediante ellas, los tiempos y espacios de conexión, el lugar de las tecnologías en su vida cotidiana, las estrategias de visibilización de las problemáticas con las que trabajan en las organizaciones mediante plataformas digitales, entre otras.
- 3) Imaginarios tecnológicos. Las preguntas giraban en torno a cómo se imaginan la organización sin internet y sus derivados, si los usos de tecnologías les permitían potenciar (o no) sus actividades, si consideran esos espacios como espacios públicos o con los que podrían entrar en debate, entre otras.

Todas las entrevistas se realizaron de manera pautada y personalizada, en momentos por fuera de las actividades de la organización, utilizando luego del contacto inicial cara a cara, llamadas telefónicas o whatsapp para coordinar fecha y hora; y como escenarios de encuentro a veces se ocuparon las oficinas de cada organización, y otras veces espacios como estaciones de servicio, confiterías o plazas, tanto en la ciudad de Corrientes como en la ciudad de Resistencia (Provincia del Chaco).

Se entrevistaron a jóvenes entre 19 y 31 años de edad -en ambas organizaciones para ser “voluntarias/os” deben tener cumplidos los 18 años-, priorizando que sean voluntarios activos encargados de distintas áreas, no sólo aquellas que refieren a las áreas de comunicación. En su mayoría se trata de jóvenes estudiantes universitarios, o recientes graduados, que trabajan y a la par realizan su trabajo voluntario en la organización.

El corpus se abordó desde una perspectiva que concibe a las tecnologías como artefactos culturales (Hine, 2004) y desde una mirada etnográfica, constreñida por un marco teórico que parte de los estudios socioculturales de la comunicación.

Entrevistadxs

Nº	Nombre	Edad	Cargo/rol	Org.	Fecha
1	Enrique	27	Responsable desarrollo de fondos	Techo	11/08/16
2	Matías	21	Coordinador de comunicaciones	Techo	13/08/16
3	Ricardo	31	Relevamiento Asentamientos Informales	Techo	17/11/17
4	Aldana	29	Directora de personas	Techo	14/11/17
5	Facundo	31	Coordinador de comunicaciones	Techo	20/11/17
6	Analía	22	Coordinadora de Detecciones	Techo	20/12/17
7	Carlos	28	Director general Sede CoCha	Techo	30/08/17
8	Alexis	20	Coordinador MNU	Oajnu	12/08/16
9	Silvio	21	Seguidor colegios - MNU	Oajnu	13/08/16
10	Paloma	22	Encargada Proyectos comunitarios	Oajnu	21/12/17
11	Cruz	24	Secretaria de promoción de derechos	Oajnu	12/08/17
12	Milagros	19	Proyecto Convivencial Ohana (PCO)	Oajnu	01/11/17
13	Marcelo	30	Asesor – Fundador Sede Corrientes	Oajnu	20/12/17
14	Karina	26	Directora Ejecutiva sede corrientes	Oajnu	04/11/17

Estrategias de análisis

Entendemos que el proceso de construcción de subjetividades políticas es complementario del de socialización, siendo el primero el lugar donde se cristaliza lo social y al cual se accede por el discurso y la práctica. Para una mayor comprensión analítica –y siguiendo un modelo de abordaje elaborado en el grupo de investigación del

Centro de Estudios Sociales de la UNNE (Oraisón, et.al., 2014)- se desagregó al proceso en tres niveles: Estructura o sistema; redes, círculos y vínculos; y subjetividad²⁷.

- El primer nivel nos remite al marco institucional-normativo que regula las relaciones y configura campos de acción.
- El segundo nivel es el espacio de las relaciones intersubjetivas y de la interacción simbólica. En él se inscriben los múltiples escenarios de socialización en el que el individuo se inserta a lo largo de vida.
- El tercer nivel es el de la subjetividad. Lugar de cristalización en los individuos o grupos de los condicionamientos normativos, relacionales y simbólicos, pero a la vez lugar de la reflexividad que permite distanciarse o cuestionar tales condicionamientos.

Esta estrategia de visualizar a los procesos desde distintos niveles, nos permitió ordenar los datos recabados, para comprender por un lado cuestiones vinculadas a las “estructuras” a las cuales estos jóvenes “se incorporan” (Reguillo, 2012, 2013) y por otro, cuestiones vinculadas a sus percepciones sobre capacidad de agencia.

Por otro lado, dada la gran cantidad de datos con los que se trabajó, una estrategia de análisis cualitativo que resultó útil fue la codificación, entendida como la categorización, clasificación y rotulación de datos. Fue necesario planificar estrategias de almacenamiento de los datos y de algún modo de procesamiento de los mismos, para ordenarlos con vistas al análisis. Para la codificación de las entrevistas se utilizó la herramienta de Atlas.ti, un software que permite no sólo la rotulación, sino trabajar a la par con diversos tipos de documentos (textos, imágenes), generando entre ellos relaciones de sentido, pudiendo visualizar dichas relaciones y facilitando el análisis de los datos. De las reiteradas lecturas de las entrevistas, que fueron desgravadas personalmente y en algunos casos (5 entrevistas) solicitando colaboración, surgió un listado de 24 códigos que nos permitieron ordenar los datos en torno a temáticas tales como: apropiación, difusión, interrelación entre espacios digitales y presenciales, políticas públicas, espacio digital, relación con adultos, entre otras (Ver listado en anexos), y que establecieron lineamientos para interpretar nudos o tensiones, como así también para caracterizar los modos de socialización diferenciados en cada una de las organizaciones. Este listado se

²⁷ Para ampliar la propuesta, sugerimos revisar la publicación colectiva realizada por el equipo de investigación en Oraisón, Mercedes, et.al (2014) “Acercamientos a la subjetivación política y a la socialización política. Una propuesta de análisis”.

imprimió para facilitar el manejo de datos codificados, con vistas a su interpretación. Al mismo tiempo se categorizaron manualmente cada una de las publicaciones registradas en el cuadro, para analizar los intercambios en espacios digitales.

En este sentido, para abonar a una comprensión del proceso de socialización política en su carácter espacial, como un “locus de aprendizaje” (Benedicto y Morán, 2002) considerando el caso de las organizaciones sociales, fue importante abordar la categoría “aprendizajes de la política/lo político” -la cual se rastreó tanto en el cuadro como en las entrevistas- cuyos valores o variables en la codificación de datos recabados, fueron/son:

- 1) Estrategias de aprendizaje (EA): Refiere a todas las estrategias utilizadas por lxs jóvenes para el aprendizaje de determinadas competencias, ya sean capacitaciones, actividades, asumir determinadas responsabilidades
- 2) Roles/ Competencias (R/C): Refiere a los roles o cargos asumidos, así como también las competencias puestas en juego (coordinación, dirección de proyectos, saber hablar en público, etc.)
- 3) Posicionamientos/Visiones (P/V): Refiere a los posicionamientos explícitos asumidos ante acontecimientos externos, que afectan o interpelan a la organización (ej: inundaciones, asesinatos a jóvenes, políticas públicas) y a las visiones que a veces se presentan como objetivos utópicos pero que actúan como un norte en sus actividades (Ej. Cambiar el mundo, construir una sociedad más justa)
- 4) Normas/Valores (N/V): son las normas o valores que acompañan a la organización, y sus banderas en las actividades. Refiere, por lo tanto, a la mención explícita a democracia, ciudadanía, ciudad, inclusión, familia, empoderar a pares, etc.

A su vez, el contenido de las publicaciones –es decir, nuestra sistematización del cuadro- se codificó mediante la identificación de tres grandes ejes de nuestro trabajo, lo que nos permitió un pantallazo inicial de frecuencias, pesos y contrapesos de las temáticas que ocuparon sus espacios digitales:

- 1) Joven, juvenil, juventudes (JJJ). Aquí caben aquellas publicaciones que hacen mención explícita a jóvenes o juventudes, y aspectos en los que explicitan lo juvenil de la organización

- 2) La política/ lo político (Pol). vínculos explícitos con la política (actividades con ministerios, secretarías, etc) y alusión a conflictos por los que luchan. Publicaciones que están más vinculadas a ámbitos de discusión en el espacio público ampliado.
- 3) Voluntariado (Vol) Consignando con este rótulo a todas las actividades que realizan en el marco de las organizaciones (talleres, capacitaciones, reuniones, construcciones masivas, modelo naciones unidas, etc), y por lo tanto refieren a publicaciones del orden de lo informativo/organizativo. Nos mostraron a las redes como ámbitos de difusión.

[Sobre la organización del informe de tesis.](#)

En los próximos capítulos trabajaremos el análisis de los datos. Optamos por que cada capítulo exponga una dimensión o eje de análisis de nuestro objeto de estudio (socialización política en/con entornos digitales) haciendo, al inicio de cada uno, un recorrido y posicionamiento teórico para a partir de allí realizar la interpretación de datos. Dado que tomamos por caso dos organizaciones, los datos se presentarán de forma comparativa, especificando similitudes o puntos de encuentro y diferencias en cada arista de análisis. La descripción de la perspectiva de los actores aparecerá como aglutinante de los datos recabados, y junto con las capturas de imágenes y la sistematización de datos realizada serán el complemento de nuestras interpretaciones.

El capítulo 3 aborda la dimensión del proceso de socialización política en el marco de las organizaciones sociales. Allí analizamos conjuntamente los niveles de estructura-sistema y de relaciones intersubjetivas. El capítulo 4 aborda la dimensión del proceso de construcción de subjetividades políticas, donde podremos detenernos en las representaciones, prácticas y sistemas de acción de estxs jóvenes en su relación con las organizaciones. El capítulo 5 aborda los procesos de apropiación de tecnología en el marco de las organizaciones, que lxs condicionan e imprimen un “saber hacer” particular. En el capítulo 6 presentamos a modo propositivo una tipología para analizar los aprendizajes de lo político vinculado a los usos y apropiaciones de redes sociales digitales. El capítulo 7 aborda “la toma de la palabra” en los espacios digitales y por ello se centra en los contenidos publicados, en aquello que aparece dicho y nos permite interrogar sobre la constitución de un espacio público en la esfera digital. A su vez en este

capítulo abordamos los imaginarios tecnológicos que construyen estxs jóvenes correntinos al tomar contacto cotidiano con distintas tecnologías digitales (internet, computadoras, teléfonos móviles, etc). Finalmente, en el capítulo de las conclusiones retomaremos los puntos nodales del análisis planteando las respuestas que el proceso investigativo aportó sobre los objetivos propuestos.

CAPÍTULO 3 - Organizaciones juveniles como ámbitos de socialización política.

En este capítulo abordaremos cómo las organizaciones se presentan como ámbitos de socialización política juvenil, indagando en los modos de vinculación de lxs jóvenes con las organizaciones, las dinámicas de las que participan y qué lugares ocupan los espacios digitales en estos procesos. Esto nos permitirá tener un pantallazo inicial de ambas organizaciones, reconociendo las configuraciones institucionales, las normas y acuerdos implícitos que cada una propone. Nos ocuparemos de recuperar conceptualizaciones sobre juventudes, organizaciones de la sociedad civil y procesos de socialización política, para retomar posicionamiento teórico, abrir preguntas en torno a los mismos y a partir de allí analizar los datos recabados. El análisis se apoyará en tres nudos temáticos que aparecieron como centrales en los procesos de socialización política: 1) Las cartas de presentación de las organizaciones 2) Los roles y prácticas que cada organización promueve; 3) Los abordajes territoriales que proponen.

©©©

“En el caótico paisaje político y social que nos desvela, es conveniente preguntarse a quién o a quiénes se está socializando para la vida; dónde se encuentran los espacios inclusivos que puedan dar lugar a la diversidad; dónde, los procesos articuladores que permitan integrar en la esfera pública las más variadas voces y esfuerzos cotidianos”
(Reguillo, 2012:14)

Uno de los supuestos desde los cuales partimos es que las organizaciones sociales tomadas como casos en esta investigación constituyen ámbitos de socialización, ya que lxs jóvenes que se suman como voluntarixs deben aprender una serie de normas, modos de conducta y sumarse a distintas prácticas sociales que lxs conducen a re-pensar diferentes problemáticas como la redistribución del poder, las desigualdades sociales en el acceso a derechos humanos adquiridos como educación, vivienda, trabajo, servicios básicos como luz y agua. Es decir, las organizaciones se les presentan como *Locus*²⁸ de aprendizajes, de atribución de significados y elaboración de estrategias y repertorios de acción social (Cefai, 2011; Delgado Salazar y Arias Herrera, 2008).

La socialización en tanto problema fue abordada originalmente desde la sociología. Danilo Martuccelli (2007) planteaba en *Cambio de Rumbo*, que dicha disciplina dispone desde sus inicios de tres estrategias intelectuales para el estudio del individuo: la socialización, la subjetivación y la individuación. Cada una de ellas se encuentra organizada en torno a problemáticas específicas, ocupándose la socialización del proceso de fabricación social y psicológica del actor. Se trata por lo tanto de un proceso por el cual se identifica cómo los individuos se integran a la sociedad al adquirir determinadas competencias y la manera como una sociedad se dota de un cierto tipo de individuo.

“Los individuos se construyen, si no siempre en reflejo, al menos en estrecha relación con las estructuras sociales: valores de una cultura, normas de conducta, instituciones, clases sociales, estilos familiares”
(Martuccelli, 2007:20)

²⁸ A lo largo del texto utilizaremos *“cursivas y comillas”* para citas teóricas, y *“comillas”* para las voces de lxs entrevistadxs. La primera vez que los nombremos indicaremos su edad y rol dentro de la organización. Luego para identificar las organizaciones a las que cada entrevistada/o pertenece utilizaremos las letras *“T”* para TECHO y *“O”* para OAJNU.

En la sociedad moderna, se viven tiempos de socializaciones múltiples y complejas, en las que se suelen sentir las influencias conjuntas de diversos agentes (Lahire, 2007). En relación a esto, la fragmentación y consecuente pérdida de procesos de integración social que históricamente estuvieron ligados a la educación y al trabajo, conllevan a asumir que no existen procesos de socialización unívocos, del mismo modo que no existen sujetos plenamente socializados (Svampa, 2000; Martuccelli, 2007; Benedicto y Morán, 2002). Esto nos permite suponer que existen márgenes de acción con que cuentan los sujetos al momento de pensarse a sí mismos y a las acciones que llevan a cabo en las organizaciones donde participan. No hay estructuras tan fuertes que sólo “aten”, sino que mayormente los espacios de socialización funcionan como orientadores, como guías para la adquisición de ciertas disposiciones.

“lo que tenemos ante nuestros ojos (...) son actores que, a través de sus experiencias, luchan por conferir sentido a las prácticas sociales que se desarrollan en los espacios en los que transcurre su vida cotidiana. Dichas prácticas no sólo están atravesadas por múltiples lógicas, sino que además tienen lugar en el seno de instituciones cuyas actividades tienen un profundo efecto en la constitución del mundo vivido por los actores” (Benedicto & Morán, 2002)

Como mencionábamos en el capítulo anterior, la particularidad de la socialización que se jacte de ser política, es decir la *socialización política*, refiere a que las prácticas se doten de contenidos políticos que permitan cuestionar la distribución y ejercicio del poder político y por lo tanto que promuevan la construcción de ciudadanía.

*“Si hace algunas décadas las feministas hicieron popular el lema de “lo personal es político”, ahora nos toca “repolitizar” muchas áreas de nuestra vida social que hasta ahora han sido entendidas como ajenas a éste ámbito: **la pobreza, la sanidad, el cuidado de los niños o de los ancianos, la ecología, la educación...**” (Benedicto y Morán, 2002: 73) (las negritas son propias)*

Siguiendo estas ideas, y en concordancia con nuestro modelo de análisis de los procesos de socialización política y de construcción de subjetividades políticas detallados

en el Capítulo 2, aquí nos proponemos describir y analizar a las organizaciones como espacios de socialización desde sus estructuras. Es decir que el foco estará puesto en el marco institucional-normativo desde donde estas organizaciones pre-figuran la participación juvenil. Nos preguntamos: ¿qué normas regulan la participación de estos jóvenes? ¿qué aprendizajes de la política se impulsan desde ellas? ¿Cuáles son los valores que se promueven desde estas organizaciones? ¿qué lugares ocupan los espacios digitales en estos procesos? ¿qué diferencias se registran, en tanto propuestas de acción, entre ambas organizaciones?

Estos interrogantes orientarán la descripción y análisis en este capítulo, lo cual nos permitirá dar lugar a un conocimiento situado de los procesos de socialización política en la ciudad de Corrientes ya que, si bien los modelos de trabajo de cada organización “son bastante cuadrados”, como mencionaban en las entrevistas, adquieren ciertas formas marcadas por el contexto.

Cartas de presentación.

Las organizaciones de la sociedad civil (OSC) refieren a una red de ciudadanos que trabajan temas concretos desde la esfera civil y social, y que no pertenecen al ámbito de la política formal, aunque interaccionan de diversos modos con ella. Se ubican en un escenario de intermediación, diferenciado, pero no independiente de otras esferas como política, social, cultural, y económica. (Ruiz-Ortíz, 2011).

Siguiendo a Zampani (2003) las organizaciones, para ser consideradas OSC, deben reunir siete características, que aparecen en ambas organizaciones de manera clara, aunque en el caso de TECHO algunos de sus miembros reciben honorarios por su labor.

- Institucionalizada: deben tener una estructura definida
- Privadas: separadas del Gobierno
- No lucrativas: Que no distribuyan excedente entre sus miembros
- Autogobierno: órganos propios de gobierno y autoelección
- Voluntarias: participación por decisión propia
- No religiosas.
- No partidarias

“Lo que está en juego ya no es la conquista o la administración del poder sino la transformación de significados, prácticas y estilos, tradicionalmente impulsados por los poderes y discursos dominantes, acerca de lo que es la política y sus formas de hacerla” (Ortíz-Ruiz, 2016: 532)

A diferencia de la escuela o el trabajo, ámbitos de socialización en los cuales con base en las leyes nacionales cabría suponer una obligatoriedad de tránsito para lxs jóvenes, las organizaciones de la sociedad civil o del tercer sector, son ámbitos en el que eligen participar, por diversos motivos. Esto nos invita a pensar en las organizaciones como un ámbito diferenciador, que imprime en ellxs un sentido de pertenencia.

Al indagar en *“qué mueve a las organizaciones juveniles”* Ortiz-Ruiz (2015) remarcaba que para muchos jóvenes los procesos organizativos en los que participan les permiten hilvanar redes no formales para acceder a oportunidades educativas, laborales y políticas que muchas veces el entorno no garantiza, y al mismo tiempo son redes afectivas que en ciertos contextos escasean.

Recuperando a Annick Percheron (1993), Benedicto y Morán (2002:52) son quienes plantean que la socialización es *“un proceso de identificación, de construcción de una identidad, de una pertenencia y de una relación”*. Es asumir la propia pertenencia a ciertos grupos. Por eso como punto de partida y para dar cuerpo a estos ámbitos de pertenencia, indagaremos en lo que aparece como *“cartas de presentación”*. Esta noción surgió en entrevistas en ambas organizaciones por parte de lxs jóvenes, como una preocupación, para aludir a cómo en el imaginario social las mismas eran *“confundidas”* u *“homologadas”* únicamente a sus proyectos más conocidos: el Modelo de Naciones Unidas²⁹ (MNU) en el caso de OAJNU, y la construcción masiva de viviendas de

²⁹ Se trata del primer proyecto con el que se crea la Organización Argentina de Jóvenes para las Naciones Unidas (OAJNU) en el año 1995, en la ciudad de Buenos Aires. El proyecto MNU es una representación a modo de simulacro de los diferentes órganos de las Naciones Unidas, que se realiza durante tres días. Está destinado a jóvenes de los últimos tres años del colegio secundario. Para ello, desde el mes de marzo y hasta octubre los estudiantes secundarios tienen instancias de capacitación, guiadas por los voluntarios de OAJNU que se presentan como *“seguidores”* de los colegios con los que firman acuerdos de trabajo para esta actividad. Los talleres y capacitaciones se realizan en esas instituciones educativas, en muchos casos en horario escolar y a veces los días sábados.

emergencia³⁰ en el caso de TECHO. Dado que en este capítulo nos abocamos a sus configuraciones institucionales, retomaremos los objetivos generales que se proponen desde las organizaciones y los proyectos mediante los que convocan a lxs jóvenes a participar. A su vez mencionaremos cómo llegan a instalarse las sedes en la ciudad de Corrientes, ya que nos permitirá comprender cómo interpelan a lxs jóvenes y a la vez cómo se estructuran las dinámicas de trabajo durante el periodo 2016-2017, nuestro recorte temporal.

TECHO.

TECHO se presenta como una organización de la sociedad civil que busca superar la situación de pobreza que se vive en los asentamientos informales³¹, a través de la acción conjunta entre sus pobladores y jóvenes voluntarios, remarcándola como una problemática estructural de la región latinoamericana. Su actividad principal es el trabajo en territorio en dichos asentamientos, haciendo que uno de sus motores sea “hacer visible” esa situación no solo ante referentes y organismos estatales, sino también ante el conjunto de la sociedad. “Yo creo que la vulnerabilidad en todas sus caras, es como nuestro foco, digamos. La vulnerabilidad, la exclusión”, expresaba Aldana (29 años, directora de personas en TECHO).

"Según los datos oficiales recogidos por la organización Techo en su relevamiento del año pasado, actualmente en la ciudad de Corrientes existen 61 asentamientos informales, donde el 95,1% no tiene acceso al agua potable ni posee cloacas y la totalidad de los terrenos se

³⁰ La “construcción masiva” es una actividad que se organiza durante un fin de semana, de viernes por la tarde a domingo, donde jóvenes voluntarios, acompañados por vecinos de los barrios donde intervienen, construyen viviendas de emergencia en asentamientos de la ciudad. La construcción se realiza luego de varios meses, tras haber realizado un proceso de recorrida, encuestamiento y asignación de las viviendas considerando las necesidades de cada familia, y logrando un mutuo acuerdo entre las partes (la organización, los vecinos). Denominan “Vivienda de emergencia” a las casillas de madera que construyen cuya denominación viene dada por considerarla un paliativo a la situación precaria en que viven las familias, con pisos de tierra y techos improvisados de chapa o lona, reconociendo que no es la solución de fondo.

³¹ En la organización definen como Asentamientos Informales a un conjunto de un mínimo de ocho familias agrupadas o contiguas, en donde más de la mitad de la población no cuenta con título de propiedad del suelo, ni acceso regular a al menos dos de los servicios básicos: agua corriente, energía eléctrica con medidor domiciliario y/o cloacas a través de la red de alcantarillado regular. El Relevamiento de Asentamientos Informales (RAI) realizado en Argentina en 2016, tiene un acceso público mediante su página web, donde pueden evidenciarse los datos recabados durante ese año a través de un mapa interactivo, disponible en <http://relevamiento.techo.org.ar>

*encuentra sin conexión formal a la red de energía eléctrica"³²,
consignaba el Diario El Litoral (04/05/2017)*

La sede CoCha, denominada así por ser una sede compartida entre las provincias de Corrientes y Chaco, empezó a funcionar en el año 2012 de la mano de un empresario correntino interesado en que la organización tenga presencia en la Provincia de Corrientes³³. Entre los años 2016-2017 la organización trabajó en seis asentamientos en la ciudad de Corrientes: La Tosquera, Río Paraná, Mendoza al sur, Punta Taitalo y Molina Punta; y dos asentamientos en la ciudad de Resistencia: 2 de septiembre y Los Aromitos. Por ese entonces, llevaba construidas más de 260 viviendas de emergencia en esos barrios, contaba con 27 voluntarios coordinando áreas de trabajo, y aproximadamente 100 voluntarios permanentes (Jacobó Cambiaso & Mestres, 2015)

Los tres objetivos de TECHO, puestos de manera explícita en su página web³⁴ planteaban:

-Fomentar el desarrollo comunitario. Es decir, fomentar la participación de los vecinos en la identificación de problemas comunes y la búsqueda, planificación y ejecución en conjunto de posibles soluciones.

-Promover la conciencia y la acción social. Por ello buscan posicionar como un tema prioritario la situación de pobreza en que vive gran parte de la población en Latinoamérica, involucrando a los propios vecinos en un trabajo comunitario para modificar esa realidad.

-Incidir en políticas públicas. Con este objetivo pretenden generar y poner a disposición de los organismos estatales información (producto de relevamientos y encuestas propias) y recursos materiales y humanos para trabajar sobre la problemática estructural de la pobreza.

³² <http://www.ellitoral.com.ar/461338/El-fin-de-semana-Techo-realizara-su-colecta-nacional>.

³³ Se trata de Karsten. Durante 2017 donaba alrededor de 800 mil pesos anuales, además de financiar la construcción de uno de los salones comunitarios del Barrio La Tosquera y de sumarse a construir en algunas ocasiones. Es quien, a la vez, les "abre la cancha con todos los demás actores" de empresas y empresarios (SyK, FARMAR, Banco de Corrientes, Demonte) que hoy aportan al trabajo de TECHO. Luego a estas empresas "se suma Familia Bercomat, una alianza económica que surge en Misiones primero y luego se regionaliza", comentaba Carlos, 28 años, Director de la sede CoCha.

³⁴ Estas descripciones aparecían en la página de inicio de su sitio web <https://www.techo.org/>. Visto el 15 de junio de 2016.

Sus fuentes de financiamiento son grandes empresas multinacionales, empresas locales, colectas, aportes mensuales de socios, entre otras. A diferencia de OAJNU, el caudal de recursos económicos con los que cuenta TECHO se hacen visibles de diversos modos: en la posibilidad de sostener cargos rentados, en los despliegues en gráfica o en piezas comunicativas en espacios digitales (videos, flyers), en el armado de campañas de concientización, en abordaje territorial. En base a estos lineamientos TECHO articula proyectos e instancias específicas de trabajo a lo largo del año, marcados por un calendario de actividades. Iremos profundizando a lo largo del trabajo sobre estas implicancias.

OAJNU.

Por su parte, la Organización Argentina de Jóvenes para las Naciones Unidas (OAJNU), se presenta en su página web (www.oajnu.org) como una organización “de jóvenes y para jóvenes” que “busca empoderar a jóvenes para una sociedad más justa, inclusiva y promotora de derechos”. A partir de sus proyectos instalan a la educación como un factor necesario en los cambios sociales y en la implicación de lxs jóvenes en dicho cambio, y buscan fomentar un involucramiento con debates sobre temáticas que repercuten a nivel mundial como el desarme regional, el terrorismo, las guerras, las telecomunicaciones, la pobreza y desnutrición, entre otros temas que abordan en la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Apuntan a trabajar desde la educación popular, promoviendo el pensamiento crítico³⁵. Con esa base, la idea de capacitación entre pares y de aprendizajes en torno al juego son banderas de la organización y los ejes centrales de sus actividades.

“La organización es formativa. Nuestra palabra es el “empoderamiento”, entonces es como que trabajamos para eso.

³⁵ Tomando como base los aportes de Paulo Freire, la Educación Popular o Liberadora busca propiciar espacios de diálogo, encuentro y reflexión, partiendo de la experiencia y el contexto de vida de los involucrados. La propuesta pedagógica pasa por la praxis y se contrapone a la “Educación Bancaria”, que entiende a la educación como un proceso en el cual se “depositan” contenidos en la mente de los estudiantes. Dice Freire (2012:72) *“En vez de comunicarse, el educador hace comunicados y depósitos que los educandos, meras incidencias, reciben pacientemente, memorizan, repiten. Tal es la concepción “Bancaria” de la educación, en que el único margen de acción que se ofrece a los educandos es el de recibir depósitos, guardarlos y archivarlos. Margen que sólo les permite ser coleccionistas o fichadores de cosas que archivan”*.

Empoderar³⁶ si se quiere es formar, pero más desde la fórmula de decir “vos también podés hacer lo que quieras”. Eso es para nosotros el empoderamiento, el poder hacer. Queremos transmitir eso: “vos podés solucionar de forma pacífica los conflictos, podés participar para cambiar tu realidad. Más allá de decir te estamos formando en esto, es más que nada mostrarte una herramienta.” (planteaba Cruz, 24 años, secretaria de Promoción de Derechos en OAJNU)

Esta organización comienza a funcionar en Corrientes a fines del año 2009, siendo “Sede OAJNU NEA”, ya que en sus inicios abarcaba también a la Provincia del Chaco³⁷. Llega a esta ciudad de la mano de dos amigos (Marcelo Velásquez y Adrián Ojeda), estudiantes de relaciones internacionales, que conocen a la organización en medio de un viaje de estudios y fueron incentivados por un docente a intentar abrir una sede acá³⁸.

“... nos entusiasmos mucho con esta cuestión en vernos como promotores de que una organización tan seria, tan grande, que hace cosas tan copadas y que tiene que ver con la juventud, la educación el desarrollo y demás, venga a Corrientes.” (Marcelo, 30 años, asesor y fundador de OAJNU sede Corrientes. Fue presidente de OAJNU a nivel nacional en el periodo 2016)

³⁶ Ana Natalucci (2018) propone que el “empoderamiento” es un concepto asociado al capital social, que subraya la dimensión de autorrealización y aprendizaje en las prácticas de gestión y organizaciones de grupos, de toma de la voz, de capacitación y de participación. Es una capacidad individual.

³⁷ Recién a fines del año 2013 comenzaron a funcionar como dos Representaciones Permanentes (RP) diferentes, OAJNU Corrientes y OAJNU Chaco. “Cada uno con su director, cada uno con su equipo de comité y cada uno con sus proyectos y su público diferente. Se colabora. Nos conocemos. Nos queremos muchísimo. Los correntinos van para el Chaco cuando hay que ayudar, los chaqueños vienen acá. Nos prestamos proyector, nos prestamos banner y todo lo demás, pero son cosas completamente diferentes, digamos... pero en su momento fue lo único.” remarcaba Marcelo (O.).

³⁸ Del grupo fundador participaron 6 personas: Adrián, Marcelo V., Marcelo P., Ariel, Alfredo y Mercedes. Como requisito para la apertura de la sede, las autoridades de la organización que por ese año estaba centralizada en Córdoba, solicitaban tres componentes necesarios: 1) voluntarios; 2) público para por lo menos dos proyectos y 3) soporte, es decir, socios, empresas o instituciones que colaboren. Tenían un plazo de un año para hacer una “prueba piloto”. En 2010, la Asamblea anual de autoridades aprobó la conformación de la Representación Permanente, con la condición que abarque ambas provincias (Chaco, Corrientes), atendiendo al interés que jóvenes de ambos lados del Río Paraná habían manifestado. Así, “la sede se parió muy macro” (Marcelo - O.), y durante los primeros años trabajaron en conjunto. Comenzaron a funcionar con la colaboración de la Universidad Católica de Salta (sede Corrientes) y luego se fueron sumando auspiciantes como Corrientes Tennis Club, Club de Regatas Corrientes, entre otros.

El modo de llegada a la ciudad imprime particularidades en el funcionamiento de la Sede, ya que el grupo de los fundadores actúa hasta la fecha (marzo 2018) como un grupo de referencia respecto los lineamientos a seguir en/por la organización. Son fuente de asesoría permanente de aquellos/as voluntarios/as que asumen roles de gestión dentro de la estructura local.

Al grupo donde están Marcelo y Alfredo nosotros le decimos “los dinosaurios”. Son los iniciadores, vamos a decir... que están y aportan siempre pero más en cuestiones estratégicas o metodológicas... (Karina, 26 años, directora ejecutiva de la sede OAJNU Corrientes en el periodo 2017)

Dos de los principales lemas de esta organización son “empoderamiento de pares” y la “fuerza joven”, haciendo referencia a su visión y misión., ya que son los mismos jóvenes, guiando, educando, y promoviendo la participación política de otros jóvenes³⁹. En la sede correntina, según datos del año 2016, aseguraban haber trabajado junto a 4.000 jóvenes, con más de 30 escuelas, posicionándose como referentes de juventud en el ámbito educativo de la región.

Desde su llegada a Corrientes fueron estableciendo convenios con distintas entidades privadas y estatales, que les permiten financiar las actividades. Los fondos que recibe en concepto de colaboración del Gobierno Provincial oscilan entre los 65.000 y los 80.000 pesos anuales (según entrevistas de 2016) que rinden periódicamente. Si bien a nivel normativo se espera que las organizaciones no establezcan vínculos con el gobierno, y a la vez OAJNU se presenta como a-partidaria, lo cierto es que durante sus años de presencia en la ciudad de Corrientes fueron estableciendo convenios de trabajo y articulación con distintas áreas del Estado, especialmente a nivel Provincial. Al ser consultados al respecto, nos planteaban que las áreas con las que más acuerdos establecen son: el Ministerio de Coordinación, la Secretaría de Juventud, el Ministerio de Desarrollo Social y la Secretaría Privada de Gobernación.

“Es a partir del trabajo comprobado. Una vez que el Estado ve que estamos trabajando y que a ellos ese trabajo en alguna rama les sirve,

³⁹ Según indicaban en la página web (Octubre 2016), ya participaron a nivel nacional más de 65.000 jóvenes estudiantes del nivel secundario y universitario, de las provincias de Buenos Aires, Córdoba, Mendoza, Santa Fe, Salta, Chaco, Corrientes y San Juan.

es ahí donde decide apoyarnos. Nosotros, por ejemplo, en Corrientes la mayor vinculación la tenemos con el Estado Provincial, no tanto la parte municipal. Porque como trabajamos en el interior de la provincia en escuelas, le cuesta mucho ingresar al Estado en esos establecimientos, a esas instituciones si no es a través de organizaciones... porque los docentes, los directivos, son como muy rígidos en sus cosas, en cambio toda la parte que trabajamos nosotros al Estado le conviene que entren, digamos, personas jóvenes, organizaciones, y todo eso...” (Cruz, OAJNU)

Además, en OAJNU consiguen auspiciantes de empresas e instituciones locales, que colaboran mediante canjes o brindando espacios para sus actividades. Para los gastos extras, que se salen de los presupuestos de los proyectos -por ejemplo, comprar una computadora o una impresora-, realizan actividades de recaudación como venta de arroz con pollo u organización de torneos de fútbol.

Tras revisar los objetivos de ambas organizaciones, nos interesa adentrarnos en sus modos de funcionamiento, para identificar los modelos de trabajo, las prácticas y valores que proponen. Para ello, primeramente, nos detendremos en cómo se incorporan como voluntarios/as a TECHO y OAJNU, en tanto ámbitos institucionales que les proveen de elementos para pensar en sus entornos y posicionarse ante ellos.

Modos de vinculación: la tarea de “captar voluntarios”

Uno de los problemas que se presentan al interior de las organizaciones es el de captar voluntarios que puedan vincularse de manera sostenida en el tiempo a las distintas actividades que se realizan. En lo formal, los modos de incorporación de lxs jóvenes que aspiran a ser voluntarixs en estas organizaciones son similares, en tanto TECHO y OAJNU cuentan con instancias puntuales de ingreso, enmarcadas en Planes de Inducción. Son capacitaciones donde se presenta la estructura general de la organización, las áreas de trabajo, los proyectos activos y cuestiones vinculadas a lo que implica la labor de un voluntario “en términos reales de tiempos y compromisos” (Cruz, O.), de derechos y obligaciones.

En TECHO el modo de ingreso es mediante una “inducción obligatoria”, que bajo la denominación de “infocharlas” se traduce en reuniones abiertas, generalmente en la

oficina que la sede tiene por calle Rivadavia N° 1594 o en la Plaza Torrent, una plaza céntrica de la ciudad ubicada a tres cuadras de la oficina. Allí exponen qué es TECHO, qué se trabaja en cada área y cómo se puede participar en la organización. Luego, las capacitaciones específicas sobre cada rol quedan relegadas a las áreas en cuestión (desarrollo de fondos, fortalecimiento de voluntariado o “personas”, comunicación, coordinadores de comunidad, etc), sobre lo que profundizaremos más adelante al detenernos en sus estructuras.

Nosotros tenemos diferentes áreas, una es Personas y con esa área se enfoca más que nada a captar al voluntario, fidelizarlo, capacitarlo, llamarlo y que conozca un poco la organización y que se involucre, participe y después al resto... a esos potenciales voluntarios que andan por ahí que buscamos captarlos, insertarlos en la organización y los que estamos de manera más permanente, todo el tiempo (nos) estamos capacitando, participando en alguna jornada o tenemos un encuentro al año donde nos juntamos todos los voluntarios a capacitarnos durante un fin de semana donde incluso vienen invitados desde afuera que hacen charlas... (Analía, 22 años, Coordinadora de Detecciones en Techo CoCha)

Por su parte en OAJNU los talleres de capacitación para el ingreso se dan en dos o tres encuentros a principios de año, realizados entre marzo y mayo, donde se remarca qué implica ser voluntario en cuanto a compromisos y tiempos que se asumen, los lineamientos generales de la organización y los proyectos de los que se puede participar. Se espera que cada voluntario se sume únicamente a uno o dos proyectos, para poder hacerse responsables de las tareas implicadas en cada caso. Además, se profundizan en cuestiones propias de su modelo de trabajo, vinculadas a dotar de pensamiento crítico a lxs jóvenes que participan como destinatarixs de sus proyectos con base en herramientas de la educación popular.

“Siempre la gente piensa diferente, entonces intentar crear el debate de “él piensa esto, y por qué y yo pienso esto y por qué”. Sobre todo, que, si piensan algo que lo fundamenten de forma propia, que no saquen fundamentos de otras personas. Lo máximo que nosotros

podemos alcanzar es que piensen de forma propia.” (Paloma, 22 años, encargada de Proyectos Comunitarios en OAJNU)

Al indagar en los modos en que estos jóvenes deciden sumarse, pudo identificarse una multiplicidad de vínculos sociales y ámbitos por los cuales llegan a ambas organizaciones: por invitación de amigos o familiares; por invitaciones mediante la escuela o la facultad; en viajes de estudios; por haber visto publicaciones “en el diario”, “en internet”, o “en Facebook”; por haber sido “participante”⁴⁰ del MNU o por “sumarme a la primera construcción masiva en corrientes, en el 2013”. Es decir, aparecen como centrales los ámbitos de socialización primaria (familia, amigos) y secundaria (escuela, facultad, medios de comunicación). La motivación de “ser parte” varía entre la curiosidad, el deseo de “ayudar a otros”, y el conocimiento situado a partir de la experiencia propia por haber participado en algunos proyectos durante la secundaria, o por experiencia de familiares y amigos que los invitan.

“Yo estaba en el Pío (Instituto Salesiano Pío XI) y ahí al final de los modelos siempre te daban un papel, una ficha, digamos, de evaluación, de cómo fue el modelo, qué te pareció, qué te dejó y demás; y al final la última pregunta siempre era si querías participar... si querías ser parte de OAJNU... y tenías que dejar tu mail o tu número, y ahí se contactaban con vos.” (Alexis, 20 años, coordinador del Modelo de Naciones Unidas en OAJNU)

“Hay gente que se suma porque conoce un poco y nos pasó que alguien toca timbre y golpea la puerta y nos dice “Yo vi que hay una actividad ahora y me sumé, lo vi en Face (Facebook).” A lo que respondemos “Bueno, pasá, sentate, toma unos mates con nosotros mientras llegan los chicos”. Eso Pasa. No pasa mucho, pero sí. Y ahí está nuestro trabajo de compartir e invitar a distintas áreas, distintos

⁴⁰ Dentro de OAJNU se denominan “Participantes” a los destinatarios de los proyectos que justamente participan de las actividades encaradas desde la organización, siendo generalmente el paso inicial dentro de la organización juvenil. Estos se diferencian de los voluntarios activos, que son quienes diseñan y ejecutan las actividades.

espacios digamos.” (Enrique, 27 años, responsable de Desarrollo de Fondos en TECHO)

“Siempre veía publicaciones en Facebook (...) y cuando me vine a Corrientes, en el primer año conocí a una amiga que era voluntaria y bueno me invitó a una actividad, la colecta⁴¹. Salimos todos disfrazados con alcancías a la calle y empecé con eso. Después me interesó más saber qué hacían, qué objetivos tenían, qué hacían con los vecinos en el barrio, y así me fui involucrando un poquitito más, formando parte de un equipo que iba todos los sábados al barrio, después ya asumiendo responsabilidades, roles...” (Analía, T)

Un ejemplo de estas invitaciones a sumarse es la publicación en el grupo de Facebook “Voluntarios TECHO Corrientes-Chaco” (**Ver Captura de Imagen N° 1**). Con la consigna “Copamos la Ofi. #Encontrarnos, #Conocernos, #actuar” postearon un flyer donde mostraban la sala de reuniones de la Sede. La invitación era para el viernes 16 de junio 2017 a las 17 horas. En el mismo se observa una mesa (dos tablonces de madera juntos), una notebook, estantes con carpetas de trabajo y equipo de música; y contra la pared un colgante (conocido como llamador de ángeles) junto a una estampa que dice “Por una Argentina más justa y sin pobreza”. La imagen está acompañada por un texto que plantea:

“¡La construcción está cerca! Nos quedan pocos días para empezar a construir junto a las familias de los barrios Punta taitalo y Río Paraná. Queremos invitarte a un espacio de charlas y merienda pre constructiva. El viernes a partir de las 17:00 en la ofi mientras compartimos unos ricos mates con chipacitos y medialunas. Vamos a estar hablando de esta previa, lo que nos falta por hacer, todo sobre los detalles de ese fin de semana y de cualquier duda que tengan. Es

⁴¹ La Colecta es una actividad que realizan de manera coordinada a nivel nacional. Consiste en salir a la calle disfrazados con gorros y/o cotillón y con remeras e identificaciones de TECHO, llevando alcancías grandes e intervenidas con pinturas a mano. Se ubican en intersecciones o puntos estratégicos de cada ciudad con dos objetivos: recaudar fondos por parte de donantes voluntarios y a la vez visibilizar la organización.

un buen momento para invitar a un amigo así comenzamos un finde super genial. ¡El viernes copamos la Ofi!.”



Captura de Imagen N° 1. “Copamos la Ofi”. Publicada el 14 de junio 2017. TECHO.

En OAJNU las invitaciones en sus redes tienen el mismo tono. Puede verse como ejemplo una publicación en Instagram, en la que convocan al Primer Encuentro de Nuevos Voluntarios, a realizarse en la sede de la Universidad Católica de Salta (UCASAL), lugar en el cual disponen de aulas para algunas de sus actividades. (Ver **Captura de Imagen N° 2**)



Captura de Imagen N° 2. Primer Encuentro de Nuevos Voluntarios. Publicado en Instagram @oajnuorientes el 20 de febrero 2017.

El posteo consistía en un flyer con cuatro fotografías que resumían actividades realizadas por jóvenes en la organización: tomando la palabra mediante un micrófono; ubicados en ronda conversando bajo una modalidad “taller”, observando anotaciones en un papel, y una foto grupal de más de 50 jóvenes. En la invitación planteaban:

“¡Volvimos! Para empezar con #MásFuerza el año queremos que seas parte de esta gran organización. Sumate a Oajnu en nuestra Primer Encuentro de Nuevos Voluntarios este jueves 23 a las 19:30 hs en la UCASAL, Moreno 1754. Vení a conocer un poco más de Oajnu y sumate a este gran cuerpo de voluntarios. ¿Tenés alguna duda? Escribinos por mp o por info.corrientes@oajnu.org Te esperamos!

En el caso de OAJNU la mayoría de lxs jóvenes se sumó por haber sido “participante” de los proyectos de Modelo de Naciones Unidas (MNU) y MNU Junior, mientras eran estudiantes en la secundaria. Esto les permitía conocer a la organización a partir de sus dinámicas de juego, y asumiendo roles como “embajadores”⁴². Para esta participación estudiantil, se firman acuerdos con las instituciones educativas, con las cuales pautan días y horarios de trabajo al interior del colegio, para llevar a cabo capacitaciones del grupo que representará a cada escuela⁴³. Por su parte, en TECHO la mayoría se sumó en instancias de construcciones masivas, por una curiosidad en torno a esa experiencia que

⁴² Se denomina “embajadores” a los estudiantes de secundaria que asumen el rol de embajador ante su curso en la representación de cada país, y por lo tanto tienen “voz” y “voto” ante todos los órganos del modelo de naciones unidas. Para asumir este rol se preparan a lo largo del año (de marzo a octubre) aprendiendo sobre los distintos tópicos (desarme nuclear, desnutrición, migraciones, política internacional, entre otros temas) que luego se pondrán en discusión en el MNU. Las capacitaciones se orientan a dotarlos de los contenidos contextuales necesarios sobre los posicionamientos que asume cada país, considerando cuestiones geográficas y políticas, y además proveerles herramientas de oratoria y argumentación. Estas capacitaciones son llevadas a cabo por voluntarios de la organización que asumen el rol de “seguidores” de las escuelas con las que establecen acuerdos y que a principio de año confirman la participación en el MNU.

⁴³ Cabe aclarar que algunas escuelas con las que OAJNU establece contacto son católicas. Si bien resulta extemporáneo a nuestro recorte temporal (2016-2017), en el año 2019 se produjo un quiebre en el vínculo entre OAJNU y dichas escuelas a nivel nacional, debido a un posicionamiento explícito por parte de la organización de estar a favor de la despenalización y legalización del aborto en sus distintas redes. Esto provocó una movilización en las redes con el hashtag #DevuelvanmeOAJNU #DevuelvanmeMNU, cuyo foco estuvo principalmente en las provincias de Salta y de Corrientes. Puede ampliarse en la nota periodística “Corrientes. Colegios católicos retiran alumnos del simulacro de la ONU a favor del aborto legal”. 7 de Junio 2019, Radio DOS. <https://www.radiodos.com.ar/22029-corrientes-colegios-catolicos-retiran-alumnos-del-simulacro-de-la-onu-a-favor-del-aborto-legal>

aparecía como disruptiva o novedosa, pero también en algunos casos por enterarse de las convocatorias a infocharlas en Internet, puntualmente a través Facebook.

En este punto me interesa destacar que, en los intercambios durante las entrevistas, fue persistente la invitación a que me sume como “voluntaria” o como “donante” o “socia” (es decir, realizando aportes monetarios mensuales), ya que de otro modo “no podría comprender cabalmente la organización” (Carlos, T; Cruz, O). Esto apareció tanto en TECHO como en OAJNU, donde incluso los voluntarios me escribían a menudo al celular, solicitándome colaboración desde mi rol de docente en la carrera de comunicación social de la UNNE y como investigadora del Centro de Estudios Sociales, ya sea en la difusión de sus actividades, en la difusión de roles vacantes al interior de las organizaciones, en los armados de algunos relevamientos, o para compartir información. En el caso de OAJNU, también pidieron mi asistencia técnica, cuando estaban realizando los lineamientos para una encuesta nacional de juventudes. En torno a estas situaciones fui matizando mis colaboraciones, para poder seguir teniendo vínculo fluido con mis informantes claves.

Modelos de trabajo y valores que promueven

Decíamos en el capítulo anterior que la literatura especializada indica que la juventud designa a una categoría relacional e histórica, que se define en relación a los contextos donde la misma se produce, y que se trata siempre de diferentes “juventudes”. Dicha definición a menudo no deja de estar signada por la mirada adulto-céntrica, la cual incide incluso en los modos de organización y acción social. Serna (2000:121) establece dos distinciones en las organizaciones juveniles: aquellas que son promovidas por las organizaciones del mundo adulto a fin de lograr la incorporación de lxs jóvenes a un determinado orden, de aquellas que son auto-gobernadas por jóvenes para el logro de su autonomía con respecto al mundo de los adultos. Como iremos viendo, las organizaciones que aquí abordamos están a medio camino de ambos polos.

TECHO y OAJNU cuentan con un par de años como organizaciones juveniles con presencia en Corrientes. En el caso de OAJNU la organización se presenta a sí misma tajantemente como una organización juvenil, mientras que desde TECHO plantean que en los últimos años se vino produciendo una amplitud en las edades de aquellas/os que se suman como voluntarios, convocando también a adultas/os. Al mismo tiempo, en su

devenir se fueron produciendo modificaciones en los modos de trabajo, lo que impulsó una redefinición de ambas organizaciones.

Puntualmente el cambio en OAJNU estuvo dado a partir de la ampliación de sus ofertas de proyectos de trabajo. Como mencionábamos, inicialmente la organización solo contaba con el Modelo de Naciones Unidas, lo que implicaba que en su totalidad sea reconocida y a menudo confundida solo con dicho proyecto. A medida que diversas sedes o Representaciones Permanentes -en la jerga de la organización-, se fueron sumando a OAJNU, comenzaron a surgir propuestas de proyectos enfocados a distintos públicos juveniles. “La multiplicidad de proyectos⁴⁴ como Ciudadanía de jóvenes, foros, etcétera, significó un quiebre en la organización”, mencionaba Alexis (O.).

Otra de sus modificaciones más profundas tuvo que ver con incorporar como parte de su modelo de trabajo la perspectiva de Educación Popular, desde donde cuestionan la “educación bancaria”, en claras alusiones a los aportes de Paulo Freire (2012). Esto hace que lxs jóvenes que participan como voluntarixs deban formarse en manejo de grupos, pero fundamentalmente en cómo posicionarse ante un aula. *“En OAJNU somos muy docentes o muy profesores... enseñamos muchas cosas que por ahí yo no sabía que eso me gustaba a mí, y ahora quiero dedicarme a eso nomas”* (Cruz).

Por otro lado, TECHO modificó su modelo de trabajo en el año 2016, centrándose más en desarrollo territorial y no solo en la colaboración de construir viviendas de emergencia, lo que implicó una presencia más sostenida en el tiempo en el mismo territorio. “Igual todavía está la mentalidad de que hacemos casas. O sea, no es que no hagamos casas, sino que es lo único que la gente ve que hacemos”, se lamentaba Carlos al explicitar cómo se percibe en Corrientes a la organización.

Estos cambios, producidos en ambas organizaciones, supusieron un trabajo en terreno más vinculado con la comunidad educativa o vecinal, según el caso, y a la vez fueron fomentando valores sobre los que se re-posicionaron ambas organizaciones. Uno de esos valores tiene que ver con fomentar la **Democracia** desde aspectos básicos, como el reconocimiento de interlocutores y la posibilidad de incidir en el orden de las cosas. En el caso de OAJNU, los proyectos apuestan a que tanto lxs jóvenes que participan como así también lxs voluntarixs, puedan reconocer las instituciones y los actores locales,

⁴⁴ Se pueden conocer en detalle los distintos proyectos que se ejecutan a nivel nacional, visitando su página web <https://oajnu.org/#proyectos>

pudiendo registrar las injerencias de cada cargo político local (qué hace el Concejo, qué hace el municipio) para a partir de allí identificar limitaciones y ámbitos de acción, y en función a ello establecer demandas. En el caso de TECHO, a partir de este valor se espera concientizar y visibilizar problemáticas estructurales y condiciones de vida, vivienda y hábitat, con el objetivo de desnaturalizar las miradas.

Otro valor se vincula con la **capacidad de incidir**: sus actividades territoriales permiten “que se mueva todo” (Marcelo, O.), rompiendo prejuicios propios y generando cambios en/con otros. Por ejemplo, propiciando vínculos de vecinos con autoridades, incentivando la conformación de mesas de gestión, facilitando la llegada de ámbitos estatales a terreno tanto en barrios como en escuelas. Esto a su vez repercute en los contactos que los/las mismos/as jóvenes establecen. Como remarcaba Enrique: “llegué a un punto de cambiar toda mi estructura de contactos, amigos y demás”.

Dicha capacidad de incidencia se vincula con otros valores, como el de la **experiencia personal** y la **comprensión de dinámicas estructurales**, sobre las que ambas organizaciones se enfocan, a partir de la práctica y el vínculo cotidiano. “El mayor de los aprendizajes fue poder entender la dinámica de las ciudades. Siempre fue como el desafío de por ahí poder dejar un primer registro o un primer diagnóstico de cómo era la ciudad, cómo eran los asentamientos” expresaba Ricardo. Mientras que en OAJNU, Silvio (21 años, seguidor de colegios secundarios para el MNU) aseguraba que “un oajnu se ve a sí mismo como agente de cambio”, lo que hace cambiar de raíz el enfoque sobre las propias posibilidades de acción, y de los cambios que una/uno puede realizar en su entorno inmediato.

Otro valor que promueven ambas organizaciones está ligado a **pensar la juventud** y los **vínculos intergeneracionales** que desde ella se establecen. En el caso de OAJNU este valor se relaciona con la noción de “pares”. Milagros (19 años, miembro del Proyecto Convivencial Ohana y coordinadora en OAJNU) remarcaba que el establecimiento de vínculos con chicos/as de edades cercanas a la propia, al principio le resultaba algo difícil de manejar: “*A mí me costó mucho. Por ejemplo, yo tenía 18 años y tenía que estar dando una clase o una capacitación a chicos de 17 años. Pero nosotros trabajamos mucho el hecho que no somos profesores ni académicos, sino que somos pares que les venimos a ayudar u orientar*”

Podremos identificar en los próximos apartados cómo estos valores van tomando corporeidad en las prácticas y abordajes que se proponen en cada organización.

Roles y prácticas: El voluntariado como praxis

La noción de voluntariado atraviesa nuestro trabajo y a pesar de no haber enfocado en ella en un primer momento, el valor de esta práctica para las organizaciones estudiadas fue emergiendo y se puso en tensión y perspectiva a lo largo del análisis de datos.

A partir de un informe realizado para el CENOC por el Área de Desarrollo Social y Sociedad Civil del CEDES (2002), encontramos una caracterización sobre cómo se da esta práctica en Argentina. Si bien el informe data de inicios del 2000, ofrece una sistematización de sentidos y rasgos atribuidos a la práctica de voluntariado que puede rastrearse hasta hoy. Allí se releva que los estudios sobre voluntariado son numerosos y sus modos de abordaje atraviesan un variado espectro: *“el voluntario como acto ideológico o como sacrificio individual, como nueva forma de trabajo o como parte de un submercado laboral, como promesa frente a los nuevos desafíos o como índice de carencia social”* (Área de Desarrollo Social y Civil del CEDES, 2002:41).

En dicho informe se remarca que, tanto por los abordajes teóricos como por los trabajos empíricos, puede decirse que los rasgos característicos de la práctica de voluntariado son:

- La “voluntariedad del acto”, es decir la ausencia de mecanismos de obligatoriedad o coerción en la decisión de asumir tareas voluntarias;

- La naturaleza de la contraprestación, que hace foco en las retribuciones que recibe el voluntario;

- La naturaleza del beneficiario, que debe exceder el ámbito íntimo del voluntario, esquivando familia y amigos e incorporando la cuestión del bien público o del bien común;

- La autopercepción del voluntario respecto su labor;

- Los factores contextuales, es decir los elementos que enmarcan la actividad voluntaria, tales como organización, ciudad, barrio, etcétera.

Estos cinco rasgos, por lo tanto, nos ofrecen un panorama desde el que analizar las prácticas y actividades voluntarias en las organizaciones elegidas. Por otro lado, el CENOC nos aportó datos respecto las áreas temáticas que las organizaciones abordan en su actividad, mediante lo que pudo reconocerse que más del 30% de las organizaciones

del país se dedica a temas vinculados con lo social/humanitario, y un 15% a temáticas de educación, siendo las áreas temáticas más trabajadas en Argentina (Ver anexos). Estas áreas coinciden con las de las organizaciones aquí analizadas (OAJNU, TECHO).

García Canclini (2004) planteaba que *“Se ha reconocido que, entre megaestructuras o megatendencias sociales e individuos, juegan decisivas formas organizacionales intermedias.”* (p. 170). Así entendemos el rol de las organizaciones aquí analizadas, dotando de perspectivas que permiten a lxs jóvenes vincular sus experiencias con aspectos macro.

Las actividades voluntarias están reguladas en la Provincia de Corrientes, por dos leyes: La Ley Nacional de Voluntariado N° 25.855 y la Ley Provincial de Voluntariado N° 5.600/2004⁴⁵. En ellas se establece al voluntariado como un instrumento de la participación solidaria de los ciudadanos, enmarcados en organizaciones que promueven actividades sin fines de lucro, cuyo objetivo último es promover programas o proyectos que persigan el bien común y resulten de interés general. Ambas leyes son recuperadas en los primeros encuentros anuales de ambas organizaciones (TECHO, OAJNU), en sus actividades de “inducción”, con la finalidad de explicar los marcos de acción que regulan sus prácticas. Se hace foco puntualmente en las características del voluntariado: las obligaciones y derechos, el tiempo que implica, la voluntariedad del acto.

Del accionar de estos jóvenes voluntarios se desprende una clara vinculación con la política, ya sea para influir en la agenda pública, en políticas públicas, o para “modificar” el orden de cosas, considerándose a sí mismos como actores políticos, aunque como miembros de organizaciones a-partidarias. A lo largo del trabajo lo pondremos en perspectiva.

“La acción de las organizaciones sociales se expresa en la ampliación de formas asociativas y la densificación del tejido social, así como en la generación de nuevas prácticas, discursos y significados en torno a la ciudadanía, la igualdad, la autonomía, la diferencia, la política y lo político” (Ortiz-Ruiz, 2016, p.533)

⁴⁵ Se puede acceder a la Ley Provincial en el siguiente enlace:
<http://www.adapthes.org.ar/PDFs/Ley%205600.pdf>

Organigramas: áreas, dinámicas y ocupaciones

TECHO y OAJNU poseen una impronta fuerte de trabajo en territorio, cuya bajada de línea viene dada por los modos de funcionamiento en cuanto a estructura interna, dinámicas y actividades, las cuales regulan la participación juvenil.

En el caso de TECHO, a nivel nacional la estructura se asienta sobre un Director Ejecutivo, de quien dependen los Directores Generales, con áreas a su cargo (Centro de Investigación e Innovación Social; Gestión e Información; Desarrollo de Fondos; Comunicación; Regiones; Personas). En lo que refiere a la sede CoCha (**Ver Foto N°1**) se organizan a partir de una Dirección General, de la que dependen las áreas de trabajo: Desarrollo de Fondos⁴⁶; Construcciones⁴⁷; Personas⁴⁸; Asuntos públicos⁴⁹; Comunicación⁵⁰; Administración y Finanzas⁵¹ y Gestión Comunitaria⁵². Este organigrama evidencia áreas segmentadas de trabajo, que demandan competencias específicas por parte de lxs jóvenes que participan en las organizaciones.

⁴⁶ Área técnica encargada de establecer acuerdos con empresas, socios y donantes que puedan financiar las actividades, y de “fidelizar” esos vínculos. Hay Alianzas con empresas, donde mediante la firma de convenios las mismas se comprometen a donar un monto anual y se suman a construir con sus empleados. Otra modalidad es el voluntariado corporativo, donde las empresas no donan, pero si financian actividades puntuales, por ejemplo, la construcción de una determinada cantidad de casas. Los socios son personas particulares que donan mensualmente.

⁴⁷ Área técnica vinculada a la provisión y distribución de materiales y recursos necesarios para las construcciones masivas. Al interior se encuentran el Área Técnica y de Detección y Asignación, la cual es un área específica dedicada a la organización y gestión de las recorridas periódicas cada sábado, así como la ejecución de las encuestas en los asentamientos informales, de los que derivan las “asignaciones” de aquellas familias que recibirán una vivienda de emergencia durante la construcción masiva.

⁴⁸ Área técnica vinculada a la convocatoria, seguimiento, capacitación y consolidación de los recursos humanos de la organización. Al interior se ubican las áreas de inserción, desarrollo de voluntarios, secundarios y gestión de voluntarios.

⁴⁹ Área técnica a cargo de la gestión de convenios con organismos públicos.

⁵⁰ Área dedicada a la comunicación interna y externa, al vínculo con medios y entre personas.

⁵¹ Área técnica dedicada a la rendición de cuentas.

⁵² Área a cargo de la gestión de trabajo sostenido en los asentamientos: mesas de trabajo, talleres de oficios, proyectos comunitarios.

“Las personas que están en un área determinada, va a depender si están en la parte de formación y voluntariado, ver por ahí de trabajar un poco más el liderazgo, la empatía, cosas así... las personas que están en el área de desarrollo de fondos verán la parte de cómo llegar a la empresa, cómo hablar, cómo captar socios... lo mismo en la parte de construcciones; Todo lo referido a construcciones, abastecimiento, logística. Pero los voluntarios que por ahí no están en un área específica se van capacitando, por ejemplo, en la construcción, de acuerdo a si ocupan un rol en la construcción. Ponele, si son lo que nosotros llamamos Jefes de Escuela, se los capacita en la parte de desarrollo de voluntarios; si son Jefes de camión se los capacita más en logística, en el recorrido del barrio, pero eso es una capacitación que tienen un tiempo antes de ir a construir. Y después el voluntario nuevo que aparece en la construcción va aprendiendo ahí con las personas que tiene al lado...” (Aldana, T.)

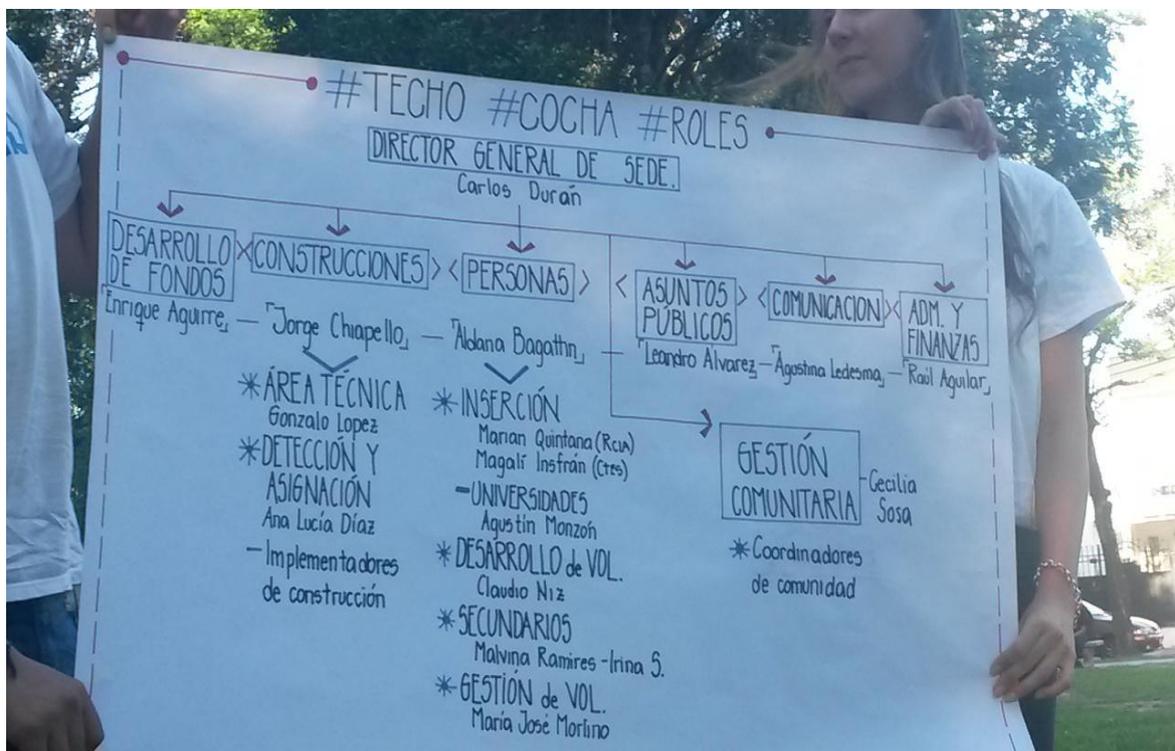


Foto N° 1. Afiche con Organigrama de la Sede CoCha de Techo. Foto propia tomada en una infocharla – febrero 2017

Estos cargos estructuran fuertes procesos de socialización a partir de los roles que cada voluntario asume y tienden a dotar de verticalidad a los procesos de tomas de decisiones, ya que deben “comunicarse con los responsables” de cada área y actividad. Esta verticalidad se produce no solo al interior de las sedes en sí mismas, sino en la relación de la sede con áreas nacionales dentro de las organizaciones.

“En cuanto a la planificación y qué se publica y qué no, hay una estructura nacional que está la directora nacional de comunicación, está la subdirectora, hay jefe de prensa, jefe de marca, hay una coordinadora regional que es la que nos delega actividades a cada coordinador de cada sede y acá yo coordino lo que sería la sede Corrientes y Chaco.” (Matías, 21 años, coordinador de comunicaciones en sede CoCha, TECHO.)

A diferencia de OAJNU, donde la totalidad de los cargos son plenamente “voluntarios” (ad honorem), en TECHO algunos cargos son rentados⁵³, entrando en tensión con la idea de voluntariado y permitiendo que algunos jóvenes cumplan obligaciones de horarios y tiempos definidos, gracias a los que se sostiene la organización. Enrique mencionaba que las intensidades en cuanto a trabajo están dadas por el lugar que cada uno ocupa y también por el calendario de trabajo, donde algunas “épocas” son más fuertes, como la colecta⁵⁴ o la construcción masiva, donde deben dedicarse a planificar y hacer seguimiento de los grupos de trabajo, mientras que otros momentos son más tranquilos y solo deben cumplir horas mínimas de trabajo.

“...ahora que tenemos colectas, y entran muchos voluntarios, son muchas tareas. Por ahí a los que estamos acá que somos cuatro chicos rentados, nos toca motivar un poco porque es un voluntariado y los chicos hacen las cosas mientras están a su alcance, pero tienen que

⁵³ En la sede CoCha los cargos rentados son: Director general, desarrollo de fondos, desarrollo de personas o coordinadora de formación y el coordinador de construcciones.

⁵⁴ Actividad que se organiza a nivel nacional, para que en una misma fecha voluntarios de todo el país salgan a puntos estratégicos de las ciudades. En esta salida masiva generalmente lxs jóvenes portan la remera de la organización y están disfrazados con pelucas y antifaz, sosteniendo alcancías pintadas de muchos colores. Hacen esto para “visibilizar” a la organización y poder recaudar fondos mediante donaciones voluntarias de los transeúntes.

trabajar, rendir, cursar, entonces por ahí es darle un respaldo a cada uno es como un desafío grande ahí.” (Enrique, T.)

Esta cuestión produce distinciones claras entre los voluntarios, no solo por los roles de mayor jerarquía o responsabilidad que asumen aquellos a quienes se les paga un “sueldo” sino por ser quienes llevan adelante la mayor cantidad de las actividades durante el año, dejando relegados a momentos específicos la participación de la mayoría de voluntarios afiliados a la organización. Además, la propia organización propicia instancias de “postulación” a ocupar esos cargos, incentivando a asumir nuevos roles o capacitaciones “dando un pasito más” en la organización, dejando entrever una idea de carrera o trayectoria dentro de la organización, donde entran en juego procesos de reconocimiento propio y de pares (**Capítulo 4**).

Por su parte, OAJNU tiene una estructura definida a nivel nacional y en cada una de las Representaciones Permanentes (**Ver Cuadro N° 1**), establecida mediante las figuras de Comités (Comité Ejecutivo⁵⁵, Comité Ejecutivo Ampliado⁵⁶), Secretarías (secretaría de promoción de proyectos locales⁵⁷, secretaría de fondos⁵⁸, secretaría de administración y finanzas⁵⁹, secretaría de fortalecimiento de voluntariado⁶⁰), Proyectos (Modelo Naciones Unidas, Proyecto Convivencial Ohana⁶¹, Ciudadanía de jóvenes⁶², Debate Político⁶³, Concurso Literario⁶⁴, entre otros) y Coordinadores por cada uno de los

⁵⁵ Conformado por el director de sede y encargadxs de las Secretarías

⁵⁶ El Comité Ejecutivo Ampliado (CEA) incluye al director, los secretarios y los encargados de proyectos. Después del primer plenario anual se oficializa el CEA, donde cada secretaría presenta su planificación anual, con vistas a que los voluntarios puedan elegir uno o dos proyectos a los cuales sumarse.

⁵⁷ Espacio dentro de la organización desde donde se apuntan a realizar proyectos comunitarios, más allá de las aulas.

⁵⁸ A cargo del vínculo con auspiciantes y donantes

⁵⁹ A cargo del manejo de fondos de la organización.

⁶⁰ Secretaría a cargo de las instancias de capacitación de voluntarios.

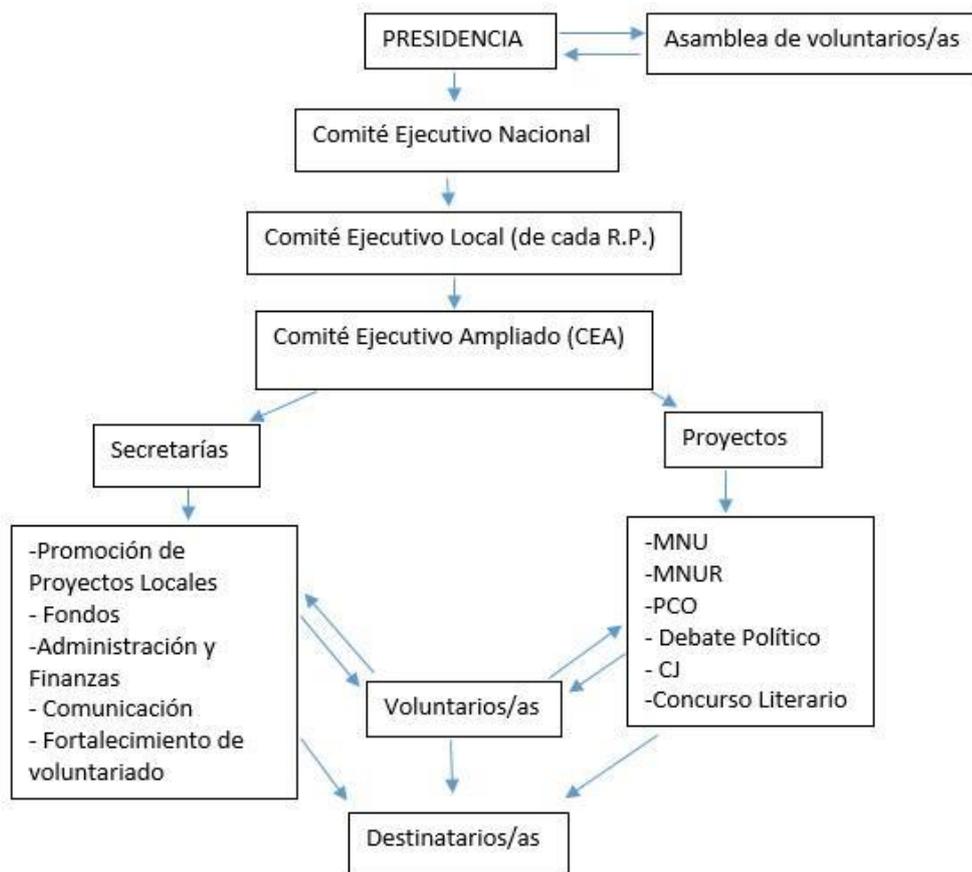
⁶¹ Proyecto Convivencial Ohana (PCO) se trata de proyecto que fue creado en la sede Corrientes. Tiene como destinatarios a niños de 8 a 10 años, donde a partir de juegos trabajan valores como el amor, la familia, la amistad, el respeto.

⁶² Proyecto de la OAJNU donde colaboran con espacios curriculares en las escuelas secundarias diseñando y ejecutando proyectos de intervención comunitaria

⁶³ Es un proyecto que fue creado en la sede Corrientes, y busca generar instancias de diálogo y debate entre estudiantes secundarios y universitarios con los políticos locales (concejales, diputados) en especial en momentos de campaña electoral.

⁶⁴ Proyecto destinado a recibir ensayos literarios en torno a temáticas específicas en cada convocatoria (por ejemplo, sobre medio ambiente, sobre problemáticas comunitarias), promoviendo la argumentación en lxs jóvenes.

proyectos. En las entrevistas remarcaron en varias ocasiones que estos roles jerárquicos son más que nada organizativos: “no los tratamos como cargos, sino como responsabilidades, porque no nos gusta la verticalidad. Todas las responsabilidades duran un año en la organización.” (Cruz).



Cuadro N° 1. Organigrama OAJNU. Elaboración propia en base a entrevistas.

Estos espacios de socialización vinculan territorialmente a lxs jóvenes con distintos actores (docentes, tutores, autoridades gubernamentales, vecinos, auspiciantes...) con quienes deben negociar. Esta situación se presenta como una experiencia juvenil que opera dotándolos de ciertas disposiciones (Dukuen, 2018). En la mayoría de los casos lxs jóvenes registran sus aprendizajes en torno a “aprender a hablar en público”, “perder la timidez”, “trabajar en equipo”, cuestiones no menores dado que potencian la capacidad de “darse voz”, de reconocerse como interlocutores válidos en cualquier debate público-político. (Barbero, 2002; Reguillo, 2012)

Además, aparecen valores vinculados con saber hacerse de metas cuantificables, de lograr traducir en “resultados concretos” los proyectos que encauzan.

El Modelo de Naciones Unidas transmite a los chicos eso de pararse serios, formalmente, discutir, utilizar palabras correctas... eh... digamos, otra experiencia. (Karina, O.)

TECHO como organización creo que tiene un peso social, digamos... nos hemos posicionado como una organización que hace algo. ¿viste? el ángulo “jóvenes, trabajando”. Y segundo que no somos una organización que busca el choque, lo que buscamos es, unir sectores de la sociedad, o sea, gente que piensa distinto en un solo problema. Aparte, somos optimistas. No somos así como ‘¡uy!, pobrecita la gente’, sino como: ‘Bueno, sí, está mal, pero se puede resolver, hay que meterle onda’. Entonces creo que todos esos valores, aparte de también ese espíritu, esa energía que tiene la organización es interesante. (Carlos, T.)

Lo que OAJNU despierta en los chicos a través de experiencias vivenciales de proyectos educativos es el involucrarse. Hoy OAJNU Corrientes debe tener setenta (70) voluntarios. Desde el día cero hasta hoy habrán pasado ciento cincuenta (150) personas. De esas 150, muchísimas, pero muchísimas son militantes de partidos políticos... son personas que están en grupos misioneros, parroquiales, evangélicos, eh... son chicos que se fueron a otras ONGs y que son dirigentes de otras ONGs. Es gente, digamos, con la vocación de la participación y OAJNU fue una escuela muy fuerte para ellos. (Marcelo, O)

Estas distintas áreas permiten articular y a la vez desdoblar las actividades que cada organización realiza. Cada área se ocupa de tareas puntuales, y ofrece espacios de trabajo y proyección personal y laboral a los voluntarios. Sobre esto nos detendremos en el Capítulo 4, al referirnos a los aprendizajes que lxs jóvenes perciben en su ámbito más

íntimo, en tanto retribuciones por su labor. Continuando con las estructuras de las organizaciones, nos detendremos ahora en los abordajes territoriales que proponen.

Abordajes territoriales

A partir de la óptica de las ciencias sociales, Jorge Benedicto y María Luz Morán (2002) plantean que, desde sus orígenes, el estudio de la juventud ha estado fuertemente territorializado. En especial, considerando los estudios de las Culturas Juveniles, donde se indaga su emergencia en tanto agentes sociales y se focalizan en los modos de ser joven en un contexto determinado.

“Las culturas juveniles crean espacios propios al adueñarse de determinados territorios urbanos –parques, plazas, centros deportivos, discotecas...- y los distinguen con sus marcas. Y en dichos movimientos no sólo transforman viejos significados construidos por los usos que otorgaron a estos mismos espacios las anteriores generaciones, sino que entran en conflicto con las autoridades públicas al tiempo que también pueden establecer relaciones de cooperación con otros grupos sociales por medio de estas prácticas.”
(Benedicto y Morán, 2002:87)

María Luz Morán (2003) explica la importancia que reviste pensar a la socialización política desde una concepción “espacializada”:

“La socialización ha de entenderse como un proceso biográfico de incorporación de las competencias sociales generadas en los diferentes ámbitos de la vida social en los que los individuos desarrollan sus vidas cotidianas. Ello obliga a repensar la diversidad de los lugares y de las instituciones en los que tienen lugar dichas prácticas, admitiendo tanto el cambio evidente en la naturaleza y funcionamiento de estos ámbitos de aprendizaje, como el posible “estallido” de alguno de ellos”. (Morán, 2003:33)

Una característica que se manifiesta en ambas organizaciones es la amplitud e imbricación territorial entre las provincias de Corrientes y Chaco. Como mencionábamos,

trabajan en un emplazamiento mayor que la ciudad de Corrientes, abarcando en el caso de la Sede Cocha de TECHO lo que se considera el “Gran Resistencia”⁶⁵ en el lado chaqueño y del otro lado del río Paraná, en las localidades Corrientes Capital, Santa Ana, Riachuelo, Bella Vista y Goya.

En OAJNU, el calendario anual de actividades que proponen tiene como punto de encuentro diversos lugares de la ciudad de Corrientes, tales como las escuelas secundarias o ámbitos universitarios donde además de convocar a voluntarios realizan actividades con ellos; la legislatura provincial para ocupar la cámara de diputados⁶⁶, plazas públicas o clubes donde realizan movilizaciones o difusión de sus actividades; comedores comunitarios, donde llevan a cabo proyectos comunitarios, entre otros espacios. Sus actividades territoriales se vinculan fundamentalmente con ámbitos educativos, para las cuales articulan con organismos estatales, entes públicos, colegios privados y semi-privados. Además, establecen vínculos fluidos con la Representación Permanente de la Provincia del Chaco y también llegan a localidades del interior provincial, como San Roque, Caa Cati, La Cruz, Paso de los Libres, Monte Caseros, Goya, a partir de proyectos como el Foro de Jóvenes o mediante capacitaciones para la participación en el Modelo Regional de las Naciones Unidas.

Esta organización obtiene financiamiento mediante la participación en proyectos internacionales (CITS, COMEDI, Scholas, ORPAS) firmados con la Unión Europea y países de Latinoamérica, lo que les permite estrechar vínculos con otros jóvenes mediante intercambios y capacitaciones de los voluntarios, puntualmente en cuestiones vinculadas a economía social o a mediadores comunitarios.

“En Europa está muy instalado eso de empresas sociales y siempre van voluntarios de la organización a capacitarse allá y traer la información... eso nos da mucha financiación. También trabajamos con intercambio de voluntarios en mediación comunitaria, con el proyecto Comedi. Con Scholas, las escuelas del papa, también trabajamos mucho. El año pasado también acordamos con una

⁶⁵ el “Gran Resistencia” abarca además de la ciudad homónima las localidades Fontana, Barranqueras y Puerto Vilelas. Por su parte el “Gran Corrientes” abarca además de la ciudad homónima, las localidades Riachuelo, Santa Ana, San Luis del Palmar, Paso de la Patria y San Cosme (López, S. et al. 2018).

⁶⁶ En la legislatura hacen un proyecto que se denomina “Modelo Cámara de Senadores”, donde juegan a ocupar el ámbito legislativo para discutir sobre el armado de leyes.

organización de Brasil que se llama ORPAS que está en una Favela, con quienes también tuvimos un intercambio; y compartimos mucha información con organizaciones de otros países. (Cruz, O.)

En ambas organizaciones destacan cómo su paso por el voluntariado les permitió conocer distintos barrios y ámbitos institucionales de la ciudad de Corrientes, como así también otras provincias argentinas y países de Latinoamérica y/o Europa, en los que está presente la organización (TECHO) o mediante proyectos en común (OAJNU), viajando en representación de las organizaciones.

Con OAJNU conocí los barrios, los trazados de colectivos y demás...yo vivo cerca del centro, y siempre fui a escuelas céntricas entonces más allá de las casas de mis compañeros no conocía. En cambio, ahora creo que lo que más me mostró OAJNU es la importancia que tienen las instituciones en cada lugar. La escuela del barrio, la delegación municipal del barrio, la plaza del barrio, es como que tiene una fundamentación, una representación muy grande para la gente que vive ahí. Entonces, creo que eso es lo que pude conocer más, digamos... las instituciones que tiene la ciudad y por ahí lugares... la plaza de tal lugar, el comedor de tal barrio... esas instituciones que aglomeran mucha gente y que le da un sentido de pertenencia a la gente que vive ahí. (Cruz, O)

Recorriendo con TECHO conocí toda la ciudad de Corrientes y varias localidades de la provincia. Santa Ana, donde imaginé un lugar de élite y hay lugares muy precarios... Riachuelo; todo lo que es el Gran Resistencia, si bien conocía como que me adentré mucho más. Hice un relevamiento en Buenos Aires en el 2013. Estuve en Quilmes y en varias localidades de Buenos Aires. En Córdoba. Y en 2014 fui a Brasil, a San Pablo, a construir en una favela. (Ricardo, 31 años, coordinador del Relevamiento de Asentamientos Informales 2016 en Techo)

A estos testimonios se suman otros, identificando provincias (Salta, Santa Fe, Córdoba, Buenos Aires, Misiones, Mendoza, Tucumán) y países (Costa Rica, Colombia, Chile, El Salvador, Brasil, Perú, Holanda, Turquía) que lograron conocer en su paso por las organizaciones “Es como que hay demasiadas oportunidades. Nada más tenés que poder agarrarlas, estar en el momento justo de tu vida en que lo podés hacer y estás dispuesto” expresaba Paloma (22 años, encargada de proyectos comunitarios en OAJNU) ante estos viajes institucionales.

En lo que refiere a TECHO, la organización posee un modelo de trabajo que se replica en todos los países donde está presente, mediante tres actividades territoriales troncales:

1) Actividades de “Detección”, es decir un trabajo de recorrido a pie por los asentamientos, visitando a los vecinos para encuestarlos y conocer de primera mano la situación socio-económica en que viven;

2) Actividades de “Construcción”, para lo cual se estipulan fechas claves de trabajo donde realizan construcciones masivas de viviendas de emergencia durante todo un fin de semana;

3) También en todas las sedes se organizan y sostienen “mesas de trabajo”, donde de manera conjunta entre vecinos y jóvenes voluntarios realizan diagnósticos y estrategias para mejorar la calidad de vida en los asentamientos, atendiendo a cuestiones de diversa índole: hábitat, espacios públicos, acceso a servicios básicos como luz, agua, cloacas, ingreso de transporte público, trazado y denominación de calles, etcétera. Ante este modelo cada sede hace lo propio, atendiendo a las características de cada provincia, por lo que pueden variar los días y horarios de trabajo considerando el calor o el frío⁶⁷.

“Siempre hay una impronta propia de la sede, y de cada provincia, pero es un modelo que ya viene bajado nacionalmente en cuanto a lo que son las actividades predeterminadas. Siempre está la posibilidad de generar algo nuevo también acá, más por iniciativa de los voluntarios. Pero es bastante verticalista en algún punto, como que

⁶⁷ La ciudad de Corrientes se ubica en una zona geográfica de altas temperaturas, que varían durante la mayor parte del año entre 30° y 45°, con alto porcentaje de humedad y de sensación térmica, lo que condiciona los horarios de trabajo y de reuniones para evitar las calurosas siestas. Como referencia de esto puede mencionarse que existe desde hace mucho tiempo un horario comercial cortado, de 8 a 12 y de 17 a 21 horas, aproximadamente.

se viene siguiendo una forma de trabajo que se implementa nacionalmente y en toda Latinoamérica, digamos.” (Aldana, T.)

Además de esas acciones de detección o construcción que se circunscriben a determinados barrios periféricos (**Ver Foto N° 2**), se realizan otras actividades, como la colecta anual, que se hace en las calles o en las zonas más transitadas tales como plazas, escuelas, paseo costanera, supermercados; y también actividades en la oficina, como reuniones para armados de estrategias, cine debate, pintatón de alcancías, entre otras.



Foto N° 2. Construcción masiva entre voluntarios y vecinos.

Fotografía propia. Abril 2016.

Como vimos, plazas, barrios, clubes, escuelas, institutos, recinto legislativo, entre otros espacios aparecen como los lugares donde estos jóvenes llevan adelante sus prácticas de manera sostenida. Esta cualidad de permanencia se constituye en una de las particularidades de ambas organizaciones y obliga a lxs jóvenes a planificar las actividades a largo plazo, debiendo establecer acuerdos con los vecinos, estudiantes, docentes, y autoridades tanto gubernamentales como directivos de las instituciones escolares.

Actividades sostenidas en el tiempo y aprendizajes de lo político

La pregunta en torno a la socialización apunta a dilucidar la relación entre acción individual y orden social. Históricamente se identificaron dos miradas en torno a este proceso. Una mirada “encantada” plantea que la incorporación de normas compartidas por la sociedad se produce sin tensiones y asegurando en un mismo movimiento a la vez autonomía personal y la integración social del individuo. Por otro lado, una mirada crítica, que sostiene cómo la incorporación de normas y valores reafirman las asimetrías sociales, mediante mecanismos de dominación. Aquí aparecen como significativos los aportes de Bourdieu respecto el *habitus* y el par posición/disposición (Oraisón, 2015; Martuccelli, 2007, Benedicto y Morán, 2002)

La noción de socialización política que estamos exponiendo es subsidiaria de la conceptualización realizada por Benedicto y Morán en torno a lo que denominaron “*aprendizajes de lo político*”. En el año 2002 estos investigadores españoles profundizaron el estudio sobre los aprendizajes de la ciudadanía activa en jóvenes. Realizaron una sistematización de las principales discusiones sobre la socialización (Parsons, Piaget, Percheron, Bourdieu) y la enmarcaron en relación a los espacios donde las prácticas de ciudadanía se llevan a cabo. Ellos nos invitan a pensar la socialización política como los aprendizajes que realizan los actores en los espacios donde transcurren y desarrollan sus prácticas sociales, donde se construyen concepciones y aprendizajes sobre la distribución y el ejercicio del poder político. Estos autores remarcan que la pregunta por la socialización política fue una pregunta olvidada en los debates en ciencias sociales. Formulan esta crítica considerando que las discusiones sobre ciudadanía juvenil operan muchas veces dando por sentada la existencia de procesos de aprendizaje de los principales contenidos y competencias que se consideran pre-requisitos para la implicación de las personas en sus comunidades de pertenencia (Benedicto y Morán, 2002).

Esta noción de aprendizajes de la política, la complementamos con la conceptualización realizada por Fillieule (2002) para quien la socialización política es “*un proceso relacional y continuo de interiorización de esquemas de percepción y de acción relativos al mundo político o que forman parte de una relación política con el mundo social*” (Fillieule, 2012, citado por Dukuen, 2018:868)

Tanto TECHO como OAJNU mantienen una actividad sostenida en el tiempo, lo que les permite diferenciarse de otros tipos de voluntariados en la ciudad.

“(...) por ahí no es que vos te vas a un lugar un día, y te fuiste, hiciste algo hoy y después te olvidaste; sino que la organización busca realmente involucrar, que todos como sociedad nos involucremos en la vida del otro, del que tenemos al lado. Me parece que esa es la mayor diferencia que tiene Techo en relación a otras organizaciones que son diferentes y que también aportan muchísimo.” (Aldana, T.)

El modo de involucrarse implica asistir con regularidad semanal (a veces hasta dos o tres veces por semana) a determinados barrios y/o escuelas de la ciudad, y realizar actividades con la misma frecuencia. Esto es marcado como una fortaleza por parte de los integrantes, ya que “hay cosas para hacer así, ya, inmediatamente y sin muchas vueltas, y que tienen impacto, parecen tener relevancia, es rápido” (Carlos, T.). Es decir, identifican como importante poder poner sobre la mesa resultados concretos. Sobre esta modalidad de presencia sostenida en territorio, se logra que los voluntarios tomen contacto con una realidad que a menudo les resulta ajena, y sobre la cual re-estructuran sus saberes y actitudes, en su paso por la organización.

En el caso de TECHO los aprendizajes vienen dados por el contacto con una situación de vulnerabilidad en la que viven los vecinos de los asentamientos, en las condiciones de vida y en las posibilidades y limitaciones reales que ese lugar ofrece a quienes viven allí (**Ver Foto N° 3**). Dado que el componente principal es el trabajo de jóvenes voluntarios, se proponen actividades de formación para una reflexión crítica respecto la realidad. De esto se encarga el área de Personas, en la línea de Desarrollo de voluntariado.

“Te da vuelta la cabeza, te cambia toda la manera de pensar, porque antes de entrar vos decís “estamos ayudando a un vecino a construir su casa” y después como que te vas metiendo más y sabés que con esa casa no es suficiente. Capaz el lunes ese vecino va estar en un lugar un poco más seco, más seguro, más resguardado, pero vos no sabés si va tener para comer... igual están secos, pero para llevarle al nenito a la escuela si llueve, imposible, entonces te vas involucrando cada vez más y también vas rompiendo ciertos prejuicios.” (Enrique, T)



Foto N° 3. Cuadrilla en construcción. Fotografía propia. Abril 2016.

Ambas organizaciones se caracterizan por favorecer que lxs jóvenes puedan ir rotando en roles y áreas, por un lado, para dotar de dinamismo a la organización y por otro, para poder hacer frente a la pérdida de voluntades comprometidas con las actividades. En algunos casos se trata de áreas o tareas más profesionales, por ejemplo, el área legal o de desarrollo fondos, que requieren conocimientos en abogacía, contaduría o economía, y otras áreas “más voluntariosas, como la coordinación de un barrio o una zona de la ciudad” (Facundo, 31 años, coordinador de comunicaciones en TECHO). Esto repercute en los aprendizajes de lxs jóvenes, ya que deben hacerse cargo de actividades puntuales, para lo que la organización prepara instancias de capacitación orientadas a dotarlos de ciertas actitudes y también formarlos en contenidos.

OAJNU es una organización auto-gestionada, lo que implica que los voluntarios tienen “que saber de todo, desde cómo planificar un proyecto, cómo financiarlo y cómo difundirlo, que serían como los mayores ejes” (Cruz).

“OAJNU es una capacitación constante...vas aprendiendo en todo momento en las capacitaciones abiertas de los referentes, con personas que tienen años en la organización. Vos ves cómo se manejan, hablás con esas personas, te dan consejos, te dicen que esto, que lo otro, y vos vas aplicando todo eso (...) Ahora este domingo, por ejemplo, los coordinadores tenemos una capacitación con una persona que fue uno de los fundadores de la Sede Corrientes, y nos va a capacitar en liderazgo, con diferentes herramientas que nosotros podemos utilizar en nuestro equipo.” (Alexis, O)

“Yo armé un plan integral de capacitación para los voluntarios de OAJNU. El plan se dividía en cuatro, primero en oratoria y negociación, las maneras de dirigirse un voluntario es una formación personal del voluntario; la segunda: Qué es el mensaje OAJNU y cómo transmitirlo (...) y los últimos dos se dirigían al coaching ontológico, que trabaja sobre la motivación y la responsabilidad, cómo generar responsabilidad en un voluntario” (Silvio, 21 años, seguidor de colegios para el MNU, OAJNU)

“Se viene haciendo ya hace dos años un programa que se llama Ciclo de Formación Continua, que es una capacitación para los chicos que son coordinadores de comunidad y ahí se aborda mucho la problemática (de pobreza y asentamientos informales) desde lo global a lo particular. O sea, por decirte: conceptos, estadísticas mundiales, nacionales y demás, pero la idea de esa formación es que los chicos después lo bajen al territorio donde ellos están. Entonces, sí se trabaja desde una perspectiva global como para conocer, pero después a esa herramienta se la baja al territorio donde ellos están, al barrio específico donde están.” (Aldana, T.)

Atendiendo a estos espacios de formación centrados en el liderazgo, la autogestión y el coaching, nos interesa recuperar la mirada de Ana Natalucci (2018) quien plantea que

el neoliberalismo se constituye en un discurso capaz de configurar campos de acción donde prima la lógica de la mercantilización y una concepción de la sociedad civil caracterizada por la individuación, la autogestión, la autoregulación sobre la base del empoderamiento. *“El neoliberalismo no solo afectó la fisonomía de la estructura de la socioeconómica marcando una división entre sectores integrados y no integrados, sino también los sentidos políticos impregnados en el Estado y en la agencia de los actores sociales”* (Natalucci, 2018: 105)

En las instancias de capacitación que mencionábamos se juegan los perfiles que cada organización necesita para poder funcionar. En OAJNU, durante las capacitaciones que se realizan en entornos áulicos, los esfuerzos están orientados a dotar a lxs jóvenes en trabajo en equipo, manejo de grupos, y transmisión de experiencias y del “mensaje OAJNU” (Ver foto N° 4). Reciben capacitación en primeros auxilios con la Cruz Roja, lo que encuentran necesario ya que trabajan haciéndose cargo de grupos de jóvenes, en algunos casos con proyectos numerosos como en el MNU donde asisten más de 600 jóvenes (en cifras de 2017)⁶⁸, en otros más reducidos como en los proyectos comunitarios donde trabajan con vecinos, pero en cada caso “deben estar preparados” ante cualquier acontecimiento; A la par se realizan capacitaciones en planificación de proyectos; en manejo de redes sociales y en oratoria, tal como enumeraban en las entrevistas Marcelo, Paloma, Cruz, Milagros y Silvio.

⁶⁸ “Cada año se suman más jóvenes al debate de la ONU” titulaba el Diario El Litoral el 16 de octubre de 2017 <https://www.ellitoral.com.ar/corrientes/2017-10-16-1-0-0-cada-ano-se-suman-mas-jovenes-al-debate-de-la-onu>



Foto N° 4. Taller para ingresantes en OAJNU. Fotografía propia. Marzo 2016

“El Oajnu que más trabajo de campo realiza con destinatarios es aquel que tiene más facilidades para manejar a jóvenes de su misma edad, que ante profesores son medio caóticos; bueno, con el oajnu tiene que estar tranquilo... entonces tiene que ver con esta cuestión de manejo de grupo. Y después capacidad pedagógica, digamos. Saber expresar qué es la enseñanza, o qué es lo que tiene para transmitir. Entonces el ojanu siempre tiene muchísimo de capacitación interna en educación popular, en ir a un colegio y enseñar trabajo en equipo, compromiso, o problemáticas mundiales como la intolerancia o la migración a través del juego, digamos. Eso tiene que saber hacer, y en eso se pone mucho foco. Y después, el oajnu que no sabe trabajar en equipo, es una persona que le cuesta mucho salir de su zona de confort, o ese trabajo voluntario de tanta gente, de tanto trabajo acumulado, digamos... si no sabés delegar, si no sabes respetar los roles de un equipo, si sos medio autoritario, no tenés muchas posibilidades de crecimiento porque no vas a funcionar. Entonces: el trabajo en equipo, el manejo de grupo y el transmitir experiencias y conocimientos son las cosas más importantes. Y después hay más cosas, que un oajnu que está tres años en la

organización ya adquiere: de gestión de proyectos, de ejecución, de evaluación, de ventas, de abordaje territorial... esas son otras cuestiones. Pero lo más importante para el oajnu que recién entra, o los de los dos o tres primeros años, que están con el destinatario, esas son las cosas más importantes.” (Marcelo, O.)

“... nosotros siempre intentamos trabajar sobre cuestiones de trabajo en equipo, empatía, resiliencia, participación y demás, o aprender técnicas nuevas, que así, de lejos suenan como medio colgadas, pero al momento de estar ahí (en las actividades) te sirven. O sea, la escucha activa, la empatía, la observación, las técnicas, parece que no, pero las técnicas sirven un montón.” (Paloma, O.)

En el caso de TECHO, en cambio, las capacitaciones están orientadas a sensibilizar y acompañar procesos de modificación de los territorios, apuntando al reconocimiento y a la ampliación de derechos en torno al hábitat. Como puede verse (**Ver Figura 1**), en su mayoría los asentamientos en los que trabaja TECHO en la ciudad correntina están ubicados en zonas periféricas y ribereñas. Mediante el trabajo sostenido en el tiempo se busca, por un lado, mejorar la calidad de vida de las personas que allí habitan, y por otro, pensando en los voluntarios, se espera dotarlos de la “experiencia”, ya que algunos nunca conocieron un asentamiento y por lo tanto sostienen pre-juicios desde la ignorancia.

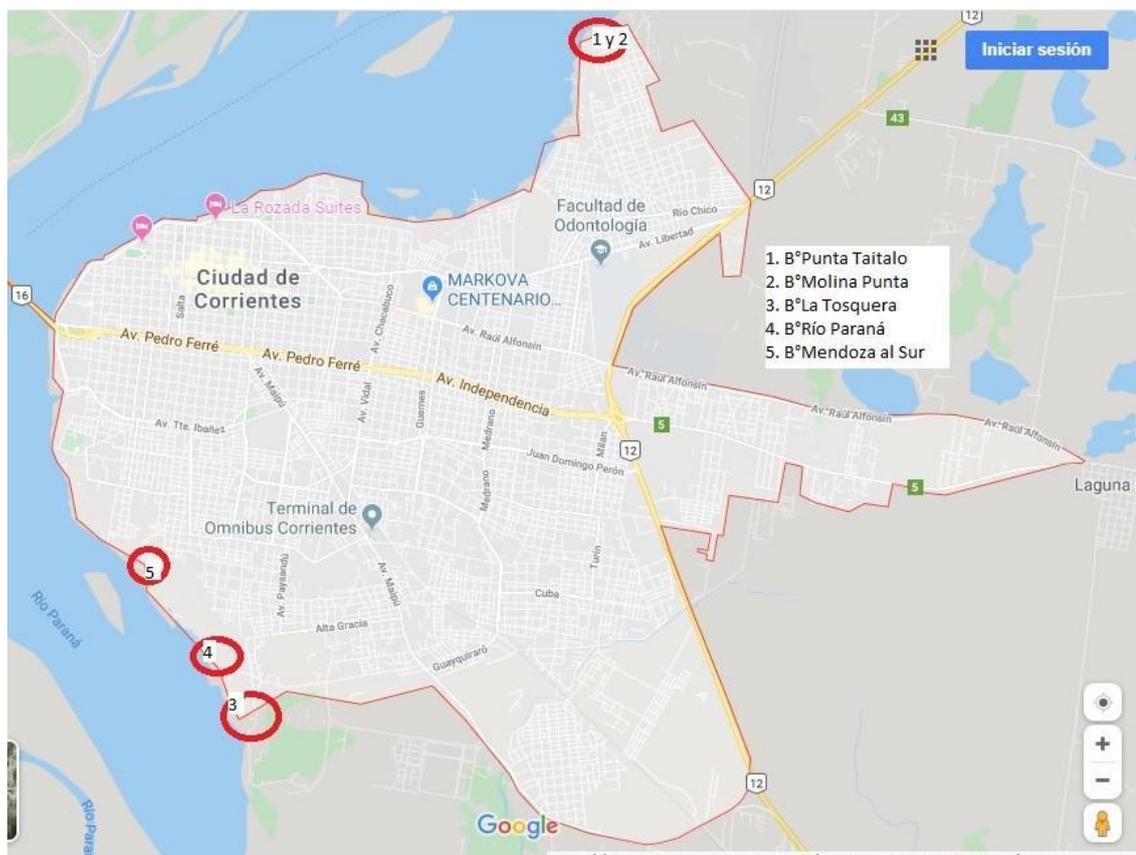


Figura 1. Mapa de asentamientos donde trabaja TECHO en la ciudad de Corrientes.

Fuente: Elaboración propia

“Hay gente que te dice ‘yo ni sabía que esto existía. Había escuchado, pero no sabía que esto existía’, directamente. Entonces, queremos romper eso, cuando dicen ‘el de la villa, el del barrio que es un chorro, blablá...’, tenemos que empezar a generar empatía, la empatía sólo se genera conociendo...” (Aldana, T.)

“Nuestro primer propósito es trabajar en conjunto con vecinos de asentamientos para hacer mejoras a la situación de su vida. Y el segundo propósito es acercar jóvenes a la realidad que viven las familias de los asentamientos. Pusimos esos dos propósitos para tener ese balance entre trabajar en el barrio, que es lo que nos mueve a la mayoría, pero no dejar de pensar también en el voluntario, que es importante que se sensibilice. Es la parte social que te decía. ¿Cómo

rompes ese concepto? Sólo lo rompes llevando a la persona a conocer el barrio. Hay gente que tiene 30 años y nunca ha pisado un barrio precario en su vida. Y bueno, hay que romper eso...” (Carlos, T.)

“Mucho del aprendizaje era ir al choque. Ir al terreno, y prueba y error. Las capacitaciones fueron un déficit, aunque sí veo que este último año están tratando de hacer un cambio, para concientizar un poco más sobre todo lo que hacemos y de visualizar cuáles son todas estas problemáticas. Porque yo creo que muchos estamos naturalizados con los problemas y no llegamos a dimensionar y comprender del todo la situación de vida de cada uno (que vive en un asentamiento). Me ha pasado en mis primeras participaciones, donde hacíamos las encuestas y al final teníamos como que poner una priorización, eh... me iba a una casa que estaba mal; después me iba a otra que era horrible, pero, el piso estaba como más limpio, piso de tierra, pero no tenía barro como los otros, y lo ponía “normal” o no en una situación tan grave. Pero era de pronto esto, que parecía natural. “Capaz que vive bien”, era... como no entendiendo... La capacitación tiene que ir mucho de la mano del trabajo en territorio.”
(Ricardo, T.)

A lo largo de los testimonios recuperados en TECHO aparece la diversidad de espacios por los que transitan, y la complejidad social de los mismos, en términos de diferencias estructurales que los interpela identificando “dos ciudades” en una misma. Así, Carlos plantea que se da una ciudad formal, con acceso a servicios básicos, y una ciudad informal donde los propios vecinos van haciendo lo que pueden, con derechos vulnerados y siendo “ciudadanos de segunda”. A su vez Analía plantea cómo al transitar recurrentemente por los barrios se perciben líneas divisorias, que en algunos casos quedan demarcados “por el cruce de una calle”. Mientras que Ricardo identifica que en Corrientes existe una mayor consolidación territorial, con asentamientos radicados hace más de treinta años, que tienen límites difusos. Todo este panorama les resulta difícil de “mostrar” o “visibilizar”.

“Vivimos en una misma ciudad y somos tan diferentes. Conocer cómo en un mismo barrio una calle separa dos cosas diferentes, un poco te sensibiliza. Aprendés a conocer, a tener un poco más de empatía con el otro y ver cómo podés participar de la sociedad; hay un montón de cosas para hacer y a través de la organización yo podía canalizar un poco lo que quería hacer.” (Analía, T.)

“El desafío que presentamos es que los asentamientos deben ser integrados social y urbanamente a la ciudad. Porque hoy lo que vemos es ese problema, que hay dos ciudades: la ciudad formal, como entre comillas, porque la formalidad es un concepto que nosotros creamos, que nosotros muy subjetivamente le damos a cada situación, ya que dentro de la ciudad formal hay mucha informalidad también; y tenés la ciudad informal que es la hecha por los propios vecinos, que está conformada por los asentamientos, las villas y asentamientos de las ciudades, que tienden a ser ciudadanos de segunda, que no existen, que no tienen los mismos derechos. En la ciudad formal hay luz eléctrica, en la ciudad informal no hay nada de eso... no tenés dirección, no existís, no estás en el mapa de la municipalidad... entonces es bastante complicado, digamos, porque no se reconoce que hay gente que vive ahí... (Carlos, T.)

Yo lo que vi más en los barrios y asentamientos de Corrientes, por ejemplo, es más permanencia en el tiempo... se notan mucho más las segregaciones en las afueras de las ciudades, y más consolidación. Sí consolidación de las familias al territorio, pero no a la identidad del barrio o de comunidad, por así decirlo. Son personas que se reconocen dentro del barrio pero que por ahí no existe como una participación o una lucha tan fuerte como la que existe en Resistencia (Provincia del Chaco) (...) por ahí los límites también en territorio los de marcas muy fuerte, y en Corrientes por ahí en la zona de la Costa, Barrio Quinta Ferré y demás, como que no sabés dónde empieza y

dónde termina otro. No tenés bien delimitadas las calles, no sabés cuándo estás en un barrio y cuándo estás en el otro, y generalmente más me llama la atención el tiempo: los años que están así... (Ricardo, T.)

Por su parte, en el caso de OAJNU los aprendizajes vienen dados al tener que posicionarse frente a un aula, debiendo realizar manejos de grupos con jóvenes de edades cercanas a las de los propios voluntarios.

Nosotros lo que buscamos es que cada joven identifique qué derechos tiene vulnerados y cómo puede hacer para conseguir que esos derechos sean mejores el día de mañana. Eso es lo que buscamos con la promoción de derechos y eso es incidir en políticas públicas de alguna manera: empoderar a una persona y que pueda identificar situaciones. Por ejemplo: yo siento que tengo mi derecho al acceso a la educación cumplido, pero en realidad no, porque el acceso a la educación no es sólo ir a la escuela sino también tener los materiales, tener el transporte, poder participar en clase, que el contenido sea bueno, que el docente esté preparado, que la institución esté preparada en su infraestructura... todo eso es tener el acceso a la educación. (Cruz, O.)

Esta presencia sostenida de las organizaciones habilita la apertura de procesos de trabajo en conjunto, lo que conlleva al establecimiento de vínculos más estrechos no solo con los “jóvenes pares”, sino también con adultos: docentes, tutores y directivos (en el caso de OAJNU), y con vecinos de los asentamientos y trabajadores de dependencias estatales (en el caso de TECHO). Estas modalidades permiten posicionar a las organizaciones como un actor político en territorio, dotándose de credibilidad y con peso propio.

Porque a veces, generalmente acá la mayoría de cosas... es como dar planes nomas, pero a la gente tampoco le ayuda eso. A veces es como que se necesita que alguien esté, que acompañe un proceso, que se interese por el otro y no le tire un hueso. ¿Entendés? Me parece que

falta tratar a los demás, o a todos, como pares. Eso es lo que yo creo que TECHO debate. (Aldana, T.)

O sea, nos ven como los jovencitos, pero no dicen 'los jovencitos de tal o cual partido, los de Macri o de los K'. No. Dicen 'son los jóvenes de Techo', digamos. Eso también es una entrada... (Carlos, T.)

Justamente ese peso propio, sumado al valor añadido de ser organizaciones juveniles, los coloca en un rol de referentes claves ante la mirada de agrupaciones políticas, que en varias ocasiones los han convocado para que colaboren estratégicamente como un “modo de ingreso” a determinados lugares. Este marco de acción también los interpela a pensarse y posicionarse como organizaciones a-partidarias.

La noción de autonomía con la que ambas organizaciones se presentan resulta relevante, en principio como un modo de establecer distancias con cualquier partido político, aunque por su trabajo territorial se ven obligadas a entrar en diálogo y negociación con varios de ellos, en especial con los partidos que gobiernan la provincia y la ciudad. La autonomía es definida en términos de la construcción de un proyecto político autónomo del Estado, de la iglesia y de los partidos políticos. Sin embargo, Melina Vázquez (2007:144) plantea que también puede ser pensada junto con la idea de recambio generacional: “*Antes que con la sucesión de grupos de edad, esto remite a la posibilidad de transformar y renovar el modo en que se piensa y se proyecta la política*”.

En este sentido, los vínculos establecidos con gobiernos y partidos los obliga a estar atentos a que dichos vínculos se exhiban de manera “transparente” y “prolija”, para que la organización no quede pegada a colores políticos ni pierda su autonomía. Por ejemplo, que no usen los logos de la organización en campañas o actividades políticas, o invitar a los políticos a sus actividades buscando que su presencia no implique inmiscuirse o modificar sus proyectos. En esta última línea se produce una tensión interesante en OAJNU, donde hijos de políticos se vinculan como participantes y como potenciales voluntarios.

A partir de todas las actividades que fuimos mencionando, los y las jóvenes definen a las organizaciones en las que participan como espacios de formación/capacitación en algunos casos exclusivamente para los voluntarios, a veces poniendo el foco en actividades para la captación de voluntarios nuevos, es decir, más vinculada a la

reproducción y sostenimiento organizacional; y en otros casos desde un rol de interpelación a “la sociedad” en general, buscando establecer determinadas discusiones de lo público-político (**Capítulo 7**). Para ellos, su actividad en la organización es política, en tanto los moviliza a involucrarse con el entorno y tomar posición desde el sector de la sociedad civil. Les permite pensarse como ciudadanos (**Capítulo 4**).

Territorios de inscripción digital: perfiles en plataformas comerciales

Campo Sánchez y Mansilla Morales (2015) plantean desde una posición determinista, que los avances de las TICs, con Internet a la cabeza, se constituyen en elementos configuradores y vertebradores de la realidad social. Que hoy resulta imposible pensarnos como sociedad por fuera de contextos tecnológicos.

“Hoy parece indiscutible que el tradicional marco social y político en el que los actores sociales interactúan ha cambiado de forma profunda. La pluralidad de lenguajes y de sensibilidades, la crisis de los paradigmas habituales, nos obliga a analizar nuevos espacios y formas de socialización política.” (Campo Sánchez y Mansilla, 2015:58)

Desde la perspectiva que asumimos en este trabajo, ligada a los usos y apropiaciones, se reconoce que la dimensión real del impacto social de Internet no puede únicamente atender a lo que ocurre en/con los entornos tecnológicos, sino que deben incorporarse para su comprensión a las personas con las que los internautas entran en contacto en contextos presenciales y virtuales, y también considerar los lugares e instituciones desde donde se conectan, los usos del tiempo libre, los vínculos y resignificaciones entre la esfera privada y la pública...

“Aunque los jóvenes sean asiduos participantes de las redes y comunidades virtuales, no lo hacen al margen de las instituciones donde se organiza su vida cotidiana, sino precisamente desde esos lugares; no se trata de una experiencia paralela –aunque sea nueva y comporte muchas especificidades–, sino de una experiencia resignificada por otras formas de socialización y por el uso de otras tecnologías mediáticas”. (Wincour, 2006:553)

Partiendo de estas ideas, debemos reconocer que las actividades para poner a funcionar las estructuras de estas organizaciones están completamente atravesadas por la comunicación digital. TECHO y OAJNU tienen presencia en distintas plataformas comerciales (Facebook, Twitter, Instagram) y cuentan con áreas específicas dentro de sus estructuras que se encargan de manejarlas. Desde esas cuentas a grandes rasgos comunican y entran en contacto con distintos públicos, entre ellos con potenciales voluntarios. Si bien profundizaremos sobre las dinámicas de trabajo incorporando TICs, las actividades puntuales que realizan en entornos digitales y los tipos de publicaciones que realizan desde estos espacios más adelante (**Capítulos 4, 5, 6 y 7**), nos interesa aquí dar cuenta el lugar que estos espacios ocupan al interior de ambas organizaciones, en sus estructuras.

En el caso de TECHO, en la sede CoCha hay un encargado de comunicación, que a su vez recibe la ayuda de distintos voluntarios. Esta organización cuenta con una plataforma desarrollada por los propios voluntarios a lo largo de varios años, denominada “Pilote”⁶⁹, que se constituye en una gran base de datos de todos aquellos que han transitado por las actividades de la organización, como así también de todos los relevamientos que fueron haciendo. También hacen uso de plataformas como Facebook, Twitter, Instagram, con la particularidad de que las “cuentas oficiales” son manejadas a nivel nacional, con la imposibilidad de abrir cuentas por sedes. En el caso de la Sede CoCha sólo poseen un grupo cerrado en Facebook, como se mencionó en el capítulo anterior.

Matías, responsable de comunicación de la sede CoCha durante 2016, explicaba que, a nivel local, el único espacio digital que es producido directamente por ellos es dicho grupo en Facebook (Voluntarios Techo Chaco-Corrientes). La información que difunden sobre la organización está centralizada en Buenos Aires por la Coordinación regional de comunicación, y si bien pueden aportar contenidos desde la sede Corrientes, no disponen de vía libre para publicar en nombre de la organización. Esta estrategia de

⁶⁹ <http://pilote.techo.org/> Sobre esta plataforma, Carlos mencionaba que “es un sistema propio que lleva como 15 (quince) años desarrollándose. Ya lo desarrollaron voluntarios y que es bastante grande, es enorme la plataforma, pero ahí tenemos todo: todos los barrios registrados, tenemos todos los voluntarios que participan se registran en ese sistema, ahí tenés la estructura de los equipos fijos, o sea, tenés todo lo que sería la operatividad”

comunicación limita sus márgenes de acción, ya que coloca múltiples instancias previas a la “publicación” de determinados contenidos.

“Desde la oficina central bajan discursos sobre lo que es TECHO y qué es lo que hacemos en los asentamientos informales y en base a eso se decide qué vamos a comunicar, depende de la actividad que tengamos. Por ahí por lo que más se nos conoce es por llevar a cabo construcciones dentro de asentamientos informales, pero no es lo único que hacemos.” (Matías, T.).

En el caso de OAJNU, la administración de los espacios corresponde a la Secretaría de Promoción, cuya función principal es el manejo de la imagen, que tiene un/a secretario/a y colaboradores para el armado de estrategias de comunicación y para elaboración de flyers. La organización tiene una página web propia (www.oajnu.org), que aglutina a diversas provincias, donde las sedes aparecen como “pestañas”.

A su vez, OAJNU tiene presencia en varias plataformas comerciales (Facebook, Twiter, Instagram) donde la Sede Corrientes tiene sus propias cuentas. En el caso de OAJNU Corrientes (<https://www.facebook.com/OAJNU-Corrientes>) se trata de una página que cuenta con más de 2.500 seguidores y que se mantiene constantemente actualizada. En Twitter (@oajnucorrientes) la organización posee más de 700 seguidores, y en Instagram (<https://www.instagram.com/oajnucorrientes/>) cuenta con 170 seguidores, siendo su perfil en más reciente⁷⁰. En esta última se presentan como *“una ONG conformada por jóvenes, trabajando por y para los mismos. Con 21 años de trabajo en pos de formar jóvenes con compromiso social.”*

En ambos casos (TECHO, OAJNU) la utilización de intercambios por correos electrónicos y por whatsapp es cotidiana, y diferentes recursos como videollamadas por Skype o Hangouts son utilizados con frecuencia para salvar las distancias entre referentes de áreas. **(Capítulo 5)**

Conclusiones preliminares:

En este capítulo nos propusimos analizar de qué modo las organizaciones se presentan como ámbitos de socialización política juvenil, focalizando en sus cartas de presentación

⁷⁰ Todas estas cifras corresponden a marzo 2018.

ante la sociedad, sus formas de involucrar a lxs jóvenes dentro de sus estructuras, las dinámicas territoriales que plantean y los valores que promueven. Estos elementos nos permiten conocer y comprender las configuraciones institucionales de ambas organizaciones y por lo tanto identificar desde qué lugares “hablan” y “actúan” estxs jóvenes al momento de apropiarse de distintas plataformas digitales, reconociendo grados de capacitación y modos de ver el mundo que se proponen desde estos ámbitos de socialización. Nos parece importante fomentar el estudio de los procesos de socialización política de jóvenes hoy, especialmente cuando en Latinoamérica y en el mundo están sucediendo fuertes procesos de cambio en los gobiernos políticos, y cuando el estallido del orden social nos lleva a actualizar el debate sobre el aprendizaje de las disposiciones básicas con las que nos sumamos, en tanto sujetos, a una cultura política.

A partir de lo expuesto podemos identificar que ambas organizaciones, mediante sus abordajes territoriales, proponen procesos de aprendizajes políticos que están fuertemente territorializados, y que les permiten a lxs jóvenes posicionarse desde una mirada crítica, identificando y reconociendo las asimetrías sociales, y registrando diversas problemáticas sociales que atraviesan de manera estructural la sociedad en que viven. Definíamos siguiendo a Bourdieu (1979) que la socialización política es un proceso de interiorización de *disposiciones políticas*, entendidas como sentidos in-corporados de pensamiento, percepción y acción, que actúan como resortes subjetivos de prácticas políticas. Pudimos ir revisando a lo largo de este capítulo los modos en que desde estas organizaciones se habilitan instancias reflexivas y de capacitación que posibilitan pensar lo político como un ámbito de actuación, en el que se puede incidir con acciones concretas, poniendo el foco en la experiencia personal de lxs voluntarixs bajo el lema de “podés hacerlo”.

Atendiendo a la interiorización de normas o esquemas de acción, Martuccelli (2007) plantea que tanto desde la mirada “encantada” como desde la “crítica”, el trabajo de la socialización es siempre lo que permite establecer un acuerdo entre las motivaciones individuales y las posiciones sociales. En ese sentido, ambas organizaciones están ligadas a interpelar a lxs jóvenes desde su individualidad, aportando a la construcción de un tipo particular de sujeto, de jóvenes “comprometidos/as”, “responsables”, “empoderados/as”, cuyas lógicas de acción están fuertemente atravesadas por el discurso neoliberal (Natalucci, 2018), que los convoca mediante “planes de inducción” a capacitarse en cuestiones como “liderazgo”, “negociación”, y “manejos de grupo”.

Revisando los modos en que operan estas disposiciones políticas, identificamos dos tipos de interpelaciones juveniles. En el caso de TECHO la apuesta está en el desarrollo territorial in situ, en diversos varios periféricos de la ciudad, lo que permite promover una **militancia social** que los ocupa en torno a mejoras en los asentamientos, revisando accesos a servicios que consideran básicos para los ciudadanos como agua, cloacas, trazado y urbanización de calles, llegada de colectivos a las zonas periféricas. Mientras que en OAJNU, el contacto territorial se da principalmente en espacios áulicos tanto en escuelas públicas como privadas, intentando promover instancias de **protagonismo juvenil**, alentando a jóvenes de edades cercanas a las de los propios voluntarios que puedan cuestionarse sobre sus entornos próximos, revisando qué derechos y obligaciones poseen, qué cosas de su entorno cambiarían, quiénes son los políticos locales ante los que pueden reclamar, cómo posicionarse desde la voz propia.

Esto supone, por un lado, una serie de capacitaciones orientadas a “saber moverse” en esos espacios, atendiendo a los interlocutores (vecinos, docentes, tutores, gobernantes, empresarios, etc.) con quienes van estableciendo distintas negociaciones y acuerdos. Por otro lado, supone colocarlos en situaciones que muchas veces aparecen como “nuevas” en las experiencias de estos jóvenes, como el posicionarse por primera vez frente a un aula o conocer un asentamiento informal desde adentro. Como iremos viendo en los próximos capítulos, estos aprendizajes políticos no necesariamente se logran traducir a sus redes digitales.

CAPÍTULO 4 - Lxs jóvenes y sus aprendizajes de lo político

En este capítulo abordaremos de qué manera lxs jóvenes se piensan y posicionan como sujetos políticos a partir de su paso por las organizaciones, analizando qué atribuciones otorgan a los espacios digitales en la construcción de sus subjetividades políticas. Si en el capítulo anterior el foco estuvo puesto en lo institucional, en las estructuras de la organización, aquí pretendemos analizar las transformaciones o modificaciones que ellxs perciben en un plano más personal, subjetivo, sobre la política/lo político, entendiendo que estos procesos organizativos “*se convierten en espacios instituyentes para configurar o afirmar la dimensión política (individual y colectiva) de los sujetos*” (Martínez Pineda y Cubides, 2012: 79). Con ello procuramos dar cuenta de quiénes son lxs jóvenes que participan en estas organizaciones y cuáles son los aprendizajes de lo político que registran en su paso por la organización.

Para el análisis retomaremos conceptualizaciones sobre subjetividades políticas y nos guiaremos a partir de las pistas propuestas para su abordaje por parte de María Cristina Martínez Pineda y Juliana Cubides (2012). El capítulo se organiza en torno a tres ejes, que aparecen como “planos de fuerza” en la construcción de subjetividades políticas desde la mirada de estas autoras: 1) Agencia, 2) Potencia, y 3) Resistencia.

“La subjetividad política es producción de sentido y condición de posibilidad de un modo de ser, estar y actuar en sociedad; de asumir posición en esta y de hacer visible el poder para actuar.” (Martínez Pineda y Cubides, 2012:76)

En el capítulo anterior dábamos cuenta cómo el contacto con las organizaciones vincula a lxs jóvenes con problemáticas específicas, presentando bases desde las que pueden formularse preguntas sobre la sociedad como un todo y sobre el rol, el compromiso, que cada unx puede asumir. También registrábamos los modos de interpelación de las organizaciones en la búsqueda por dotarse de un determinado tipo de sujeto “comprometido/a, responsable, empoderado/a”. En este capítulo el foco estará puesto en los procesos de constitución de las subjetividades política que vivencian lxs jóvenes. Nos preguntamos ¿Cómo operan las estructuras de estas organizaciones en la subjetividad de lxs jóvenes? ¿Cuáles son los aprendizajes políticos que incorporan o relacionan con su participación en estas organizaciones de la sociedad civil? ¿Qué discursos sobre lo político/la política, la democracia y la ciudadanía van construyendo? ¿Qué lugares ocupan los espacios digitales en estos procesos?

A lo largo de la tesis apostamos por reconocer una visión amplia de la política, que no se reduce a la forma del Estado y sus instituciones, sino que es pensada

“como una multitud de actos de vida que comprometen la totalidad social, el trabajo, la cultura, el Estado, lo público y el pensamiento. Desde este planteamiento, la política no solo produce un resultado en el marco de relaciones existentes, también cambia el marco que determina el funcionamiento de las cosas.” (Martínez Pineda y Cubides, 2012: 72-73)

Desde una mirada antropológica, para Paula Cabrera (2017) los procesos de socialización aparecen como “prácticas rituales” que operan como un proceso de aprehensión de una determinada subjetividad y, por lo tanto, es desde esa dimensión (socialización) desde la cual pueden evidenciarse la conformación y transformación de subjetividades. Esta referencia nos resultó sumamente útil para poder en cierto modo “enmarcar” nuestra mirada a aquello que la experiencia en la organización posibilita de manera personal a cada unx de lxs jóvenes que entrevistamos. Además, ya dijimos que

aparecen reiteradas menciones sobre los procesos de socialización política y de constitución de subjetividades políticas como complementarios, como dos caras de una misma moneda. (Alvarado, et. al., 2008)

Por otra parte, Pablo Vommaro (2012) plantea que los procesos de subjetivación remiten por un lado a una relación del sujeto consigo mismo y, por otro lado, en tanto acción y práctica también implica una interacción, un vínculo con otro/a. Se trata de una construcción que se produce “en movimiento”, y que siempre está territorialmente situada, y sus rasgos se configuran desde allí.

Partimos del concepto de “procesos de subjetivación”, (Guattari, 1995; Berardi, 2003), ya que para nosotros la construcción de subjetividades se produce en proceso, en movimiento. Y esto en varios sentidos. Por un lado, porque, además de ser una relación consigo mismo, (Foucault, 1996 y 2002), la subjetivación, en tanto acción y práctica, implica una interacción, el establecimiento de un vínculo con el otro. En segundo lugar, porque la subjetivación conlleva un desplazamiento, un movimiento. Es de alguna manera, una operación nómada, (Deleuze, 1995), a partir de la cual se deviene sujeto. Además, porque la subjetivación es siempre situada, se produce en un territorio y en un momento singulares y esto configura los rasgos de este proceso. (...) Así, las subjetividades surgen como un gusano que atraviesa la malla de una red y al mismo tiempo que cava abre un camino, traza una inscripción, deja un rastro, teje una trama que recodifica el discurso preexistente, (Foucault, 1999). Los procesos de subjetivación, entonces, son una instancia de resignificación y de reapropiación material y simbólica. (Vommaro, 2012:64)

Si bien traemos a colación esta cita de Pablo Vommaro (2012), es únicamente para identificar ciertos elementos que nos permiten describir nuestros datos, poniéndolo en relación con la lectura de Martínez Pineda y Cubides (2012):

- Que la construcción de subjetividades se produce en movimiento;
- Que es situada y los territorios recorridos colaboran en dicha construcción;
- Que implica una relación consigo mismo mediante procesos reflexivos;

- Que implica una interacción y vínculos con otros/as.

Sin embargo, debemos advertir las diferencias conceptuales entre “construcción de subjetividades políticas” y “procesos de subjetivación”. Desde la mirada de Jacques Ranciere (2007) la subjetivación es un movimiento de ruptura. Tal como indica Andrea Bonvillani⁷¹ (2012) para Ranciere la subjetivación política es la impugnación de una “identidad” fijada por otro y se da en procesos de desigualdad. Es una “desidentificación”. Por eso, la subjetivación se da en un “litigio” donde se disloca la distribución inequívoca (según el orden policial) de funciones, lugares y cuerpos.

“la idea aquí de subjetivación es la de la producción de una disyuntura, de una desidentificación, de una salida fuera de sí, más que la de un devenir sí mismo, más que una apropiación de sí, un recogimiento de sí que identifique un ser a lo que es, o a lo que se supone que debe ser, o a lo que desea ser, o incluso a lo que se le exige que sea.”
(Tassin, 2012:37)

En una entrevista, la propia Rossana Reguillo (Reguillo, Feixa, Ballesté, 2018) hace mención a estas diferencias, indicándolas como un tránsito en sus propios análisis, desde la subjetividad (que relaciona con lo social en el sujeto) a la subjetivación (donde la pregunta se orienta a cómo el sujeto juvenil se transforma en función de las condiciones, coyunturas y procesos que se le van presentando).

En este sentido, registramos que nosotros abordamos procesos de construcción de subjetividades políticas, atendiendo a jóvenes “incorporados” (tal como adelantábamos en el capítulo de fundamentación) y no “alternativos” o “disidentes” (Reguillo, 2012) en lxs que si bien se pueden observar ciertos movimientos, cambios de percepción, transformaciones en los modos de ver y actuar, de ningún modo hablamos de “desidentificaciones”.

⁷¹ Es muy interesante el capítulo de Andrea Bonvillani (2012) donde desde la noción de subjetivación política, siguiendo a Ranciere (2007), analiza cómo jóvenes cordobeses de clases populares que participan de organizaciones comunitarias y militantes de un movimiento social parten del rechazo a ubicarse en el locus del dominado, del pobre, del cliente... y en cambio toman la palabra, se auto-definen de determinadas maneras en movilizaciones colectivas, desde donde pueden superar los altos montos de desvalorización y estigmatización a los que han estado sometidos/as a lo largo de su vida.

Es por ello que nos inscribimos en la propuesta teórico-metodológica de María Cristina Martínez Pineda y Juliana Cubides (2012) para el abordaje en procesos investigativos de la categoría de subjetividad política. Estas investigadoras colombianas desarrollan las ideas de “planos de fuerzas” donde ubican lo agenciente, lo potenciado, y las resistencias. Ellas remarcan cómo el sujeto es potencia, posibilidad, poder constituyente, voluntad de acción, pero también es debilidad, egoísmo, poder instituido, función social. Es decir, el sujeto es producido socialmente, y su auto-constitución se da entre dos campos: lo instituido y lo instituyente⁷² (Castoriadis, 2006).

“Reconocer esta doble connotación del sujeto, de un lado, socialmente producido por dispositivos y prácticas de poder, individuos colectivos conectados y sujetados a formas y lógicas que lo determinan, y de otro, como producción subjetiva con capacidad de prefigurar, expresando las oposiciones, las resistencias, la creatividad y la capacidad de agenciar transformaciones, permite definir la subjetividad como el universo intrínseco del sujeto, de su producción social y de su producción política, como voluntad e intencionalidad de un sentido particular de existencia individual y colectiva” (Martínez Pineda y Cubides, 2012: 76)

En el plano de la “agencia”, ubican a los eventos y las capacidades. Para ellas lo agenciente es aquello que promueve o provoca el fortalecimiento de la capacidad política del sujeto. Es aquello que brinda el poder para participar, disentir, movilizarse. Como eventos indican a aquellas acciones externas a los sujetos, que son propiciadoras o movilizadoras en otras capacidades del sujeto. Aquí nosotros colocamos de ejemplo a la mirada externa, el empuje o la fuerza que brindan lxs pares.

⁷² “Lo instituido hace alusión a la fuerza hegemónica de los poderes dominantes que garantizan el estado de las cosas, aquí está incluida la economía, la política, las organizaciones, la familia, entre otras. Aparatos y mecanismos de sujeción y dominación que operan en y desde la sociedad en su conjunto y que portan mecanismos de reproducción culturalmente establecidos”. (Martínez Pineda y Cubides, 2012: 74) Mientras que “lo instituyente” es aquello que a partir de su creatividad, voluntad de acción, poder, imaginación, etc. el sujeto busca modificar, construir, abrir, iniciar...

“llamamos agencia a aquellas fuerzas–acciones–expresiones que activan, promueven o posibilitan una alteración en la cotidianidad del sujeto, tanto en su forma de pensar como en las acciones que realiza y que producen un aumento de su poder”. (p. 81)

Por otro lado, en el plano de la “potencia” ellas ubican al saber-poder. Son aquellas fuerzas que se traducen en una mayor posibilidad de reflexionar, reaccionar y actuar. Es aquello que en cierta forma activa un poder de decisión. En este plano colocan como ejemplo de expresiones de una subjetividad política potenciada en escenarios de acción colectiva al conocimiento y la interacción con realidades sociales; a la capacidad para repensar, reconfigurar problemas y construir alternativas de solución viables; el fortalecimiento del pensamiento y la acción crítica y proyectiva; el incremento de acciones solidarias, de sensibilidad y responsabilidad social y de la decisión para participar en instancias de decisión, en escenarios de construcción de política.

Finalmente, como otro plano de fuerza aparecen las “resistencias”. En este plano designan a aquella transformación en la subjetividad que opera en las formas de acción, en las prácticas y experiencias. Se trata de una crítica creativa, que es proactiva, propositiva, antes que reactiva

“Resistir remite a aquellas fuerzas que se movilizan e instalan en la subjetividad para provocar la acción crítica y la emergencia de nuevas acciones. Fuerzas que operan en el adentro y afuera, en la trama y en la estructura; afuera para ser capaces de leer y comprender críticamente las realidades y replantear nuevos horizontes de sentido, adentro para efectuar los cambios necesarios y poder pensar y actuar desde lógicas instituyentes” (Martínez Pineda y Cubides, 2012: 83)

Estos tres planos de fuerza operan en la constitución de subjetividades políticas y son desarrolladas por las investigadoras colombianas en un doble carácter: como unidades analíticas y como una ruta metodológica. Nosotros las tomamos como ciertas pistas para ordenar los relatos recabados.

Agencias. Entre capacidades, perfiles laborales y procesos participativos

Algunas experiencias de vida son tan movilizadoras que llevan a estxs jóvenes a involucrarse en acciones colectivas. Tal fue el caso de Carlos quien, a raíz de un Huracán que azotó en Guatemala (su país de origen), se comenzó a involucrar con Techo en la construcción masiva de viviendas de emergencia siendo estudiante de ingeniería civil. Con la organización se dedicaban a “*construir en terrenos vacíos para gente que no tenía casa directamente, lo había perdido todo*” (Carlos). A medida que el tiempo pasaba fue aprendiendo a trabajar desde diseños participativos, articulando con vecinos y con la municipalidad. Lo que más recuerda y destaca es el diseño y la construcción de una plaza en un asentamiento en Guatemala.

“Yo en mi vida había hecho un diseño participativo, no había leído nunca nada de eso, pero se me ocurrió, digamos... yo creí que había inventado el agua azucarada y ya había mucha gente haciéndolo... hicimos talleres con los chicos, los niños hicieron dibujos; hubo una arquitecta que a partir de todos los talleres hizo un diseño que luego se validó con la comunidad; la comunidad consiguió plata, hicieron una feria, ¡estuvo muy bueno eso! (Carlos, Techo)

Por otro lado, decía de sí mismo “*ser muy cuadrado*” y que estar en esta organización lo ayudó a pensarse profesionalmente desde otro lugar, vinculando la ingeniería no con hacer planos y diseñar estructuras sino con relación al hábitat y gestión de proyectos.

“Yo soy ingeniero civil y todo el mundo cuando le decís eso te imagina haciendo puentes y cosas así y no entienden que la ingeniería también se puede enfocar hacia otra cosa. Creo que aprendí eso con Techo, que mi carrera la puedo enfocar hacia el tema de hábitat y más a un tema de gestión de proyectos que a un tema técnico de hacer planos y diseñar estructuras (...) Techo está siempre apostándole a que vos aprendas cosas nuevas y bueno, como te digo, hoy estoy estudiando una maestría relacionada con todo esto.” (Carlos)

Algo similar le ocurría a Analía, quien además de ser voluntaria en Techo era estudiante de abogacía.

“Nunca me imaginé, pero es algo que todo el tiempo estoy buscando desde que estoy acá (en Techo), ver cómo relaciono las dos cosas, todo el tiempo estoy buscando esa conexión. No tocamos mucho ese tema desde la organización, pero lo vemos todo el tiempo comentándolo, hablando con los vecinos. La tenencia de los terrenos y demás y son cuestiones que desde mi profesión las estudié, las manejo bastante.
(Analía)

Estas cuestiones de aprendizajes que pueden traducirse en beneficios para la vida profesional también fueron destacadas por otrxs jóvenes de ambas organizaciones.

Hoy siento que sin Oajnu yo no sería la persona que soy. Gracias a Oajnu me di cuenta que no me gustaba lo que estaba estudiando, me cambié de carrera (...) como que yo sentía que tenía todo muy impuesto. No lo veía de esa manera, pero sí sabía “vos tenés que recibirte, tenés que estudiar una carrera y tenes que recibirte de esa carrera. Tu papá es abogado, así que tenes que ser abogada” y esas cosas. Yo siempre sentía eso y no me gustaba. Y cuando un día dije “no quiero ser más abogada” se armó un conflicto gigante en mi familia. Nadie me quería hablar. Y como que ahí yo con Oajnu veía otra gente, hablaba con otros chicos y ellos me ayudaban diciéndome “no, mirá, a mí me pasó lo mismo”. Y cuando me cambié de carrera, como que dije “sí, esto”.
(Paloma)

“Como cambios en lo personal puedo encontrar el tema de hablar en público. Antes yo era como más tímida, retraída y después de tanto estar en las Aulas Talleres con los chicos... bueno, ponele, hoy me animé a exponer en un Congreso de Derecho Ambiental ante colegas (...) Después aprendí a pensar estratégicamente las cosas, por ahí más en el

*plano laboral y personal, pero con metas cuantificables, por así decirlo.
¡No digo que siempre me salga, eh! Jaja (Karina, Oajnu)*

“Te llevás un gran aprendizaje no sólo a nivel de formación sino a nivel personal, que hoy, digamos, en una vida más adulta si se quiere tiene mucho impacto eso de saber cómo tratar con la gente, cómo comunicarte, cómo hablar frente a un público determinado, saber responder una pregunta, todas esas cosas que por ahí nadie te enseña, ni en la facultad ni en la escuela, sino que te enseña por ahí la vida. Y entonces aprenderlo dentro de una organización es distinto porque te van formando en un montón de cosas: hablar en la radio, hablar en la tele, escribir un texto, un montón de cosas que por ahí no tienen que ver en sí con la profesión o con lo que uno hace pero que a la hora de conseguir un trabajo, ocupar un puesto o lo que sea, es lo que más te ayuda, digamos, esa parte, esa formación diferente.” (Cruz, Oajnu)

Como puede verse aparecen en sus relatos diversos aprendizajes en el marco de las organizaciones que van relacionando con su vida laboral-profesional: los cuestionamientos propios sobre las carreras universitarias o terciarias elegidas; los deseos de cambiar de rumbo en algunos casos; aprender a pensar de manera estratégica con metas cuantificables; aprender algunas cuestiones específicas como hablar en público, comunicarte con los medios o producir textos, que no tienen que ver directamente con la profesión que eligieron para sí, pero que colaboran con el perfil de cada unx al momento de postular a un trabajo.

En las entrevistas realizábamos una pregunta abierta sobre “¿qué cosas aprendiste utilizando redes sociales digitales en la organización?”. En su mayoría las respuestas se orientaban a cuestiones prácticas como saber manejar correos electrónicos o plataformas, como así también “saber hacer” comunidad en entornos digitales y aprender a planificar, organizarse, gestionar y difundir con el uso de TIC (**Ver capítulo 5**). Sin embargo, no aparecían atribuciones directas o claras sobre las redes sociodigitales como un ámbito particular en la construcción de sus subjetividades políticas. Más bien aparecía como prioritario o predominante lo que “la organización” en tanto ámbito ofrecía.

Durante el relevamiento con las entrevistas y mediante el análisis de lo que publicaban en sus redes se evidenció cómo el paso por estas organizaciones y su trabajo desde el voluntariado actuaban como trampolines al ámbito laboral en ámbitos privados o en fundaciones, o incluso les permitía alcanzar cargos en la gestión pública. Nos sirvió de soporte un estudio español acerca del “voluntariado innovador, abierto y conectado”, en el cual Yolanda Rueda (2016) indica que

“Existe la percepción de que el voluntariado ayuda a encontrar empleo y que las competencias adquiridas haciendo voluntariado son las más demandadas por los empleadores, competencias como: trabajo en equipo (95.3%), optimismo y entusiasmo (94.9%), comunicación interpersonal (92.2%) y analizar y resolver problemas (90.4%) (...) Tanto las TIC como el voluntariado y, especialmente, la combinación de ambas, son un elemento clave en el desarrollo personal y en el desarrollo de las habilidades y capacidades transversales de la juventud tanto a nivel personal, como profesional y social. Su combinación influye en desarrollo de las habilidades y capacidades transversales, tales como espíritu emprendedor, emprendimiento, iniciativa, actitud proactiva, trabajo en equipo, autonomía, autoestima, motivación, entusiasmo, compromiso, liderazgo, capacidad de análisis y síntesis, actitud crítica, resolución de conflictos, habilidades sociales y de comunicación, creatividad, organización, planificación, optimismo, entusiasmo y otras competencias como participación ciudadana, solidaridad, tolerancia, interés por el bienestar y deseo de mejorar a la sociedad, entre otras.
(Rueda, 2016: 88)

No sólo pudimos ir identificando que la totalidad de estas “capacidades” aparecían en las entrevistas, sino que también a partir de estas caracterizaciones Rueda (2016) nos ayuda a pensar cómo la participación activa en el voluntariado les permite a estxs jóvenes adquirir un “saber hacer” (“know how”) que no pueden lograr únicamente mediante la educación formal. Además de los ejemplos recién dados, también adquieren aprendizajes respecto limitaciones o modos de implicación personal con causas o proyectos colectivos,

considerando que al tratarse de organizaciones de la sociedad civil tienen cierto margen de maniobra que no cualquier lugar les proveerá. Así lo explicaba Karina

“yo pienso que aumentó mi capacidad de reconocer hasta dónde me puedo comprometer con cosas y hasta dónde no. Viste que en algún momento vos empezás a sumarte responsabilidades y después te das cuenta “no voy a poder cumplir con nada” y que menos mal que me pasó en un ámbito no tan sancionable, por decirte jaja (...) también aprendí a interactuar mucho con ideas diferentes a las mías, por ejemplo, y tratar de integrar todas esas ideas para que salga algo en común. (Karina, Oajnu)

Creo que aprendí a organizar, aprendí a planificar un montón. A ver los recursos. Aprendí a ser responsable, como a medir ciertas responsabilidades. El hecho como de darnos cuenta que nosotros somos responsables de tantos chicos, de lo que está sucediendo... aprendí a hablar en público frente a mucha gente. Como que no tengo más vergüenza, se me fue la vergüenza... a tratar con directivos, a sonreír cuando los directivos no me trataban bien. Hasta a organizar plata aprendí. Yo creo que con esto aprendí un montón de cosas. (Paloma, Oajnu)

En esta cuestión de tomar responsabilidades, no solo se van produciendo rotaciones al interior de ambas organizaciones, sino que a la vez se van dando procesos de crecimiento personal y la posibilidad de asumirse en determinadas posiciones sociales al interior de cada organización. En sus relatos van mencionando cómo construyen una identificación, una pertenencia y tipos de relaciones con otros, dando cuerpo a procesos de socialización política (Percheron 1993, Benedicto y Morán, 2002). Por ejemplo, Marcelo (Oajnu) cuenta cómo fue pasando dentro de la organización de un rol de colaborador o coordinador a “ser dirigente” a nivel local y nacional, lo que a su vez lo llevó a estar al frente de proyectos internacionales en consonancia con un momento en que la propia Organización Argentina de Jóvenes para las Naciones Unidas (Oajnu)

comenzaba a internacionalizarse con la incorporación de Uruguay. Ya habíamos mencionado que él fue uno de los “fundadores” de la Sede Corrientes en el año 2010. En los primeros años fue coordinador del Modelo de Naciones Unidas, Secretario de Relaciones Institucionales y Found Raising (captación de fondos). Desde fines de 2012 a mediados de 2013 estuvo viviendo en el exterior.

“...en el 2013 no asumí ninguna responsabilidad dirigenal sino que cuando volví coordiné dos proyectos. En 2014 fui Director Ejecutivo de la sede, y ese año se separaron en dos sedes Corrientes y Chaco. En 2015 dejé la dirigencia local y pasé a la dirigencia nacional. Fui coordinador de proyectos internacionales de la Comisión Directiva de Oajnu, que esto quiere decir que dentro del órgano máximo de Oajnu, que maneja todas las oficinas y todos los voluntarios, se creó un área nueva (proyectos internacionales) que buscaba tanto ejecutar proyectos internacionales como posicionar Oajnu a nivel internacional. Bueno, yo fui el primero que hizo eso durante dos años (...) coordiné en total tres proyectos que eran financiados por la Unión Europea. (...) En 2014-2015 fui miembro de la comisión directiva nacional, creando esta área de proyectos internacionales y 2016 fui presidente de la organización ya con Oajnu presente también en Uruguay, así que ya era una organización internacional.” (Marcelo)

Esta posibilidad de ir “escalando” posiciones dentro de la organización tiene que ver, por un lado, con el propio impulso, con la propia capacidad de agenciamiento, pero fundamentalmente con el apoyo de compañerxs que empujan, incentivan, proponen a colegas a asumir distintos roles. En ambas organizaciones los cargos eran “consensuados”, o bien se abrían convocatorias donde se podían auto-postular o recomendar a alguien más. Además, como decíamos en el capítulo anterior, la rotación obligaba a que lxs jóvenes se vayan capacitando en las distintas áreas en las que asumían responsabilidades, que por las mismas dinámicas de trabajo lxs iban vinculando con distintas situaciones, personas y problemáticas.

“Ya llevo una pequeña trayectoria en la organización y veía por ahí que había cuestiones que yo manejaba (...) No es que en un momento yo dije “bueno, ¡listo! quiero ser directora y voy a ser directora” sino que se fueron dando las cosas y lo que me sorprendió es que, si bien yo tenía muchas ideas y siempre trataba de aportar y meter mi cuchara, tipo: «chicos, vamos por acá!; ¡Ojo con esto!; ¡No descuidemos esto o aquello!; o hagamos tal cosa» eh... pero fue más que nada que los chicos me dijeron «¡ey, postúlate, postúlate!» (Karina, Oajnu)

Empecé a hacer los flyers de la sede para Facebook y después terminé coordinando el barrio La Tosquera durante un año y medio y ahora estoy de nuevo en Comunicación. Pasé un poco por todos lados (...) En Techo vos tenés muchos roles, sobre todo en la construcción. En la construcción vos podés ser el que está construyendo, el que está yendo a revisar lo que se construye, el que está en la parte de formación en las escuelas donde dormimos, el que está limpiando las escuelas donde dormimos... y técnicamente hice todo, menos organizar una construcción. Después dentro de la Sede estuve en Comunicación, en Detección y Asignación, que sería coordinar el barrio; estuve en Formación de Voluntariado, saliendo a buscar voluntarios. Lo único que no me gusta es salir a buscar socios... la parte de la plata no es lo mío, ¡me da vergüenza! Jaja” (Facundo)

“(...) Y ahí dejo ese rol de director de construcciones, y paso a trabajar en un barrio. Yo era Coordinador de Comunidad, era como el encargado del espacio de la mesa de trabajo. La verdad es que eso fue bastante complejo, porque todo el proceso en una comunidad es muy complejo, muy largo. Estuve más o menos un año ahí y estuvo muy bueno. O sea, no logramos muchas cosas tangibles, pero sí logramos muchas cosas en la cabeza, digamos. Era una comunidad que estaba dividida, las referentes no se querían y al final de ese proceso se querían y trabajaban juntas (...) y encontraron en ese espacio no sólo un espacio

de trabajo sino también de catarsis de su vida personal, era como que se podían alejar un poco de su realidad y en ese espacio soñar y pensar diferente. Era algo muy interesante, la verdad.” (Carlos, Techo)

Primero fui voluntaria, formando parte de un equipo fijo que iba todos los sábados al barrio a hacer detecciones, encuestas, a conocer familias. Después fui coordinadora de ese barrio (Molina Punta), que está cerca de donde vivo. Y después el año pasado (2016), a principio de año empecé coordinando la mesa de trabajo que es un espacio de trabajo para acompañar los proyectos que van surgiendo en el barrio y el año pasado a mitad de año comencé con esto que estoy haciendo actualmente que se llama Coordinadora General de Detección y Asignación (...) donde acompañó a los chicos, me toca liderar un equipo de los que lideran en cada barrio, tanto acá como en Resistencia (Chaco). (Analía, Techo)

En este caso, por ejemplo, Analía tenía once personas “a su cargo”. Como puede verse en sus relatos, muchas veces los roles se asumen por algunos meses (medio año, aproximadamente), mientras que en otros se puede permanecer hasta dos años. Durante ese lapso de tiempo en que llevan a cabo las acciones, van identificando cambios no solo a nivel interno, personal, sino también en/con sus pares, es decir, el propio equipo de voluntarixs, y en la propia comunidad con las que se trabajan sostenidamente (estudiantes en el caso de Oajnu, vecinos en el caso de Techo).

Decíamos que en ambas organizaciones para la asignación de los cargos se dan procesos de auto-postulación, recomendación, consensos y selección. Esto se evidenció con más frecuencia en Techo, donde iban publicando en el grupo de Facebook los anuncios de los cargos que estaban disponibles, y linkeaban un formulario en Drive con el perfil de la búsqueda, las funciones a cumplir y habilidades pretendidas, los requisitos (que casi siempre implicaban poseer al menos un año activo de voluntariado), y las actividades que estarían a cargo de el/la postulante en caso de ser elegido/a.

Por ejemplo, el 3 de marzo de 2017 se publicó el aviso *"Estamos en la búsqueda del responsable de coordinar el área de construcciones de la sede Corrientes-Chaco"*. En el

perfil publicado⁷³ se hacían explícitos mediante un cuadro ciertos conocimientos y competencias esperadas: **Conocimientos:** Informática (Office, Drive y Prezi), Conceptos de planificación, Conceptos de análisis organizacional, Conceptos cívicos, Gestión de equipos, Comprensión de la coyuntura local y de los temas de la agenda pública. **Competencias:** Relaciones públicas, Capacidad de síntesis, Iniciativa, autonomía y Liderazgo, Excelente redacción escrita y buena oratoria, Capacidad de transmisión, Proactividad, Tolerancia al manejo de crisis, Adaptación y flexibilidad frente a los cambios, Compromiso con la causa, Creatividad e innovación.

Por citar otros ejemplos, durante nuestro relevamiento se abrieron llamados para postular a: coordinación de inserción de voluntarios, coordinación de construcciones (rentado), coordinación de gestión de voluntarios, coordinación de desarrollo de fondos (rentado), encargado/a de asuntos públicos, coordinación de barrio, auto-postulación o recomendación de roles para la última construcción masiva.

De la misma manera, en ambas organizaciones iban haciendo “bienvenidas” y “despedidas” a los voluntarios que tomaban o dejaban un cargo. Por ejemplo, la despedida en Techo a un voluntario tras dos años como Coordinador de construcciones (**Ver captura N° 3**) y la bienvenida en Oajnu al nuevo equipo a cargo del “Comité Local” (**Ver captura N° 4**) donde publicaban flyers con fotos de cada uno, y un texto de presentación remarcando cuándo ingresaron, rasgos de su personalidad, el rol que asumen y tareas que deberán cumplir. Así, en esta publicación de Oajnu fueron presentando a: Analía, secretaria de coordinación de proyectos locales; Marcela, secretaria de promoción; Paloma, directora ejecutiva; Arturo, secretario de coordinación de proyectos del interior; Juan Martín, secretario de desarrollo de fondos; Oscar, secretario de finanzas; María Cruz, secretaria de fortalecimiento del voluntariado.

⁷³ Se puede acceder a la convocatoria en el siguiente enlace:
<https://sites.google.com/a/techo.org/personas-argentina/areas/construcciones/coord-cc-cocha>



Captura de imagen N° 3. Despedida a Jorge, techo, 13 de marzo 2017

“Jorgito cumple un ciclo y este mes deja su rol como "Coordinador de Construcciones" de la Sede Jorge es un voluntario con una habilidad analítica impresionante y una capacidad de aprendizaje enorme, que se traduce en su entendimiento del modelo de trabajo y su forma de convertirlo en acciones, siempre trabajando en equipo y velando por la excelencia que caracteriza a la organización y a la sede en particular.”



Captura de imagen N° 4. Presentación del Comité Ejecutivo 2016. Oajnu, 10 de febrero 2016.

¡Te presentamos a parte del equipo que hincha por #OAJNU este 2016! Este es nuestro Comité Ejecutivo, el encargado de llevar adelante la planificación y coordinación de nuestras actividades. Un equipo que podemos destacar con palabras como #Compromiso, #Alegria y #Planificación”

Hacia el final de nuestro relevamiento (Diciembre 2017) se dieron tres casos de voluntarias que asumieron en cargos públicos cuando asumió el intendente Eduardo Tassano, excediendo el trabajo en las organizaciones. Esta cuestión de apuntar a que sus voluntarias y voluntarios ocupen cargos públicos es incluso un objetivo que aparece puntualmente en Techo. Así lo explicaba Facundo:

De hecho, ahora por ejemplo tenemos una concejala que salió de Techo (se refiere a Mercedes Mestres⁷⁴); tenemos una subsecretaria de Hábitat y Tierra (se refiere a Guadalupe Kotik) que también salió de Techo⁷⁵. Esta bueno. De hecho, tenemos para el 2020 esa proyección de que hayan por lo menos doscientas personas en cargos públicos, “ex techos”, creo que vamos muy cerca de esos doscientos ya, así que... (Facundo)

Por su parte Cruz (Oajnu) asumió en diciembre de 2017 como Directora de ONGs en la Subsecretaría de Relaciones Institucionales en la Municipalidad de Corrientes.

Potencias. Entre reflexiones y posicionamientos

Decíamos que la subjetividad lejos de ser algo inmutable y estático, refiere a procesos de cambio que se instalan en la conformación de los sujetos. Varios de los aprendizajes que estxs jóvenes registran tienen que ver justamente con transformaciones y reflexiones

⁷⁴ Durante la campaña Mercedes Mestres, quien por entonces tenía 26 años, expresaba “Planeo llevar al Concejo mi experiencia de trabajo en asentamientos”. Asumió como concejal por el PRO en Diciembre 2017. Disponible en: <https://www.ellitoral.com.ar/corrientes/2017-4-29-1-0-0-mestres-planeo-llevar-al-concejo-mi-experiencia-de-trabajo-en-asentamientos>.

⁷⁵ Guadalupe Kotik asumió en Diciembre 2017, con 28 años de edad, como subsecretaría de Hábitat y Tierra dentro del área de Infraestructura en el Gabinete Municipal acompañando a la gestión de Eduardo Tassano <http://diarioepoca.com/797313/tassano-presenta-su-gabinete-que-lo-acompanara-en-su-gestion/>

en un plano personal que fueron identificando en relación a su paso por la organización, en cuyas actividades se fueron dotando de cierta “confianza en el proceso” y en el trabajo en equipo. Aldana lo explicaba así:

yo por mi lugar (se refiere al rol de Coordinadora de Personas) también es como que me re desesperaba, me re frustraba y después es como que terminás viendo que las cosas salen igual, porque no es que sólo el voluntario de afuera del barrio es el que va, sino que los vecinos también son súper voluntarios y le ponen todo, ¿entendés? Entonces siempre termina saliendo. (Aldana, Techo)

En este sentido, ella destacaba como fundamental todo el trabajo que se realiza desde la organización para atender al desarrollo, al ciclo del voluntario, cómo manejarse con ellxs, cómo lidiar con las situaciones que van surgiendo, cómo captar más voluntarios. Es decir, una serie de escenarios que requieren del conocimiento de los lineamientos generales de la propia organización y a la vez capacitaciones específicas según cada rol o responsabilidad asumida (**Capítulo 3**). Unas posturas similares tienen Cruz, Karina y Facundo.

“Yo más que nada rescato la parte humanitaria que antes no se si no tenía, pero no la descubría. No sabía que me gustaba tanto eso de la solidaridad, ayudar a la gente, llevar un mensaje y sobre todo también la docencia... como que en Oajnu somos muy docentes o muy profesores, enseñamos muchas cosas... yo no sabía que eso me gustaba a mí y ahora creo que me quiero dedicar a eso nomas (...) Y también en lo que es el sentido del equipo, del grupo, respetar las diferencias, ser tolerantes con la otra persona, poder trabajar sin ser amigos. Eso por ahí cuesta mucho en otros lugares que la gente entienda: No es necesario que nos vayamos a tomar un mate después, tenemos que trabajar nomas.” (Cruz)

Claramente estoy más sensibilizado por ahí con lo que les pasa a otras personas que no tienen las mismas posibilidades que yo (...) estuve un año y medio coordinando un barrio, e iba todos los sábados, o sea,

fui por lo menos ciento cincuenta, ciento sesenta veces a La Tosquera (...) y llega un momento que también te supera un poco (...) entonces de repente si vos me preguntás «¿qué cambió en todo este año?» Y, cambió que tengo esta sensibilidad hacia otras personas o esta empatía bastante más desarrollada y que me gusta mucho más ahora. Siempre me gustó trabajar en grupos, pero como que ahora no veo otra forma de trabajar” (Facundo)

De los proyectos aprendí muchísimas cosas, desde cuestiones metodológicas y técnicas de planificación de proyectos sociales, investigación también... hasta cuestiones que hacen más a la estructura personal, como eso que te decía: la importancia del par a par, del mano a mano, el respeto también (...) me marcó muchísimo. (Karina, Oajnu)

“Nombrar lo que nos afecta, en el más profundo sentido spinoziano, es decir de nombrar aquello que ha venido minando nuestra potencia de actuar, o, en otros términos, la potencia de los cuerpos, produce un cambio importante en la experiencia subjetiva compartida con otras personas.” (Reguillo, 2017: 53)

“Un sujeto que se pregunta por su existencia y devenir se coloca en el plano de lo instituyente; así, el reconocimiento de las necesidades le permite objetivarse, situarse en su lugar presente y repensarse en lo porvenir, en lo posible por construir, proceso que es permanente, pero no lineal. (Martínez Pineda y Cubides, 2012: 78)

Como vimos en el capítulo 3, la mayoría de las actividades que aglutinan a estxs jóvenes pretenden poner en discusión el rol que cada uno lleva a cabo como ciudadano/a, de qué maneras pueden involucrarse en sus entornos para “incidir” en los cambios que se pretenden lograr. Para ello se realizaban distintas instancias de debate, reflexión y formación, como cines debates o capacitaciones específicas con especialistas, u organizando eventos con otras organizaciones de la sociedad civil. A partir de todos estos

intercambios que potenciaban su tarea de voluntariado, se iban reforzando ideas sobre el valor del trabajo en equipo, la empatía, el respeto.

“Aprendí a trabajar en equipo, pero de otra forma, con gente que piensa totalmente diferente a vos, que tiene métodos diferentes a vos, pero igual terminás trabajando súper bien... es en el único espacio que a mí me pasó discutir incluso fuertemente con alguien con respecto a algún lineamiento o algún proyecto, cosa que en la vida cotidiana no te pasa, digamos. Discutir cosas muy puntuales y muy pragmáticas. Y en los proyectos pasa mucho que... a mí me pasó de sentarme a poner a pensar ¿cómo podemos mejorar este proyecto?, ¿qué hace falta? ¿Qué necesita?” (Milagros)

“Nosotros siempre hablamos de cambiar lo que no nos gusta de nuestro entorno (...) Nosotros que trabajamos mucho en la cuestión educativa, el sistema educativo es tipo la forma de enseñar, la forma que tiene de involucrar a las personas, o los equipos que conforman las escuelas, o el poco presupuesto, y todas esas cosas... o, los chicos tienen otras problemáticas, por ejemplo: bullying, embarazo adolescente, deserción escolar, siempre es como que mientras ellos estén más involucrados en las situaciones, mientras más sepan, y más tiendan la mano para ayudar e informarse, esas cosas más van a mejorar. Eso es lo que nosotros promovemos cambiar, el pequeño entorno (Paloma)

“creo que todo el mundo tiene la posibilidad de realizar algún proyecto de mayor o menor alcance, pero al tener esta mayor perspectiva, cuando uno encara algo, como tener todas estas herramientas y todas estas experiencias para poder visualizar lo que cada uno hace, que lo haga conscientemente y socialmente responsable. Yo lo que espero es que la organización genere ese cambio en las personas. (Ricardo)

el sentido que aquí se quiere significar es el de la política como capacidad instituyente, que, instalada en el sujeto, contribuye a mantener activa la conflictiva y nunca acabada construcción del orden deseado (Lechner, 1986) (...) donde tienen cabida la memoria, la resistencia, la imaginación, la creatividad, la utopía, la multiplicidad de saberes y experiencias que organizan nuestra existencia individual y colectiva (Martínez Pineda y Cubides, 2012:73).

Nociones sobre la democracia y la sociedad

En la idea de trabajar y fomentar la participación juvenil desde la organización Oajnu se van replanteando cuál es el foco y lo que producen con los distintos proyectos que llevan adelante, se dan procesos autoreflexivos, atendiendo que uno de sus objetivos y valores transversales es construir “una sociedad más democrática, inclusiva y promotora de derechos”. Milagros explicaba este énfasis que intentan dar:

para mí, básicamente la democracia es eso. Participación de todos. Y cuesta mucho, porque por lo general la gente más grande no es participativa, que vivió otras épocas o creció en otras épocas, capaz en los noventa, que era cero participación democrática (...) no había participación, como que cada uno hacía suya y chau... y volver a trabajar con los jóvenes desde la participación, porque nosotros no hablamos de cosas individuales, ni de meritocracia, ni de esfuerzo, ni de nada... sino siempre se habla desde lo colectivo. ¡Y cuesta mucho! (...) Este año no se dieron menciones en el Regional pero en el Junior ⁷⁶ porque lo que hacían las menciones era que en algún punto lleguen a competir... algunos chicos se largan a llorar porque no ganan una mención, sienten que se les terminó el mundo, y ese no era el espíritu Oajnu ni el espíritu del proyecto, y entonces decidimos sacarlas. (...) Y con eso nos re-contra re-planteamos ¿realmente estamos construyendo

⁷⁶ El Modelo de Naciones Unidas Regional está destinado a estudiantes de los últimos años del colegio secundario (16 a 18 años), y se lleva a cabo entre distintas sedes. En este caso participaban escuelas de las Provincias de Chaco, Corrientes y Salta. Por otro lado, el Modelo Naciones Unidas Junior se realiza entre establecimientos educativos de la misma ciudad y está destinado a jóvenes entre 13 y 15 años.

para la Democracia con este proyecto, o estamos fomentando la competencia, el individualismo? ¿Qué estamos haciendo? (Milagros)

La democracia para nosotros es la posibilidad de participar. Eso entendemos nosotros por democracia en cualquier ámbito, o sea, y no solamente participación electoral, digamos, que es a lo que más estamos acostumbrados, sino a la participación en cualquier espacio: en un club, en la escuela, en tu propia casa, de tomar decisiones en conjunto para nosotros es la democracia. (Cruz, Oajnu)

“La Democracia sería decidir entre todos qué queremos hacer y cómo lo vamos a hacer, pero está involucrada toda la gente... cuando están involucrados todos y no por un sector” (Enrique, Techo)

Reguillo (2017) -quién trabaja en torno a los tópicos de democracia, lo político, la política- plantea que, si bien no hay posibilidades de otorgarle un significado único a la apropiación o interpretación que los sujetos hacen del concepto “democracia”, el mismo resulta una clave de lectura importante ya que en tanto significante atrae o acuerpa varios sentidos: la participación de la gente en las decisiones que afectan a todos, el poder radicado en las personas antes que en el Estado.

Así como se replantean sobre las formas de gobierno que promueven e intentar robustecer, también van replanteándose sobre la sociedad y sobre las problemáticas que se atraviesan, sobre la conformación de grupos, sobre el funcionamiento de ciertas dinámicas.

“A mí me llamó más la atención lo que hace Oajnu porque es como más allá... darle vuelta a la sociedad... y eso es lo que más me moviliza a mí. Siempre fui una persona ambiciosa, digamos. Siempre quise más de lo que tengo. Entonces, ver que se puede cambiar. Nosotros dentro de la organización decimos “cambiar el mundo” pero cambiar el mundo es algo utópico decirlo, aunque cambiar la sociedad se puede... cada uno haciendo lo que debe hacer. Nosotros somos realistas y sabemos que no vamos a cambiar la sociedad de un día para el otro. (Alexis, Oajnu)

“(Techo) Te enseña desde que vos te vas y vivís la experiencia de estar, de compartir con una familia y todo lo que eso te puede implicar de manera personal, desde lo material por así decirlo, y demás... por otro lado, que es fundamental para generar un cambio realmente en la sociedad, involucrarse de otra forma... que no solamente somos lo que hacemos, sino cómo lo hacemos, cómo lo decimos, cómo hablamos, desde todos lados... Particularmente a mí me pasó que me cambió mucho la forma de hablar. Parece una pavada, pero vos te dabas cuenta que una excluye desde el hablar, ya estás excluyendo, ¿viste? Y es algo que a mí me llamó mucho la atención (...) Y después a nivel personal, extra actividades, todo lo que es la parte de manejo de grupo, de equipo, de esas cosas que yo siempre trabajé con grupos, pero es diferente desde este lado... está muy bueno” (Aldana, Techo)

“Cambió mucho mi visión de cómo ver un grupo de personas. Si bien hay diferencias en cada persona, porque todos somos diferentes (...) logré aprender mucho cómo tenés que dejar de lado las diferencias, que no tiene que ver con dejar de lado lo que pensás. O sea, seguís pensando igual. Pero trabajar en pos de algo. O sea, cuando habían problemas importantes sobre un tema, era “bueno tenemos que dejar de lado nuestro individualismo para trabajar en pos de una meta, o en pos de los chicos”, siempre atendiendo a los chicos. (Milargos, Oajnu)

Yo nací en Resistencia (Chaco). Pero me fui todo lo que es Vilelas, Fontana y demás... y por ahí tener una perspectiva de cómo se va expandiendo la ciudad, que es muy loco que parezca que donde termina la ciudad es pobreza (...) es muy marcado cómo para algunas zonas crece la pobreza y para otros lados no... como entender por qué pasan esas cosas. No lo entiendo todavía, pero por lo menos... (Ricardo, Techo)

Me hizo ver otros puntos de vista, el por qué a veces pasan las cosas que pasan, o se piensan las cosas que se piensan. Sí, a mí me hizo cambiar un montón en ese aspecto. O me hizo ver sistemas, así... cómo pasan las cosas en el congreso, cómo pasan las cosas en el concejo, cómo llega una persona a ser gobernador, cómo llega a ser intendente, más allá de la facilidad de “postúlate”, sino, esas cosas a mí sí me hizo cambiar. (Paloma, Oajnu)

“Pues de lo que habla ese estallido es tanto de las renovadas formas de marginación y exclusión social como de los nuevos modos de estar juntos desde los que los ciudadanos experimentan la heterogénea trama sociocultural de la ciudad, la enorme diversidad de estilos de vivir, de modos de habitar, de estructuras del sentir y del narrar.” (Martín-Barbero, 2002:276)

Resistencias. Críticas proactivas

A lo largo de la tesis profundizamos sobre cómo lxs jóvenes que participan en Oajnu y en Techo perciben y experimentan su participación en estas organizaciones, cuáles son los valores que otorgan a estos espacios, cómo establecen vínculos con distintas áreas estatales y privadas y cómo se piensan en tanto sujetos con capacidad de agencia para modificar (o procurar modificar) el estado de cosas. El paso por las organizaciones les permite cambiar la manera de pensar respecto la sociedad, su conformación y estructura, a la vez que colabora en ubicarse y cuestionar la propia historia, como así también romper prejuicios.

Milagros decía que la organización la proveyó para su vida personal de una “lógica Oajnu”, a partir de la cual se empezó a cuestionar cómo trabajar tanto en la facultad como en otros ámbitos con otras personas que no pertenecían a la organización:

“logré aprender mucho cómo tenés que dejar de lado las diferencias, que no tiene que ver con dejar de lado lo que pensás. O sea, seguís pensando igual, pero trabajas en pos de algo (...) Y creo que más

que nada, a nivel personal cambió muchísimo eso... empezar a pensar cómo trabajar con otra gente que no tiene como esa lógica oajnu, y que te cuesta mucho, por ejemplo. No “por qué pensás así”, sino “por qué trabajás así”, si podemos hacer de una forma más amena, digamos.” (Milagros).

Pero a mí estar en Techo me generó eso de tener como esa empatía... antes de emitir un juicio de valor ponerte en el lugar del otro y pensar... bueno, qué hizo también uno desde su lugar como parte de la sociedad para generar todo esto, porque hoy no estamos así... porque si la decisión fuera personal la gente elegiría ser rica o pobre de un día para el otro y claramente no es así... (Aldana)

“Yo me crié en una familia de clase media, baja, tengo mi abuela viviendo en un asentamiento de Goya entonces siempre lo vi, iba a ese barrio, me preguntaba por qué el tendido eléctrico no es como en mi barrio o irme a la casa de mis abuelos en el campo que no tenían luz, vivían en una casa de barro, techo de paja ¿Por qué no tiene chapa la casa de mi abuelo? (...) trabajo en esta organización (Techo) para hacer algo por alguien que lo necesita y realmente creo que pueden cambiar las cosas, a través de nuestra acción podemos aportar nuestro granito de arena. (Matías)

Por otra parte, Marcelo incluso decía que la organización se convirtió para él en un “modo de protesta”, y cuyas prácticas adquiridas fueron consolidando una forma de vida y un espacio a partir del cual alcanzó la certeza de querer trabajar desde la sociedad civil (o tercer sector)

Yo con Oajnu aprendí un montón de cosas, entre ellas es que las personas y las cosas cambian; se puede cambiar. Eso me confirmó Oajnu. Hay gente que entraba a Oajnu siendo una cosa, y sale completamente diferente y hay cosas que en Oajnu cuando yo entré eran

de una forma y hoy son completamente diferentes. Se cambia. Después, me confirmó también que, en la sociedad que vivimos, el Estado no se calienta mucho por cambiarla. Y también entendí por qué y asumí que nunca lo va a hacer. O por lo menos no vislumbro que haya un quiebre para decir “bueno, hay que cambiar tal cosa”. El Estado está para que todo siga funcionando como funciona. Me confirmó eso. Entonces... al confirmarme eso también afiancé la creencia en un lugar donde se pueden trabajar problemáticas y se pueden transformar problemáticas como es el tercer sector. Y también hizo que me enamore por completo y que me ponga como meta de mi vida estar vinculado siempre a la sociedad civil, digamos. (Marcelo)

“Entender y potenciar la formación de la subjetividad impone al sujeto la necesidad de definirse con respecto a sí mismo, al hecho de que saberse es sentirse, y en ello quedan comprometidos conciencia, sentido y sensación, allí se funda el yo” (Martínez Pineda y Cubides, 2012: 78)

En lo que refiere al concepto de ciudadanía, aparecía en las entrevistas vinculado no sólo con prácticas que remiten a derechos y responsabilidades, sino con la capacidad de establecer una conciencia crítica respecto de lo que nos rodea, de cómo establecemos nuestros vínculos y aspiramos a “estar juntos”. Esto requiere el establecimiento de criterios compartidos que puedan sostenerse en el tiempo y que no se activen solamente en periodos de elecciones democráticas.

“Ser ciudadano tiene que ver hoy mucho menos con votar y mucho más con ser capaz de asociarse con los vecinos del barrio para reclamar derechos, hacer demandas y defender sus propios estilos de vida” (Martín-Barbero, 2017: 21)

Pedro Núñez (2013:20) explicaba que la ciudadanía adquiere significados particulares para lxs jóvenes sumando una serie de preocupaciones como el uso del espacio público, el respeto-reciprocidad, el uso de la voz, la libertad, la salud y la sexualidad, la educación y el acceso a la información, el mundo laboral, el ambiente, la pertenencia nacional, las

prácticas culturales, entre otras problemáticas acuciantes. Tal como venimos desarrollando, desde Techo y Oajnu estas temáticas son puestas en discusión a partir de distintas instancias de capacitaciones y formación como jornadas, talleres, encuentros, modelos, concursos, y otras actividades que organizan.

Al momento de revisar qué percepciones tienen sobre lxs jóvenes que participan en la organización lo primero que mencionaban en las entrevistas es que tienen “*el bichito de la participación*” y a la vez iban apareciendo distintos motores o intereses para convertirse en voluntarixs, tales como sentirse parte, encontrar contención, poder ayudar a otrxs, sumarse a un espacio de formación personal, sentirse lo suficientemente “vitalxs” o “jóvenes” para poder actuar, y que justamente lxs fueron impulsando a ellxs mismos a sumarse y permanecer en las organizaciones.

“Hay de todo. Hay chicos que encuentran en la organización contención, hay chicos que encuentran un lugar en el que desde el día cero son parte, cuando en otros lugares les cuesta; y hay chicos que encuentran en la organización un espacio de desarrollo súper importante y que quieren llegar a más jóvenes, así como nosotros con Oajnu llegamos a ellos. Y después muchos jóvenes que encuentran en la organización un espacio de capacitación y de formación. Medio dicotómico, digamos, que el día donde esos sean mayoría Oajnu va a perder mucho de su esencia, porque esta organización existe por y para los destinatarios. El amor, la pasión y la garra que se pone desde los voluntarios está destinado ahí y la mayoría están mancomunados en eso. El día que la mayoría esté mancomunado a formarse, digamos, oajnu se va a dedicar a hacer capacitación externa.” (Marcelo)

“¿en qué sentido me siento joven?... siento que todavía tengo el impulso de la construcción, de querer cambiar, como el empuje ese, de la disconformidad por ahí que le suelen dar algunas cosas (...) y de la mirada de los jóvenes también. Viste que por ahí es como muy cuestionada siempre... que es re fácil para la gente mayor decir que los ni-ni... que los jóvenes no saben nada... No. No hay espacios. Y los

espacios que hay hoy están generalmente partidizados, entonces hay jóvenes que no quieren participar... pero no, no. (Karina, oajnu)

“Son jóvenes que no son conformistas, sobre todo, eso son... que toda sus vidas vieron cosas que no les gustaron y que no tenían un espacio en el cual poder hacer alguna cosa para modificar esas cosas que no le gustaban, sin que sea algo político o partidario. Que por ahí esos son los mayores espacios que hay acá en Corrientes, y por ahí la gente no está de acuerdo con eso, entonces, son personas para mí que no se conforman con lo que ven, y tratan de hacer cosas para modificar eso.” (Cruz)

“Yo siento que soy joven por el idealismo. Como que todavía tengo ese ideal de hacer algo con lo que estudié ¿viste? ... y hay gente que me dice «no, es una pavada lo que estás diciendo porque cuando tengas un hijo te vas a dar cuenta que lo único que importa es criar a tu hijo» o cosas así... todavía yo siento, yo tengo ganas de hacer algo... Cambiar el mundo. Yo todavía tengo ganas, por ahora. (Paloma)”

Pero sí se trata de concientizar un poco más, sobre todo lo que hacemos y tratar de visualizar cuáles son todas estas problemáticas. Porque yo creo que, como te decía hoy, muchos estamos naturalizados con los problemas y no llegamos a dimensionar y comprender del todo la situación de vida de cada uno. Me ha pasado como en mis primeras participaciones, donde hacíamos las encuestas y al final teníamos como que poner una priorización, eh... me iba a una casa que estaba mal; después me iba a otra que era horrible, pero estaba como, el piso más limpio, piso de tierra pero no tenía barro como los otros, y... lo ponía “normal” o no en una situación tan grave. Pero era de pronto esto, que parecía natural. “Capaz que vive bien”, era... como no entendiendo... (Ricardo)

La experiencia de Ricardo en su paso por la organización TECHO nos permite comprender cómo opera la propuesta de acción de la organización en su forma de ver el mundo y en su interpretación de sí mismo en tanto “agente de cambio”. Hay un movimiento en esa toma de posición, que solo puede ser entendida prestando atención al paso del tiempo, y a identificar cómo ciertos procesos se van “materializando”, lo que a su vez que motiva a seguir trabajando/participando en la organización, permite canalizar en la vida personal una manera más consciente de hacer las cosas, con un carácter marcadamente proactivo.

No sé si llegar a... bueno, supongo que sí es pensar diferente, pero sí sobre todo las acciones o las cosas que suceden, lo que me hizo pensar más es diferentes posibilidades de por qué suceden las cosas... como tratar de entender muchas veces más cabalmente por qué sucede algo, cuáles pueden ser las causantes, que creo que una problemática de nuestra sociedad es que a veces tenemos como muy sesgada la mirada o tenemos sólo un punto de vista, pero no digo que somos culpables, también nos pasó con diferentes situaciones, y nos sesgamos con eso y nos centramos en esas situaciones... y como tener poca perspectiva nos hace intolerantes también. Es una problemática que, en sí a mí, creo que la organización me ayudó a ampliar la mirada, a abrir más la cabeza (Ricardo)

Que un chico de un colegio que tiene dieciséis años, que es crítico, es inquieto, lee las noticias, está interiorizado digamos y ve el colegio que están en la boludez, tanto las autoridades del colegio como sus profesores y compañeros, y viene un chico de Oajnu, que tiene dos años más que él, que te da una capacitación genial para quinientas personas, que te enseña, que te transmite, digamos... ese chico dice: «mirá, este tipo está haciendo algo que a mí me gustaría hacer (...) yo quiero estar ahí. En Oajnu, en Techo, en los boy scouts, en la JP, en la juventud radical, en el partido comunista, o en Mandiyú⁷⁷, digamos. En cualquier

⁷⁷ Equipo de fútbol de Corrientes.

lado. Pero yo quiero moverme como ese tipo.» Y eso sí yo creo que Oajnu mueve mucho. Y después, otra cosa: Cuando hay elecciones el cincuenta por ciento (50%) de los miembros de Oajnu son presidentes de mesa, fiscales de algún partido, fiscales generales en alguna escuela, digamos... hay una vocación de participación muy fuerte. (Marcelo)

Y yo siento que sí, lo que da la diferencia (sobre pertenecer o no a una organización de la sociedad civil) es el sentido de la responsabilidad, que desde muy chicos... porque en realidad la gente que entra, entramos desde los dieciocho años. Muy pocas personas entraron a los veinticinco, y ese sentido de estar... no sé si chiquitos, pero yo siento como que salís del colegio y ya tenés que estar frente a chicos de tu edad, “siendo docentes”, entre comillas, porque no es que somos docentes, pero sí enseñando, o hablando con directivos, o hablando con el gobernador para pedirle dinero, o hablando con el decano de la facultad que nos preste por favor un aula. Entonces, en ese sentido, yo veo como la diferencia en la responsabilidad que crea en su cabeza, en el aprendizaje sí, que de pronto tan chiquitos y aprendiendo a hacer proyectos, a manejarse con otra gente, a hablar en público, o te toca la parte de finanzas tenés que manejar un montón de plata, aprender a responder, ante la AFIP a hacer subsidios... o las redes sociales, o los chicos que van a las empresas. Yo digo, cómo tienen dieciocho años pero se paran frente a Pepsi para darle cien razones de por qué nos tienen que dar gaseosa y yo no sé si yo me animo, pero ellos sí; y en ese sentido yo siento que hay como diferencias. (Paloma)

Si el sujeto se configura en y desde sus interacciones, la pregunta por su constitución remite directamente a indagar por los escenarios y espacios de subjetivación instituyentes, a las representaciones, relaciones, acciones e interacciones que le posibilitan afirmarse como sujeto individual y colectivo. (Martínez Pineda y Cubides, 2012: 79)

Conclusiones preliminares

Comenzábamos el capítulo diciendo junto a Martínez Pineda y Cubides (2012:76) que la subjetividad política es producción de sentido y condición de posibilidad de un modo de ser, estar y actuar en sociedad; de asumir posición en esta y de hacer visible el poder para actuar. A lo largo de estas páginas fuimos analizando de qué manera las organizaciones se les presentan como un “lugar” en el que logran una formación diferente, una “lógica” particular y adquieren aprendizajes que consideran básicos “para la vida”, como asumir responsabilidades (registrando a su vez cómo eso implica tiempo y acción), el saber hablar en público, negociar (con adultos: gobernantes, empresarios, directores de escuela, docentes), ejecutar proyectos, organizar, evaluar, manejar recursos (humanos y monetarios). A su vez se van dotando de una cierta sensibilidad o empatía, y la capacidad de reflexionar sobre la realidad social, sus causantes, dinámicas y modos de funcionamiento.

Ambas organizaciones aparecen como espacios de formación, que imprimen actitudes y puntos de vista que luego se traducen en modificaciones en sus acciones, y que en la mayoría de los casos también posibilita o potencia cambios respecto el plano laboral-profesional. En este sentido las organizaciones en sí mismas se constituyen en espacios de aprendizajes de la ciudadanía. A partir de las nociones de agencias, potencias y resistencias pudimos ir identificando la conformación de sus subjetividades políticas en los territorios y “roles” por los que circulan, atendiendo cómo interiorizan ciertas “disposiciones políticas” que actúan como resortes subjetivos de sus prácticas políticas (Vommaro, 2012; Bourdieu, 1979; Dukuen, 2018)

En el capítulo anterior, a partir de los análisis de Bernard Lahire (2007), registrábamos cómo en la sociedad moderna se viven tiempos de socializaciones múltiples y complejas, en las que se suelen sentir las influencias conjuntas de diversos agentes. A partir de indagar en los procesos de construcción de subjetividades políticas en el ámbito de estas organizaciones, podemos identificar cómo las preguntas o preocupaciones sobre los espacios digitales quedan en un segundo plano. Al momento de preguntarles y hacer énfasis en sus procesos de aprendizajes en el marco de las organizaciones, se dan escasas menciones al uso de redes socio-digitales como un ámbito específico a partir del cual aprenden sobre “lo político/la política”. En cambio, aparecen preferentemente referencias

a cuestiones vinculadas a lo personal y lo vincular cara a cara, o a los procesos organizativos en los que transitan.

En los próximos capítulos, sin embargo, veremos que sus aprendizajes en relación con las tecnologías digitales se vinculan a cuestiones más pragmáticas que requieren de diversas discusiones al interior de ambas organizaciones (capítulos 5, 6 y 7).

CAPÍTULO 5 - Apropiaciones de espacios digitales: “saber hacer”

El proceso de socialización política en/con entornos digitales es el objeto de estudio en esta tesis. Consideramos que el mismo no puede deslindarse de la apropiación de tecnologías digitales, como una dimensión necesaria. Por esta razón, en este capítulo nos detendremos en la apropiación de Tics en el marco de las organizaciones, las cuales condicionan a lxs jóvenes e imprimen un “saber hacer” particular.

Nos posicionamos desde una perspectiva crítica atendiendo a una doble mediación (tecnológica y social). Es prestando atención a dichas prácticas comunicativas que puede hacerse palpable una parte fundamental de la socialización, referente a las estrategias, los posicionamientos y las formas de estar juntos/conectados. En estas páginas retomaremos lineamientos teóricos en torno a la relación de jóvenes - tecnologías - apropiaciones digitales y analizaremos los datos producidos en las categorizaciones de las entrevistas y los cuadros de frecuencias realizados.

El capítulo inicia con un abordaje teórico de los vínculos entre Jóvenes-Tecnologías y luego se organiza en torno a dos ejes: 1) Lo visible (acceso público); 2) Lo invisible (acceso privado). Presentaremos por separado los usos y apropiaciones de ambas organizaciones, realizando conclusiones preliminares sobre esta dimensión.



“(...) todas las preguntas acerca de causa y efecto — entre una tecnología y una sociedad, por ejemplo— son sumamente prácticas. Hasta que no hayamos empezado a responderlas, realmente no sabremos, en cada caso particular, si estamos hablando acerca de, por ejemplo, la tecnología o los usos de la tecnología; acerca de instituciones necesarias o instituciones particulares y mutables; acerca de un contenido o una forma. Y esta no es solamente una cuestión de incertidumbre intelectual: es una cuestión de práctica social.” (Williams, 2011: 21)

En el capítulo inicial decíamos que los jóvenes tienen en la web social su espacio de comunicación, socialización y acción privilegiado (Feixa y Fernández Planells, 2014) y que las tecnologías digitales les permiten contactarse con personas, instituciones, organismos y gobiernos más allá de las distancias o cercanías geográficas. Se trata de un escenario de fronteras difusas, en tanto los momentos de conexión se superponen con las actividades de la vida cotidiana. En palabras de Rosalía Wincour (2009) *“la situación de conexión tiene sus propios tiempos, espacios y jerarquías, nuestra disponibilidad no es absoluta”* (p. 158).

En este contexto, cuando hablamos de apropiación nos referimos al *“conjunto de procesos socioculturales que intervienen en el uso, la socialización y la significación de las nuevas tecnologías en diversos grupos socioculturales”* (Wincour, 2009:20). Siguiendo a Susana Morales y María Inés Loyola (2013) y a Magdalena Lemus (2017) entendemos que la apropiación es un proceso simbólico y material por el cual un sujeto o grupo social realiza en primera instancia una elucidación crítica del entramado mediático y tecnológico que tiene a su alcance y posteriormente toma el contenido significativo de un artefacto y lo hace propio. Lo dota de sentido e incorpora a su vida cotidiana. La perspectiva crítica, desde la cual nos posicionamos para entender a la apropiación, integra la doble mediación (social y tecnológica) y por lo tanto comprende el acceso a los dispositivos tecnológicos como un problema de recursos e infraestructuras, pero también del desarrollo de habilidades tecnológicas y de capital cultural de cada individuo o comunidad para el aprovechamiento de las posibilidades que presentan dichas tecnologías (Crovi Drueta, 2013a, 2013b; Moreno Gálvez, 2015).

Atendiendo a los procesos de apropiación es posible identificar las características que adquiere el “mundo digital”: capacidad para moverse en una nueva dimensión espacio-

temporal; creación y despliegue de actividades mediante comunidades virtuales; posibilidad de crear, compartir, intercambiar contenidos. En este capítulo tendremos en cuenta tres elementos: 1) acceso (disponibilidad de recursos), 2) uso (dimensión personal caracterizada por las habilidades tecnológicas y el capital cultural) y 3) apropiación (comporta un proceso complejo, una transformación cultural del individuo y de su entorno) (Crovi Druetta, 2013a). Consideramos que el análisis de estos elementos nos permitirá dar cuerpo a las prácticas comunicativas en entornos digitales que jóvenes de ambas organizaciones llevan a cabo.

A partir de estas consideraciones, retomamos uno de nuestros objetivos específicos: ¿Cómo los y las jóvenes integrantes de organizaciones de la sociedad civil representan sus aprendizajes de la política en relación a las prácticas y apropiaciones de los espacios digitales? Recuperamos la pregunta para contextualizarla y esbozar posibles respuestas. Nos interesa analizar cuáles fueron los usos y apropiaciones de las tecnologías digitales que realizaron estas/os jóvenes durante 2016-2017, con vistas a convertir a la web en un espacio de acción y de organización social.

Jóvenes y su relación con las tecnologías

Los vínculos que lxs jóvenes establecen con las tecnologías son variados, como así también los modos en que desde las ciencias sociales se piensan esas relaciones. Ya comentamos anteriormente que a menudo se describen a lxs jóvenes como precursores y/o actores protagonistas en relación al uso de tecnologías (Piotet y Pisani, 2009; Urresti, Linne y Basile, 2015; Reguillo, 2017). Este papel de la juventud entronca con el discurso social y académico que sitúa y/o cuestiona a las sucesivas generaciones juveniles como agentes de cambio para la reproducción social, incorporando las innovaciones tanto a las prácticas como a la estructura social (Mead, 1980; Reguillo, 2012; Alcoceba Hernando, 2013). Además, se remarca cómo la tecnología atraviesa las culturas juveniles (Martín-Barbero, 2017; Feixa, 2014; Feixa y Fernández Planells, 2014; Crovi Druetta, 2013a)

"Niños y jóvenes han sido vistos a menudo como la vanguardia de la era digital, en su doble vertiente de héroes de la sociedad red y víctimas de la sociedad del riesgo. Aunque casi siempre este doble

proceso de idealización/satanización ha tenido lugar en el espacio público, el ciberespacio adquiere cada vez mayor importancia en las culturas adolescentes del siglo XXI" (Feixa, 2014:173)

Una de las características centrales de las culturas juveniles es la influencia de tecnologías digitales como video, telefonía digital, informática, internet. Son tecnologías que pueden recluir a lxs jóvenes en un nuevo individualismo, o bien conectarlxs con cualquier punto del planeta otorgándoles la sensación de pertenecer a una “comunidad universal” (Feixa, 2014, Crovi Drueta, 2013a)

Aunque instituciones como la familia, la escuela o el trabajo continúen siendo importantes en el proceso socializador, cada vez más los mass media juegan un papel primario como mediadores para cada una de esas instituciones. Las percepciones y experiencias reales de los adolescentes en esas instancias están modeladas en mayor o menor medida por su experiencia cotidiana con tecnologías de la información como la televisión, el teléfono, la radio FM, el vídeo, el ordenador, etc." (Feixa, 1998:45-46)

En el año 1998, Don Tapscott analizó la “Generación Net”⁷⁸, a la que describió como una generación de jóvenes que alcanzan la mayoría de edad en la era digital y para quienes los instrumentos digitales tienen muchos usos: divertirse, aprender, comunicarse, comprar, trabajar, protestar. Carles Feixa (2000, 2014) llegó a caracterizaciones similares cuando describió a la “Generación @”:

"No se trata sólo de que sean el grupo de edad con el mayor acceso a los ordenadores y a internet, ni de que la mayor parte de sus componentes vivan rodeados de bites, chats, e-mails, webs y redes sociales; lo esencial es el impacto cultural de estas nuevas tecnologías: desde que tienen uso de razón les han rodeado

⁷⁸ “Generación Net” incluye según Tapscott (1998) a lxs jóvenes estadounidenses nacidos entre 1977 y 1997. Según sus proyecciones para fines de los 90 no todos habrán tenido acceso a internet (el 30% de la población norteamericana estaba conectada), pero todos habrán tenido contacto con medios digitales.

instrumentos electrónicos (de videojuegos a relojes digitales) que han configurado su visión de la vida y del mundo." (Feixa, 2014: 173-174)

Son diversas las categorías que se producen para conceptualizar los vínculos entre jóvenes y tecnologías: Generación Net (Tapscott, 1998), Generación @ (Feixa, 2000), Millennials (Strauss y Howe, 2000), Nativos digitales (Prensky, 2001), Generación # (Feixa, 2014) entre otras. Este relevamiento nos permite dar cuenta de algunos modos de nombrar y algunas características con las que se asocian los vínculos entre juventudes-tecnologías, pero consideramos que tomar como propia alguna de ellas resultará insuficiente para dar cuenta de las experiencias situadas de jóvenes correntinos/as, quienes viven en una de las zonas más desconectadas del país, tal como vimos al inicio del trabajo. En consonancia con esto, Hugo Pardo Kuklinsky (2010) realiza un recorrido sucinto por algunas de estas definiciones y afirma: *"A pesar de ser conceptos utilizados a nivel mundial, estos trabajos resultan de un trazo tan grueso, que transmiten imprecisión, escasa especificidad y ruido conceptual"* (p. 118). Sin embargo, nos resultó útil conocer algunos rasgos presentes en estas categorizaciones al momento de analizar las prácticas de lxs jóvenes de TECHO y OAJNU, ya que entendemos que no se trata en ningún caso de nombrar estructuras compactas, sino que son *"referentes simbólicos que identifican vagamente a los agentes socializados en unas mismas coordenadas temporales"* (Feixa y Fernández Plannells, 2014: 39) a la vez que *"nociones operativas que pueden ayudarnos a comprender la experiencia ordinaria de grupos juveniles y también de individuos jóvenes"* (p. 46).

Al analizar las relaciones entre juventudes-tecnologías y culturas juveniles, Carles Feixa y Ariadna Fernández-Planells (2014; Feixa, 2000, 2014) plantean los cambios que se producen al pasar de la "Generación @" (ubicada a finales de la década de 1990, a la que hacen coincidir con la Sociedad Red) a la "Generación #" (propia del 2000, que coincide con la consolidación de la web social, en particular de redes sociales como Facebook, de plataformas de microblogging como Twitter y de las wikis). Estos autores nos ayudan a conceptualizar a lxs jóvenes que entrevistamos en la ciudad de Corrientes (nacidos entre 1986 y 1998, y que para el año 2017, cuando concluimos las entrevistas, tenían entre 19 y 31 años de edad) a quienes podríamos ubicar en la Generación #, con vestigios de la Generación @.

Cuadro N° 2. Características de la Generación @ Versus Generación #:

Dimensión	Generación @	Generación #
Periodo	Nacimiento: 1975-1990 Infancia: 1980s Adolescencia: 1990s Juventud 2000s	Nacimiento: 1985-2000 Infancia: 1990s Adolescencia: 2000s Juventud: 2010s
Significante	@ Arroba: medida volumétrica Navegación	# Hashtag: medida numérica Conectividad y movilidad
Significado	Digitalismo Globalización Pásalo	Hiperdigitalismo Relocalización Trending topics
Contexto	Web 1.0 Capitalismo informacional Nueva economía	Web 2.0/web social Capitalismo salvaje Recesión
Rasgos	Generación @ Espacio global Tiempo virtual Nomadismo Red	Generación # Espacio glocal Tiempo viral Translocalismo Rizoma

Fuente: Feixa y Fernández Plánells (2014). Cuadro adaptado.

Como contexto de la “*Generación @*” Feixa (2000) enumeraba tres tendencias de cambio: 1) El acceso universal a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, aunque dicho acceso no sea necesariamente general; 2) la erosión de las fronteras tradicionales entre los sexos y los géneros; 3) el proceso de globalización cultural que necesariamente implica nuevas formas de exclusión. Nos referimos a que pueden identificarse vestigios de estas características ya que advertimos que entre los y las jóvenes entrevistados/as y las observaciones realizadas el acceso a las TICs no es general y los procesos globales tienen un anclaje particular en la cultura local correntina.

Si la capacidad de navegar en línea y fuera de línea puede considerarse el rasgo distintivo de la Generación @, la capacidad de estar conectado de manera especializada o segmentaria, y de manera deslocalizada y móvil, a una o varias herramientas de la web social con características etarias, sociales y culturales propias, puede considerarse el rasgo distintivo de la Generación # (Feixa y Fernández Planells, 2014:44)

Desde el punto de vista tecnológico, la Generación # supone un reset de las claves de acceso a la sociedad del conocimiento, basada en la tendencia hacia la universalización de la conectividad y la generalización de la conectividad móvil, lo que supone la deslocalización de las conexiones (Feixa y Fernández Planells, 2014: 43)

A partir de estas caracterizaciones afirmamos que la utilización de herramientas y medios tecnológicos trae aparejados diversos cambios en los usos del lenguaje tanto escrito, oral, como audiovisual (Barbero, 2002, Saintout, 2011). En lo que refiere a la web social, los modos de comunicación están fuertemente marcados por aspectos icónicos (emoticones, fotografías, videos, gifs, flyers) y por elementos que permiten la conectividad y la discusión temática y personalizada: nos referimos específicamente a los usos del “arroba” (@) en tanto interpeladores directos y el “hashtag” (#) como unidades temáticas a partir de las que se puede marcar agenda o bien sumarse a determinadas tendencias de conversación social (trending topics).

“Los hashtag (etiquetas) son una serie de caracteres simples o compuestos que van precedidos por la tecla numeral, también llamada gato, #. Su finalidad es la de etiquetar información, ideas, eventos, personajes, y hoy constituye un dispositivo clave, principalmente en Twitter, al posibilitar a los usuarios que utilizan esa etiqueta a compartir una opinión personal, una fotografía o un enlace a algún portal. El hashtag en Twitter opera como una especie de cluster o racimo de nodos o lugares de enunciación articulados

por el o los términos de referencia, en el que los usuarios del hashtag colaboran (y se encuentran), discrepan (y disputan sentidos) o atacan (descalifican, contraargumentan o amenazan). (Reguillo, 2017:105)

"Desde el primero de julio de 2009 Twitter añade un hipervínculo automáticamente a todos los hashtag con la búsqueda de éstos en el sistema. Su uso se acentuó en 2010 con la introducción de los «trending topics» (tendencias mundiales o regionales) en su página principal (...) El hashtag prefigura una nueva fase de la sociedad red, caracterizada por el surgimiento de la web social, uno de cuyos rasgos centrales es la indexación (clasificación numérica y temática) de los sujetos participantes según afinidades sociales, ideológicas o culturales, así como la multiplicación exponencial de las capacidades de conectividad entre ellos." (Feixa, 2014:301)

En las próximas páginas nos iremos deteniendo en el análisis de estos usos por parte de los/las jóvenes, identificando los recursos y estrategias con los cuales conforman su presencia en redes utilizando tecnologías digitales.

Usos y apropiaciones

En el capítulo teórico-metodológico recuperábamos un trabajo de sistematización realizado por Lago Martínez, Méndez y Gendler (2017) quienes plantean que el concepto de apropiación de tecnologías suele remitir a la práctica de “*hacer propio lo ajeno*” y coloca el foco en cómo se accede, utiliza y dota de sentido las prácticas individuales y colectivas en relación con tecnologías, en el marco de contextos culturales, socioeconómicos e históricos diversos y desiguales. En este sentido, Delia Crovi Druetta (2013b, p. 11) plantea que “*Su significado cotidiano: adueñarse de algo, tomar para sí un objeto o recurso, lo que le pertenece a un sujeto, está lejos de explicar un fenómeno tan complejo*”.

Veamos dos caracterizaciones sobre qué implica la apropiación de TICs:

«La apropiación se construye sobre la base de expectativas y experiencias (individuales, familiares y colectivas, presentes y pasadas) con otros artefactos tecnológicos, y en el marco de entramados culturales en lo que se les “otorga” cierta valoración y significación» (Cabrera-Paz, 2009, Winocur, 2009, en Lemus, 2017: 163).

“La apropiación indica el dominio de un objeto cultural, pero involucra también el reconocimiento de la actividad que condensa ese instrumento y con ella los sistemas de motivaciones, el sentido cultural del conjunto” (Covi Druetta, 2013a:222)

Es decir, cuando indagamos en las apropiaciones nos interesan las prácticas que se habilitan o clausuran a partir de ellas, así como los sentidos que se construyen. Esos sentidos casi siempre son compartidos y se insertan en las comunidades y/o grupos a los que pertenecemos. Uno de los aportes para las observaciones críticas de este capítulo fue tener presente el esquema de análisis de la interacción entre sujetos y dispositivos técnicos y de las representaciones sociales asociadas a ella, propuesto por Moreno Gálvez (2015).

Este autor hace un recorrido desde la Teoría Crítica de distintos aportes teóricos (Economía Política de la Comunicación, Estudios Culturales, Teoría de las Mediaciones, Escuela Francesa de sociología de los usos) para desarrollar una caja de herramientas con las cuales sea posible realizar un análisis abierto, inclusivo y no reduccionista de los usos de las nuevas tecnologías. Desde los estudios culturales latinoamericanos y la teoría de las mediaciones, se nos convoca a trasladar el foco de atención de las tecnologías a sus modos de accesos, usos y apropiación, atendiendo no solo a la huella del dominador, sino también a las resistencias, resemantizaciones y rediseños protagonizados por los sujetos (Moreno Gálvez, 2015; Martín-Barbero, 2002).

En este artículo Moreno Gálvez (2015: 79) sistematiza cinco condiciones que desde la sociología de los usos se identifican en torno a la apropiación:

- 1) Dominio técnico y cognitivo del artefacto,
- 2) Integración significativa del uso en la práctica cotidiana del actor,

3) Utilización repetida del dispositivo técnico que abre posibilidades de creación en la práctica social,

4) La mediación en una comunidad de práctica, fuente de intercambios, de transmisión y de apoyo entre sujetos de aprendizaje,

5) A nivel colectivo, la apropiación supone que los usuarios y sus necesidades estén adecuadamente representados por portavoces en el establecimiento de políticas públicas y en los procesos de innovación en las empresas.

Estas condiciones nos sirven de guía para caracterizar los usos y apropiaciones, y son retomadas y explicadas en torno a los casos analizados (TECHO, OAJNU). La mediación de las tecnologías digitales no es neutra, por el contrario *“tienden cada vez más a ser organizadoras de la acción y contribuyen a la emergencia de nuevos modelos de referencia, valores, acciones y relaciones sociales que transforman nuestra relación con la sociedad.”* (Moreno Gálvez, 2015: 78)

Para poder comprender las prácticas comunicativas es necesario primero contextualizar los consumos de tecnologías digitales en el país. Según los resultados del informe “IMS Mobile in LatAm”⁷⁹ (2017) que analiza las tendencias de uso, hábitos, intereses e interacciones, se derivan varios datos interesantes respecto Argentina:

- 9 de cada 10 usuarios de Internet se conectan a través de un Smartphone.
- El 87% de los usuarios se conectan con tablets y celulares inteligentes.
- El 68% de los argentinos ya tiene conexión a internet.
- Los usuarios mobile en Argentina pasan más de 32 horas semanales online, es decir más de 4.5 horas diarias. Entre los millenials se encontró que pasan 33 horas semanales y pasan más tiempo conectados por los smartphones que por computadoras.
- Redes sociales, mensajería instantánea y contenidos de fotos y video son las principales actividades en los smartphones.

⁷⁹ Se pueden ver fragmentos del informe en <https://contactcentersonline.com/ims-immersion-argentina-2017/>

Reforzamos esta caracterización a partir del análisis de Luciano Galup (2019), quien recupera datos cuantitativos desde los cuales es posible visualizar el crecimiento del uso de redes en nuestro país, vinculado a la conectividad. Según datos del ENACOM, mientras que en 2008 la tasa de penetración de internet fija a los hogares de toda la Argentina era de 24 cada 100, en 2018 ese número trepaba a casi 59 de cada 100 viviendas. Sin embargo, el dato más significativo es el que refiere a la ampliación de la red de telefonía celular con acceso a internet móvil.

“Según un informe de la firma Carrier y Asociados las unidades con tecnología LTE (Long Term Evolution), la que permite el acceso a redes 4G, en la Argentina pasaron de medio millón en 2014 a un estimado de 22 millones para 2019 (...) además que ya el 84% de los teléfonos celulares son smartphones y que el 75% de esas unidades tiene menos de dos años de antigüedad.” (Galup, 2019:68)

Lo visible (acceso público)

En este apartado analizaremos las prácticas de apropiación a partir de aquello que aparece “visible” fácilmente ante nuestra mirada, al ingresar en sus perfiles en redes sociales. Decimos por ello que es de “acceso público”. De nuestro relevamiento de datos surge que ambas organizaciones otorgan un uso instrumental a los espacios digitales, que ambas poseen manuales de marca definidos y que el grueso de las informaciones que publican en sus páginas oficiales están centralizadas en algunos grupos decisores, en áreas específicas de comunicación o incluso, como ocurre en Techo, centralizadas en Buenos Aires.

En el caso de Techo, Matías (2016) y luego Facundo (2017) fueron los coordinadores de comunicación de la sede CoCha, acompañados por distintos voluntarios/as dentro del área. En el caso de OAJNU, la administración de los espacios digitales correspondía en 2016 a la Secretaría de Promoción⁸⁰ cuya función principal era el manejo de la imagen, la difusión de las actividades y la comunicación interna. A partir del año 2017 se desdobló el área quedando conformada por un lado la Secretaría de Promoción de Derechos que se

⁸⁰ Durante el periodo relevado dicha secretaría estuvo a cargo de Marcela López Sachini, y colaboraban Agustín Insaurralde y Gustavo Meixner, como encargados de hacer los flyers.

encargaba de todo lo interno y, por otro lado, la Secretaría de Comunicación, que tenía a su cargo la comunicación externa incluyendo a las redes sociales digitales.

Los usos y apropiaciones de algunas redes sociales digitales (Facebook, Instagram, Twitter) estuvieron orientados a mostrar actividades y campañas que cada organización realiza. Estas plataformas se constituyeron en sus medios de difusión y sus usos implicaron que deban “formarse” en algunas herramientas básicas. Al respecto, Marcelo planteaba que *“en Oajnu es una cuestión muy profesionalizada”*. Las sedes hacen uso de los grupos de Facebook o crean perfiles que los distinguían por provincias o “representaciones permanentes”, siendo herramientas de comunicación enfocadas a las actividades locales.

TECHO. Grupo en Facebook

Matías, encargado de comunicación de la sede CoCha-TECHO en 2016, explicaba que a nivel local el único espacio digital que era producido directamente por ellos es un grupo en Facebook llamado “Voluntarios TECHO Chaco-Corrientes”. Tanto él, como Facundo, Agustina y Carlos tenían permiso para publicar desde Corrientes en este grupo, donde compartían el rol de “administradores” y “moderadores”⁸¹ con voluntarios de otras sedes y con el seguimiento de la página central de Techo-Argentina desde el mes de Septiembre 2017. **(Ver Captura de Imagen N° 5)**

La mayoría de la información que difunden sobre la organización está centralizada en Buenos Aires por la Coordinación Regional de Comunicación y si bien pueden aportar contenidos desde la sede Corrientes-Chaco, no disponen de vía libre para publicar en nombre de la organización. Sobre esto Facundo planteaba que en líneas generales *“se decide todo allá”*, pero que en la sede se hacen cargo de la confección de flyers y videos como así también del envío de mails masivos (mailing). Esta estructura verticalista de la comunicación también afecta la toma de decisiones, hasta el punto de no poder generar hashtag (#) locales.

⁸¹ Con los permisos de “administradores” o “moderadores”, Facebook posibilita que los usuarios publiquen desde sus propias cuentas en grupos donde están habilitados. En la publicación queda registro de sus nombres, sin que aparezca necesariamente el nombre del grupo. Es decir, publicaban como “Facundo” en vez de como “TECHO”.



Captura de imagen N° 5. Administradores y moderadores en grupo de Voluntarios Techo Corrientes-Chaco en Diciembre 2017.

El grupo interno en Facebook es semi-abierto. O sea, tenés que pedir permiso para unirte, no se puede unir cualquiera. E incluso sólo nosotros los administradores podemos publicar. Es decir, no es abierto para conversación, aunque sí en los comentarios, pero no para publicar cosas nuevas, digamos. (Carlos)

“Desde la oficina central bajan discursos sobre lo que es Techo y qué es lo que hacemos en los asentamientos informales y en base a eso se decide qué vamos a comunicar, depende de la actividad que tengamos.” (Matías)

Desde nuestra área (comunicación) tenemos varias patas. El canal importante que tiene la sede es el Facebook. Desde Techo Argentina se tiene una fan page y cuando queremos hacer algo más específico a través de Facebook podemos como armar una nota y ellos (la sede central en Buenos Aires) la geolocalizan para nuestra sede. La sede en sí no puede tener Instagram... en redes tenemos sólo un grupo que es donde más nos movemos, tenemos un mailing que es muy importante también, con

bastante recepción. Ahí tenemos más de dos mil mails y lo abren algo así como el 60% de las personas, así que está bueno en ese sentido. Ese mismo mail también va para los socios que deben ser algo así como mil, y obviamente también salimos a las radios, a los medios, tenemos muy buen contacto con la gente de diarios. (Facundo)

El grupo en Facebook tiene más de 2.600 miembros (números de diciembre 2017). *“Hablamos mucho del grupo porque realmente en lo digital, salvando el tema de correos que mando muy pocos, es la única herramienta real que tenemos”* (Facundo). Es desde este espacio donde difunden sus actividades tales como capacitaciones, colectas, talleres, cine-debate, infocharlas, intervenciones en supermercados, etcétera. Desde allí buscan *“captar voluntarios”*⁸², y organizan campañas que sostienen a lo largo de varios meses, donde el eje está puesto en la inclusión de los sectores vulnerables y en la necesidad de involucrarse con el entorno, en referencia a los asentamientos.

También entre sus publicaciones invitan a sumarse al equipo para acompañar en actividades de *detección y construcción*, hacen encuestas para definir actividades, dan la bienvenida o despedida a voluntarios, abren el llamado para postulantes a roles específicos (exclusivamente a voluntarios/as que estén activos), por ejemplo *“Coordinador de detección y asignación”*, *“coordinador de comunidad”*. Esto hace de la OSC un espacio que funciona como catalizador laboral para muchos jóvenes, por la necesidad de coordinar equipos y campañas, como también negociar con empresas e instancias estatales (**Ver capítulo 4**).

“todo lo que se comparte por Facebook es más informativo. Igual yo creo que no te informa por completo, como decir estamos haciendo tal cosa, estamos detectando, estamos yendo al barrio, estamos teniendo encuentro con los voluntarios. Para el joven que estuvo una vez o escuchó algo si tiene un amigo en Techo más o menos puede entender, pero el que no está metido en algún lado como que es medio colgado, creo no sabría a qué se refiere, si yo fuera esa persona no entendería a que se está refiriendo.” (Enrique)

⁸² Para sumar voluntarios poseen acuerdos marco de trabajo con la Universidad Nacional del Nordeste (UNNE) y con distintas instituciones de la ciudad.

Casi en coincidencia con nuestro recorte temporal, en febrero de 2016 la organización empieza a trabajar formalmente en el Barrio “2 de Septiembre” de la ciudad de Resistencia (Provincia del Chaco), lo que presentaron en el grupo de Facebook como “*otro sueño cumplido*”. Esto acrecentó las interacciones entre ambas Provincias, lo que ya se venía dando por la participación de jóvenes chaqueños/as que cruzaban el puente para sumarse a distintas actividades y obligó a la sede a ir matizando los encuentros de un lado y otro del río paraná, por pedido de voluntarios/as. A su vez, a partir del mes de agosto 2017 empezaron a trabajar en el barrio Los Aromitos (Resistencia) por lo que los intercambios entre ambas provincias se fortalecieron con el paso del tiempo.

El 2016 coincide con el año que la organización comienza a tener otro “*modelo de trabajo*”, más orientado al desarrollo comunitario. En las épocas de vacaciones convocaban a formar parte de los “Trabajos de Verano” y “Trabajos de Invierno” (TDI), donde voluntarios de todo el país y de países vecinos viajaban a realizar construcciones masivas en barrios o localidades donde la organización no trabaja de manera permanente, pudiendo estrechar lazos con otras sedes y actores sociales. De ese modo se llevaron a cabo trabajos en la Provincia de Corrientes (en la localidad Bella Vista, en julio 2016 y 2017; en Goya, julio 2017) y en la Provincia de Mendoza (en Campo Papa, febrero 2017)

Siguiendo las condiciones que menciona Moreno Gálvez (2015) identificamos que en el uso repetitivo de las mismas herramientas y en pos de generar una comunidad virtual, se van dando acuerdos básicos sobre estilos de publicación, días y horarios, colores, palabras a utilizar que tienen de guía en el manual de marca de cada organización. Al respecto Aldana (Techo) planteaba que llegaron a definir criterios mediante “*prueba y error*”. El principal acuerdo es no saturar las redes y publicar dos o tres veces al día en los horarios en que las personas se conectan más, “*a las 12 del mediodía y antes de acostarse*”.

Se pudo identificar que Techo generó instancias de diálogo y reflexión comunitaria para delinear un “concepto” organizacional que atienda a las distintas voces de sus voluntarios/as. A modo de ejemplo, podemos mencionar la actividad “*¿Cuál es la ciudad que queremos?*” (Ver captura de imagen N° 6) por la cual a lo largo de varios meses

fueron recabando información mediante un formulario de google⁸³. En el texto que publicaron planteaban:

Como todos los años, desde el equipo de Comunicaciones estamos trabajando un concepto anual que refleje el mensaje que TECHO quiere transmitir a la sociedad. Las siguientes preguntas nos ayudarán a crear un texto corto sobre qué significa para todos los que hacemos TECHO "la ciudad que queremos". Te pedimos que nos des las respuestas pensando en la ciudad en la que vivís. Esperamos tus opiniones, así entre todos creamos un texto que nos identifique. (Publicado en el grupo de Facebook, 21 de marzo 2016)



Captura de imagen N° 6. ¿Cuál es la ciudad que queremos?

Facebook, 21 de marzo 2016.

En el formulario realizaban seis preguntas: 1) ¿Cómo es la ciudad en la que querés vivir? 2) ¿los asentamientos entran en ese ideal?, ¿cómo? 3) Se dice que "es una ciudad para todos" cuando... 4) "Los asentamientos son parte de la ciudad" cuando... 5) Para vos ¿qué significa el derecho a la ciudad? 6) ¿cuándo una ciudad es inclusiva?. Sin embargo, con el correr de los meses este relevamiento no se tradujo en un documento específico o un texto que aglutine las ideas recabadas. Fueron utilizando frases tales como

⁸³ Dicho formulario aún continúa disponible en el siguiente enlace <https://goo.gl/TI2ITG>

“Invisibles. Hay una realidad que no estás viendo”, “Tus acciones no son invisibles. Construí la realidad que querés ver”, “Que tu acción sea el cambio”, que ponen el foco en acciones individuales, interpelando de manera directa a personas más que a colectivos.

Uso de hashtags en Techo

El uso de hashtags se definía a nivel regional o nacional, dependiendo de las campañas de comunicación de la organización. Así fueron dejando asentadas diversas frases aludiendo a las temáticas de hábitat, asentamientos, la colecta, el Relevamiento de Asentamientos Informales (RAI), y al mismo tiempo presentando a la organización Techo como un espacio ameno de trabajo, invitando a sumarse (#QuéGrandeEsteEquipo, #OportunidadLaboral). (Ver Figura N° 2 Nube de palabras)

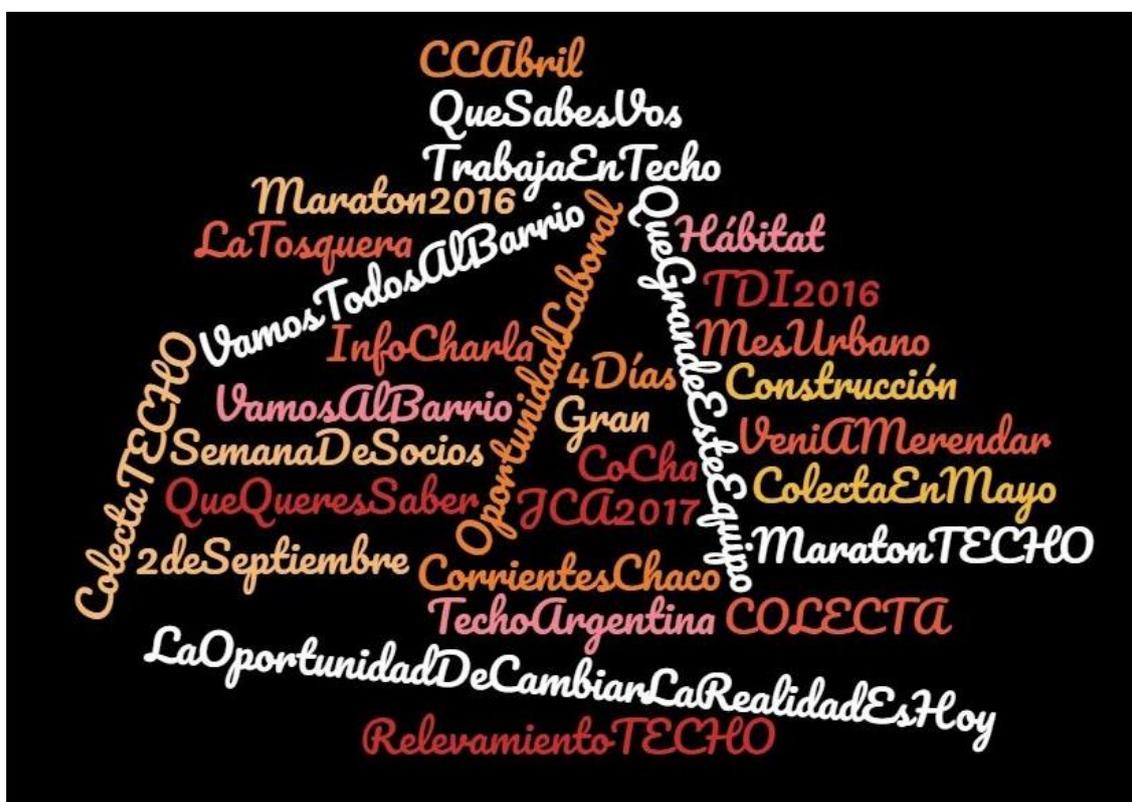


Figura N° 2. Nube de palabras. Uso de Hashtags en Techo durante 2016-2017. Elaboración propia.

Atendiendo al uso de hashtags se puede afirmar que escasas veces invitaron explícitamente a movilizar acciones utilizándolos para sentar presencia en el espacio digital. Así ocurrió a fines de 2016 cuando iban a presentar en distintos puntos del país

los resultados del RAI 2015-2016⁸⁴, que en Corrientes se realizó en la Legislatura y en Resistencia en el Domo del Centenario. Junto a esta publicación invitaban a seguir vía *streaming*⁸⁵ por la página oficial de Facebook Argentina las presentaciones

Este lunes, a partir de las 2 de la tarde, queremos que durante la presentación del #RelevamientoTECHO, todo el país nos escuche decir que la ciudad que tenemos, "No es una ciudad, si no es para todxs". Por eso te invitamos a Twitrear:

*Corrientes no es una ciudad, si no es para todos
#RelevamientoTECHO*

*Resistencia no es una ciudad si no es para todos
#RelevamientoTECHO*

O bien cualquier otra ciudad que quieras que sea para todos.

(Publicación en el grupo de Facebook, 31 de octubre 2016)

Luego de la presentación RAI 2015-2016, desde el grupo realizaron un balance calificando la actividad como de "alto impacto", tanto a nivel de autoridades que asistieron a los eventos, como a nivel mediático. Carlos, en su rol de director de la sede remarcó "*Les recuerdo que esto nos abre una puerta gigante pero que también nos pone un desafío de utilizar esa información para exigir que se respeten los derechos de 18.570 y 10.330 familias que viven en asentamientos en el Gran Resistencia y Gran Corrientes, respectivamente" No son números, son personas.*" (10 de noviembre 2016)

Algo que pudimos observar a lo largo de los dos años de seguimiento, es que muchas veces las actividades de Techo tenían mayor peso (en cuanto a interacciones en/con los

⁸⁴ Puede verse el informe completo en <https://www.Techo.org/argentina/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/Informe-Relevamiento-de-Asentamientos-Informales-2016-TECHO-Argentina.pdf>

⁸⁵ La retransmisión en directo, retransmisión o emisión en continuo (en inglés *streaming*) es la distribución digital de contenido multimedia a través de una red de computadoras, de manera que el usuario utiliza el producto a la vez que se descarga. La palabra *retransmisión* se refiere a una corriente continua que fluye sin interrupción, y habitualmente a la difusión de audio o vídeo. Este tipo de tecnología funciona mediante un búfer de datos que va almacenando el flujo de descarga en la estación del usuario para inmediatamente mostrarle el material descargado. (Wikipedia, <https://es.wikipedia.org/wiki/Streaming>)

posteos y en cuanto al tono político del contenido) mediante las cuentas de sus voluntarios, lo cual nos parece interesante remarcar, aunque eso excede nuestro trabajo de campo. Un ejemplo es una publicación realizada por Carlos director de la Sede, en su propio muro (es decir, por fuera del grupo), donde remarcaba:

“Hoy presentamos los resultados de #RelevamientoTECHO en la Cámara de Diputados de la Provincia de Corrientes. 10.330 familias viviendo en 61 asentamientos muestran que la problemática es urgente y que es responsabilidad del Estado generar políticas públicas estructurales que aseguren el acceso al hábitat digno y regulen el acceso al suelo urbano. Este informe esperamos sea un insumo para que las autoridades pongan en agenda la problemática de los asentamientos y que en conjunto con los vecinos que viven en esa situación se formulen soluciones a largo plazo.” (Carlos, en su muro en Facebook, 8 de noviembre 2016. 68mg, 20 comentarios)

Si bien en algunos casos la experiencia de participación como voluntarios/as en una organización no era “novedosa” (como en el caso de Facundo, Analía, Aldana), sí les resultaba atractivo encontrar lineamientos generales y cierta estructuración del espacio al interior de la organización; es decir, pautas y normas que en cierto modo conduzcan las acciones (Como vimos en el capítulo 3). Al respecto Facundo decía que

¿Qué hacemos?, ¿cómo lo solucionamos? La masa crítica, la Usina Cultural “allá ité”⁸⁶, los wallpapers, que se yo (nombra a tres de los movimientos culturales de los que participó en la ciudad de Corrientes)... la verdad es que hay bastante para atrás. Esta es la primera que me gustó un poco por eso también. “Che, quiero meterme en algo donde no tenga que estar inventando cosas” jaja

OAJNU. Facebook, twitter, Instagram

⁸⁶ En idioma guaraní la expresión “Allá ité” significa “Allá, lejos”, en referencia a un lugar o a un tiempo lejano.

Tal como adelantábamos en capítulos anteriores, Oajnu es una organización con fuerte presencia de la sede Corrientes en tres redes sociales digitales: Facebook, Twitter e Instagram, las cuales fueron utilizadas de manera prácticamente diaria a lo largo de todo nuestro relevamiento, incluso realizando más de una publicación en algunas jornadas. Desde el mes de febrero 2016 colocaron la función de “vincular” de manera permanente las cuentas de Facebook y Twitter, a lo que en mayo 2016 se sumó Instagram⁸⁷. Un nuevo posteo en una de ellas era compartido en las otras cuentas, además de solicitar explícitamente que “los sigan” en cada red:

“¿Nos seguís en twitter? Enterate de todo, comentanos, escribinos a nuestra cuenta @Oajnucorrientes,” (3 de febrero 2016, publicación en Facebook)

Y de paso, estrenamos Instagram!!! Seguin
<https://www.instagram.com/p/BERqHabxbU4/> (16 de abril 2016, publicación en Twittter)

FACEBOOK

Su Página en Facebook es muy activa. Si bien hay un equipo de voluntarios que se constituye para hacerse cargo del área Secretaría de Comunicación, una práctica habitual durante las actividades masivas era que cualquier voluntario dispuesto a colaborar manteniendo actualizadas las redes en tiempo presente (por ejemplo, contando en Twitter lo que iba pasando en una capacitación o compartiendo fotos de distintos momentos de los MNU en Facebook e Instagram), tenía acceso a las contraseñas. De este modo iban contando las actividades y propuestas del día: talleres, reuniones, saludos a cumpleaños, dando la bienvenida a nuevos voluntarios/as, invitaciones a sumarse, descripciones de los proyectos que ejecutaban, etcétera.

Es interesante cómo a partir de sus cuentas los/as jóvenes se esfuerzan por mostrar las redes que tejen con medios y con instituciones radicadas en la ciudad (**Ver capítulo 7**). Por ejemplo, organizan “difusiones” de sus actividades en medios de comunicación tradicionales, coordinando visitas a radios y espacios televisivos locales, mostrando en

⁸⁷ En el año 2012 Facebook compra Instagram por 1000 millones de dólares y acciones, con la “promesa” de mantener y actualizar la aplicación de manera independiente, que al momento contaba con más de 30 millones de usuarios en todo el mundo.

<https://www.lanacion.com.ar/tecnologia/facebook-compro-instagram-nid1463518>

sus redes tanto la previa como el “durante” de las entrevistas. Asimismo, establecen contacto con diversas instituciones, como el Banco de Sangre de Corrientes, donde realizan acuerdos para colaborar desde el espacio de la organización con la concientización sobre distintas problemáticas sociales.

Ya adelantamos la función que cumplen en la construcción de presencia en entornos digitales los usos de algunas herramientas como el Hashtag (#) y el Arroba (@). Se tratan de elementos que permiten nombrar, convocar, interpelar, agrupar, hacer llamados de atención, iniciar conversaciones, instalar temas en la agenda pública virtual. Rossana Reguillo (2017) los nombra como “*repertorios de la acción conectiva*” entre los que incluye el uso de streaming, la memética⁸⁸, el micrófono humano⁸⁹ y el uso de Hashtags. En el análisis de los movimientos en red #WeAreThe99%⁹⁰ y #YoSoy132⁹¹, remarca estas potencialidades para la acción social, al decir que

“Ningún nombre es neutro y toda forma de nominación y autonominación tiene implicancias fuertemente políticas. El plural de

⁸⁸ Lucas Arce Casal y Gerónimo Del real (2019) historizan sobre los memes y plantean que “El concepto de meme surgió de un biólogo científico llamado Richard Dawkins, que escribió *The selfish gene* (1976): el libro parte de la explicación sobre los genes de los seres vivos, en donde hace una analogía en términos de transmisión cultural. Es decir, entendidas como unidades mínimas de conocimiento cultural que se transfieren entre personas a través de réplicas. Es así que entendemos la dimensión de memes como imágenes que son modificadas y viralizadas, apelando a conocimientos previos que son resignificados. Además, busca interpelar desde la ironía o sátira, la misma imagen o temática a la que represente. Es un producto comunicacional poderoso, directo, que potencia sus detalles y tiene como particularidad su sencillez: esto lo vuelve accesible para quienes lo quieran crear o solamente reír.” (p. 19)

⁸⁹ Rosana Reguillo (2017) caracteriza a este recurso a partir de una etnografía realizada en medio de las protestas del Occupy Wall Street, donde manifestantes carentes de micrófonos y recursos técnicos similares para llevar a cabo las protestas, se organizaron y empezaron a amplificar el discurso de los/las oradores/as a partir de repetir a viva voz aquello que oían. Reguillo remarca cómo la práctica requiere la escucha atenta y un grado de “conexión” con el momento para que el mensaje se amplifique sin distorsiones.

⁹⁰ Somos el 99% o somos el 99 por ciento (en inglés original *We are the 99%*) es una lema político usado inicialmente por el movimiento *Occupy Wall Street* y extendido por numerosos países del mundo que reivindica a la mayoría de la población (el 99%), frente a la mínima parte de la población más rica, según algunos autores el 1%, para otros el 0,1% y para autores como Ari Berman el 0,0000063%. Dicha minoría estaría tomando las decisiones económicas, políticas y sociales en contra de los intereses de inmensa mayoría de la población (Wikipedia, https://es.wikipedia.org/wiki/Somos_el_99%25)

⁹¹ El movimiento Yo Soy 132 surgió en México en el año 2012, cuando el candidato a presidente Enrique Peña Nieto fue abucheado por estudiantes en la Universidad Iberoamericana (Ibero). Los medios de comunicación plantearon que los manifestantes eran externos a la universidad, pagados y entrenados para estar ahí. Automáticamente 131 estudiantes se organizaron y publicaron un video donde mostraban sus credenciales de estudiantes afirmando “no somos acarreados y nadie nos entrenó para nada”. A partir de ahí se sumaron personas en distintos puntos del mundo bajo la etiqueta “Yo soy 132”, con la que se demandaron reformas en la democratización de los medios, de la educación y de la economía. (Reguillo, 2017; Wikipedia https://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento_YoSoy132)

#WeAreThe99% y el singular de #YoSoy132, antecidos por hashtag, son más que sustantivos espontáneos o ingeniosos; se trata de autoreconocimientos que operan como signos, como emblemas y especialmente como condensación de un “nosotros” en la construcción de una narrativa emancipatoria, que, como ya he señalado, se desplaza a través de las distintas superficies de inscripción: de la red a la calle y viceversa, en un reenvío constante de sentido.” (p. 92)

Mencionamos la imposibilidad en Techo de generar un #hashtag⁹² propio de la sede CoCha. En el caso de OAJNU no tuvieron explícitamente esa restricción, pero a nivel nacional se establecieron acuerdos cuyo lineamiento venía dado por el Plan Estratégico Organizacional 2014. Ese documento se había resuelto en un encuentro anual denominado Integración Nacional, donde se proyectó la organización a un plazo de cinco años, en el que se incluían determinados #hashtags.

en base a eso y también a mails y encuestas que se hacen a todo el cuerpo de voluntarios nuevamente definimos quiénes somos, qué buscamos, cómo estamos trabajando, a dónde queremos llegar, qué queremos para la organización a tal año, por ejemplo, y en base a eso se define el plan estratégico. En este plan estratégico estaba eso de llegar a #MásPares. ¿Cómo llegamos a más pares? Con más proyectos, modificando los proyectos, intensificando, abarcando más o aumentando la calidad... (Karina)

Cruz participa desde el año 2011 como voluntaria en esta organización, y actualmente (2017) es Secretaria de Promoción de Derechos a nivel nacional. En la entrevista,

⁹² Carles Feixa (2014) historiza el uso del concepto al decir que "Hashtag (del inglés hash, almohadilla o numeral y tag, etiqueta), es una cadena de caracteres formada por una o varias palabras concatenadas y precedidas por una almohadilla o gato (#). Originalmente era un signo numérico, usado desde principios del siglo XX en Estados Unidos para designar un número u orden en una secuencia, por ejemplo, un número de teléfono o de una casa en una calle (éste es el significado predominante todavía en muchos países latinoamericanos). Según los países, el signo se conoce con distintas denominaciones: almohadilla, cruz, plaza, jardín, puente, etcétera. Nótese que la mayoría indican delimitación del espacio o conectividad." (p. 301)

que ya está definido para nosotros. Cada vez que hacemos una comunicación vemos qué "#Más" entra en eso, digamos... (Cruz, OAJNU)

“cuando sale lo de #MásVoces, #MásPares, #MásDonantes... como una cantidad de cosas, #YoSoyVoluntario, #EmpoderandoAPares, salen porque Oajnu, antes era “Jóvenes promoviendo la participación ciudadana” y ahora es “Jóvenes empoderando a pares”. A nosotros lo que nos pasaba cuando promovíamos la participación ciudadana, es que nosotros sentíamos que no estábamos haciendo eso. Sentíamos que estábamos haciendo algo diferente. Por ejemplo, yo me iba a un colegio y yo decía yo no estoy promoviendo nada, ningún tipo de participación. Y ahí como que empezó toda una cuestión identitaria. A nivel nacional se trabajó un montón, con encuestas y un montón de trabajos y ahí sale lo de “jóvenes empoderando a pares para crear una sociedad más inclusiva y promotora de derechos” y salen los Hashtags #MasPares y #MasVoces, y también salieron otras palabras. (Paloma)

En su trabajo sobre la Cultura de la Conectividad, la investigadora holandesa José Van Dijck (2016) destaca cómo se ejerce presión para mantenerse conectado a la red Facebook, en especial a lxs jóvenes, al tiempo que estas plataformas funcionan como motores para la "*promoción del yo*".

"El sostenido aumento de la cantidad de usuarios es prueba suficiente de que el sitio poco a poco va convirtiéndose en una fuerza centrípeta en la organización de la vida social de las personas. La principal ventaja que ofrece a los usuarios es, en primer lugar, entrar y permanecer en contacto, y en segundo lugar, estar (bien) conectados." (Van Dijck, 2016:85)

TWITTER

En sus interpretaciones Twitter aparece como “*más dinámico*”, “*del momento*”, “*instantáneo*”. Por esta razón la estrategia de uso era subir fotos e información de lo que ocurría en el momento, por ejemplo, en el transcurso de aulas talleres, de reuniones, o bien replicando (“retuits”) información que se publicaba en el perfil nacional de Oajnu Argentina o de otras sedes (con la Sede de Salta fue una de la que más intercambios tuvo) o cuando los propios voluntarios/as compartían en sus cuentas las actividades o expectativas para con la organización, incorporando de ser posible los # dispuestos en el Plan Estratégico 2014. A modo de ejemplo, mostramos una seguidilla de Tuits publicados el 7 de marzo 2016 desde la cuenta @Oajnucorrientes, indicando a su vez la cantidad de “me gusta” (mg) y “re tuits” (rt) recibidos:

- *Hoy Tuvimos nuestro último Taller #EducaciónPopular (7 de marzo 2016, Twitter. 7mg, 3rt)*
- *Gracias a nuestros amigos de @Oajnuhaco @EugeniaAlvSach y #Edgar por acompañarnos (7 de marzo 2016, Twitter. 5mg, 2rt)*
- *Bienvenidoooooooooos #15 Jóvenes con #MuchaFuerza son #CadaVezMás Estamos felices! (7 de marzo 2016, Twitter. 7mg, 7rt)*
- *#Voluntariado #NuevosDesafíos (7 de marzo 2017, Retuitean Tuit de @AgustinInsaOk. 1mg, 1rt)*
- *"SIIIIII UN OBJETIVO CUMPLIDO VAMOS POR MÁS VOLUNTARIADO" (7 de marzo, retuit de @sofii2698)*

Como puede verse, por un lado, se van utilizando a la par etiquetas y hashtags de la organización y, por otro lado, los índices de interactividad que generan en términos de “me gusta” o “retuits” a sus publicaciones son escasos y prácticamente no reciben comentarios de ningún tipo.

En el marco de la actividad más convocante de la organización (MNU) se definió abrir un perfil en Twitter llamado “La cajita de chismes” (@Cajitadechismes) que funcionaba de manera paralela a las sesiones (las cuales duran tres días de corrido, de viernes a domingo). Sobre este nuevo espacio de interacción se discutió mucho sobre si era

necesario hacerlo o no, porque su apertura cambió toda la dinámica de los intercambios cara a cara, pero a la vez les abrió el juego a ganar más seguidores, y por lo tanto “dar difusión” a la organización.

La cajita de chismes era algo que se plasmaba ahí y quedaba ahí, eran chismes de las dinámicas... pero a partir de ponerlo en twitter, qué poner, qué no poner, y además si era necesario hacerlo. Pero entendimos que para los participantes si servía y era una forma de llegar a más gente que tal vez no participaba, pero empezaba a seguir nuestra cuenta a través de la cajita de chismes, ¡y era gente que ni participaba! era muy raro, entonces empezamos a hacerlo, pero para ganar más seguidores.
(Milagros)

Además, estos espacios, tanto de sus cuentas oficiales como la de la cajita de chismes eran “promocionados” mediante carteles pegados en las paredes durante las actividades masivas, en las que incluso se motivaba al uso de determinados hashtags vinculados al momento, como #VIIMNURegional . (Ver foto N° 5)



Foto N° 5. Cartel invitando a *seguir* el MNU en las redes. Fotografía propia.

Al presentar Twitter y sus especificidades en el ecosistema mediático, Van Dijck (2016) recupera declaraciones del CEO y Co-fundador de la plataforma, para quien el éxito llegará cuando las personas lo usen y la infraestructura se pierda, pase a un segundo plano, como ocurre con la electricidad o con los caños de agua. Si Facebook posibilitó un cambio sustancial en las nociones de "compartir", "hacer amigos" y "gustar", Twitter hizo lo propio en relación a "seguir" y "marcar tendencias".

"Desde esta perspectiva, Twitter se presenta como una caja de resonancia de conversaciones aleatorias, un soporte online para opiniones de masas en el que, ante la mirada del público, se forman emociones colectivas y nacen y mueren tendencias. Sin embargo, las cañerías de twitter no transportan sólo torrentes de tuits en vivo, ni la plataforma ni sus usuarios son meros portadores de información. Por el contrario en ella se generan flujos de datos con el objetivo de promover ciertos usos y usuarios por encima de otros." (Van Dijck, 2016:116)

INSTAGRAM

Oajnu Corrientes tiene una cuenta propia en Instagram, que fue creada en abril de 2016. Los usos de esta red pueden diferenciarse de su perfil en Facebook, siendo una herramienta para mostrar a los/las integrantes de la misma. A diferencia de las redes anteriores, esta se centra básicamente en imágenes (fotografías, flyers).

Atendiendo a los usos cruzados entre las cuentas de la organización y las cuentas personales de los/las voluntarios/as, Alexis comentaba que de las redes sociales que posee OAJNU él también usa Facebook y Twitter con regularidad y en menor medida Instagram, una red social cuyo uso comenzó a crecer en Corrientes recién en el año 2016.

“en Twitter y Facebook lo que hago es compartir todos los flyers y trato de dejar siempre un mensajito... por ejemplo en la época donde era el ingreso de los nuevos voluntarios yo escribía que se sumen, que es una organización única, una experiencia inigualable donde no se van a arrepentir de ingresar y siempre dejaba un texto y el flyer; y lo mismo en twitter; ahí siempre trato de retuitear todo lo que van diciendo (en las

cuentas oficiales de la organización) *entonces voy demostrándole a mis seguidores, digamos, amigos del facebook y twitter que OAJNU existe, que hay una organización que se preocupa por jóvenes y realiza diferentes tipos de proyectos que son interesantes, y siempre está abierto al público para que conozcan y se sumen.*” (Alexis)

En 2016 esta red social incorpora las “historias” como un recurso narrativo en tiempo presente. Son publicaciones que permanecen un transcurso de 24 horas “a la vista” de nuestros contactos, y a diferencia de las publicaciones en el perfil de usuario las interacciones que suscitan esas imágenes (en términos de “likes” y de “comentarios”), permanecen en un plano privado. Este nuevo perfil en la organización no quedó exento de discusiones sobre qué tipos de usos realizar a nivel organizacional. Se acordó subir fotos de situaciones concretas sin mucho texto y utilizando los Hashtags que se ocupan a nivel nacional

“Era todo un debate de cómo trabajar con las historias. Si trabajar o no trabajar y qué hacer, porque era todo muy nuevo, digamos. Como que todos lo conocíamos, pero no a nivel organización (...) A medida que subieron los seguidores, y no solamente eran participantes sino gente común, incluso funcionarios que nos siguen a la organización, se comenzó este año (2017) a trabajar más con videos de los participantes hablando o de nosotros hablando... por ejemplo en Modelo Junior, se usó muchísimo el Instagram porque era como mostrar el detrás de escena de lo que estaba pasando y también era como información para los participantes.” (Milagros)

Las imágenes y textos que publican muestran a los/las jóvenes de OAJNU en un tono más intimista, presentando a cada voluntario y a las redes que tejen desde la organización. También dan cuenta de las actividades de capacitación que tienen, donde se especializan en oratoria, negociación, coordinación de equipos. En este caso se pueden ver las escuelas donde realizan todos sus proyectos, cómo son sus dinámicas de trabajo (en rondas, haciendo manualidades), la masividad de los grupos con los que trabajan. Además, refuerzan el armado y publicación de flyers utilizando los colores de la organización.

Estrategias de apropiación. Frecuencias y recursos más utilizados

Entre las estrategias identificadas ambas organizaciones hacen un uso prácticamente diario de sus redes digitales y a la vez interpelan explícitamente a alguien a partir de sus publicaciones. Para ello recurren a la táctica de “etiquetar”, en algunos casos a los voluntarios/as que estarán o estuvieron participando de determinada actividad; en otros casos a las organizaciones, empresas, fundaciones con las cuales estarán o estuvieron trabajando; a los medios de comunicación locales (radios, programas de radio y televisión, diarios); y en otros casos etiquetan a las cuentas oficiales de las áreas gubernamentales con las que firmaron acuerdos, dejando registro de la actividad. Este recurso dejó en claro que la mayoría de las publicaciones tenían por destinatarios al equipo interno, a los propios voluntarios/as, ya que las redes sociales les permitían actualizar novedades sobre sus actividades y dar aviso de cambios repentinos en días/horarios de actividades ya pautadas.

A partir de los textos publicados en los “estados” se hacían explícitos los actores con los que establecían acuerdos de trabajo, tanto por las etiquetas como por las fotografías compartidas, especialmente para el desarrollo de algunos talleres o charlas informativas. Por ejemplo, En Techo, utilizando aulas de la Facultad de Arquitectura de la UNNE; en Oajnu utilizando las instalaciones del Club de Regatas Corrientes, el Tenis Club, o aulas de la Universidad Católica de Salta (UCASAL). A su vez, tenían como práctica habitual la de reiterar publicaciones idénticas (mismo flyer, mismo texto) días después de la primera publicación. En especial esto se dio ante invitaciones a talleres o actividades que requerían inscripción previa⁹³, a modo de recordatorio.

Decíamos que ambas organizaciones tienen al interior un área que se encarga de la comunicación y se ocupa de las redes sociales, aunque las estrategias empleadas y los grados de decisión y compromiso sean distintos. En primer lugar, cabe remarcar la diferencia en cuanto a los espacios ocupados: un grupo, en el caso de Techo y una Fan page, en el caso de Oajnu.

⁹³ En el caso de Techo las inscripciones se hacían mediante la plataforma Pilote, mientras que en OAJNU utilizaban la página Eventbrite, formularios de google drive o modos más rústicos como el envío de mail.

En Techo la particularidad de contar únicamente con un grupo en Facebook condiciona la llegada a un público más amplio. En la práctica estos grupos funcionan como escenarios de organización/discusión de temáticas puntuales y con personas que forman parte de algún modo del quehacer de las actividades que el propio espacio aglutina. Desde allí los voluntarios producían encuestas, linkeaban formularios para hacer consultas o relevar sugerencias (por ejemplo: qué temas debatirían en el Encuentro de Voluntarios, o qué películas preferirían en el Cine Debate). A su vez, generaban “eventos” que sectorizaban más las conversaciones en torno a actividades puntuales (por ejemplo: Evento “Construcción en Resistencia y Corrientes, Mayo 2016, TECHO Co-Cha”).

Además, en Techo tenían como práctica habitual la de subir al grupo videos propios con compilados de fotografías de momentos específicos (colectas, construcciones, reuniones) o bien con fragmentos de videos donde daban testimonio de lo que es ser voluntario/a en la organización, o las sensaciones que les quedaban luego de actividades masivas (colectas, construcciones) que les servían como puntapié para invitar a nuevos/as voluntarios/as y a la vez dejar asentados los trabajos realizados. Aunque escaso, el uso del streaming funcionó dentro de la sede para mostrar resultados de procesos de investigación (como lo fue el RAI) o bien momentos de discusión y debates internos (como los preparativos a la colecta).

Por el contrario, las “fan page” en Facebook, como utiliza Oajnu, son espacios de promoción y difusión de actividades, ideas o productos, abarcando distintos perfiles entre sus públicos. Generalmente son utilizadas por empresas, personajes y organizaciones de diversos tipos.

En la planificación de aquello que ambas organizaciones publican, aparece un registro de días/horarios a publicar, en relación a estadísticas de picos de conexión durante el día por parte de los usuarios. Diagraman y realizan un seguimiento de cuántos usuarios siguen cada red y en qué momentos se suman. Este hecho dota de una re-significación por parte de lxs jóvenes respecto las redes sociales como un canal de información y comunicación con otros/as, sobre el cual es válido un aprendizaje para “saber explotar” su potencial.

“Hay una tabla que dice los horarios en que la gente se conecta más seguido, y yo nunca jamás en mi vida me iba a preocupar por eso, pero ahora la tengo en cuenta si trato de hacer una publicación

y que todo el mundo lo vea. También esperamos que todas las publicaciones sigan un hilo conductor, que no sean publicaciones aisladas; cuidar mucho la cuestión Oajnu. Cuidar el vocabulario, las palabras, los términos. Generar de alguna manera palabras claves que sí o sí tengamos que usar para tal actividad o proyecto ¿Cómo lo comunico? ¿A través de qué red? Eso jamás me iba a poner a pensar.” (Karina)

Debatimos mucho sobre las redes sociales y los lineamientos. Nosotros tenemos un manual de estilo que es larguísimo, donde se habla de los colores específicos que tenemos que usar para hacer los flyers; qué tenemos que comunicar en cada red social. En Facebook, por ejemplo, no vamos a poner tantas publicaciones y las mismas pueden ser un poco más extensas, más informativas (...) pero también empezamos a debatir que no comunicábamos nada a través de Facebook. (Milagros)

“Ninguna red social reemplazará la complejidad con la que hemos desarrollado instancias de participación y debate. Las formas de socialización generadas en el trabajo, en la plaza de un barrio, en una manifestación o a través de los medios tradicionales negociarán con nuevas interfaces en un mundo más complejo e interconectado. Las redes sociales aportan nuevas formas de interacción en un contexto en que todas las anteriores experiencias de participación se ven obligadas a confluir en esa negociación con ciudadanos que incorporan los entornos digitales como ambientes de experiencias múltiples.” (Galup, 2019: 79-80)

Partiendo de esta base que remarca la imposibilidad de reemplazar la complejidad de procesos participativos “cara a cara”, a lo largo de nuestra investigación, tanto en el momento de recolección de datos como en el análisis nos interesó indagar cómo lxs jóvenes perciben la tarea de visibilizar las causas de ambas organizaciones a través de las

redes digitales. Al respecto Carlos mencionaba que es “*todo un desafío*” porque las redes se habían vuelto únicamente como una herramienta para invitar a actividades y escasas veces eran utilizadas para contar qué estaban haciendo: “*Vos hablás de Techo y no sé, creen que es como que lo hubiera hecho McDonalds ¿entendés?*”. Ante esto surgió la necesidad de “*mostrar la cara humana de Techo*” enfatizando que es una organización de personas, de voluntarios/as trabajando todas las semanas en los barrios y no tanto las cuestiones administrativas. En este sentido una de las estrategias en las redes implicó contar lo que están haciendo, por ejemplo, dando las “bienvenidas” y “despedidas” a voluntarios/as que asumían roles específicos (**Ver captura N° 7**)

“Estamos metiendo mucho lo de hacer bienvenidas y despedidas del equipo. O sea, cuando alguien entra es como «¡hola! Le damos la bienvenida a tal» Entonces como que la gente dice «¡ay! Mirá! Es Juanito, es Pedrito, que están tomando este desafío» O los fines de semana: «mirá todo el trabajo que hicimos en el barrio» con fotos, contás un poco qué se hizo, ¡sin ninguna invitación!” (Carlos)



Captura de imagen N° 7. Bienvenidas y despedidas en Techo. 15 de noviembre 2016.

En el caso de Oajnu de manera similar mencionaban como una dificultad poder dejar plasmado en las redes sociales su trabajo. *“Creo que hacemos política (social), pero cuesta mucho mostrarlo, dejar visible «trabajamos esta problemática» y cuesta que los propios voluntarios lo entiendan”* (Milagros).

Sobre las interacciones que lograban desde sus redes digitales, Carlos (Techo) se lamentaba que veían *“resultados pobres, en el sentido que no está interesando a la gente”*, siendo una percepción compartida también por otras sedes y por integrantes de Oajnu respecto sus propias redes. Ante esta dificultad una de las estrategias en Techo fue tomar de base a modo de experimentación una campaña de márketing viral para difundir sobre un Encuentro de Personas⁹⁴ y al mismo tiempo solicitar a “fan pages” de otras organizaciones y/o actores con los que tienen acuerdos y que a la vez poseen muchos seguidores que puedan compartir la información para llegar a un ratio más amplio, traccionando contactos y visualizaciones.

“...estábamos teniendo diez personas anotadas, y sacamos una campañita sencilla. La típica, la más básica de lo viral es «¡etiqueta a tres amigos, compartí la publicación y ganaste un premio!», le das un incentivo... era complicado definir el incentivo porque no les vamos a dar premios. Con voluntarios no es la idea... Pero ha sido la publicación que más interacción ha tenido en todo el año. O sea, te digo... no pasamos de diez comentarios y cincuenta likes y esta publicación ya va casi por los 100 likes y 80 comentarios. Está teniendo impacto y esos comentarios se replicaron en gente anotada... ahí me di cuenta que estamos perdidos y mucho en esas estrategias de comunicación digital. Necesitamos a alguien pensando en estas cosas.” (Carlos)

Para cada actividad planificada tienen estrategias tanto para instancias en la calle, como en redes digitales. Facundo contaba que en Techo se manejan con unas “listas de verificación” (“*Check List*”). Dentro de esa lista, uno de los puntos a considerar en una

⁹⁴ El Encuentro de Personas es una actividad de Techo donde durante un fin de semana se reúnen a modo de “retiro” voluntarios/as para formarse, capacitarse y poner en común las problemáticas por las que atravesaron estando en el voluntariado.

construcción masiva es lo que llaman “*Video de Envío*”. Se trata de un video contando la previa de cada trabajo, para que los/las jóvenes conozcan a los vecinos con los que van a construir durante el fin de semana. En los videos que se publican en las redes digitales no suelen mostrar a los/as vecinos/as de los asentamientos para no individualizarlos, aunque sí publican sus comentarios y testimonios a partir de las construcciones masivas o de los encuentros de voluntarios. Por retomar un ejemplo, en abril 2016 luego de la primera construcción masiva del año, publican un Flyer que tenía por imagen de fondo la fachada de una vivienda de emergencia y en letras de molde en color blanco el comentario de Dalma, una vecina beneficiada: *"Estoy muy agradecida por la casa que me hicieron, al igual que todos mis vecinos. Me gusta cómo son como personas, siempre amables y respetuosos. Dalma"* A partir de esto, desde la organización acompañaban el flyer con un texto donde dejaban asentados los logros del fin de semana junto el slogan de la organización “por una sociedad más justa y sin pobreza”, consiguiendo 67 “me gusta” y ningún comentario:

Con tu voluntad y compromiso pudiste transformar la vida de una familia como la de Dalma. Pero no fue la única, sino que son 34 familias que, a partir de este fin de semana, tienen la oportunidad de vivir mejor, dormir más tranquilos, no pasar tanto calor ni tanto frío. Después de estos dos días increíbles, 34 familias de Punta Taitalo y Molina Punta comenzarán a construir un futuro con nuevos proyectos y muchos sueños... Por involucrarte y participar, por crear y creer en una sociedad más justa y sin pobreza ¡GRACIAS! (18 de abril 2016, publicado en el Grupo de Techo)

Las formas de comunicarse desde las redes generan distintas percepciones por parte de los/as voluntarios/as de ambas organizaciones. Por ejemplo, en el caso de Techo hay miradas contrapuestas sobre el tono de las publicaciones, en donde en algunos casos se las tilda de “serias”, como en el caso de Facundo quien plantea que discute mucho estas modalidades e intenta generar un tono más ameno desde su rol de encargado de comunicación. En otros casos el tono o modalidades se tildan como banales, o de tratar de hacerse los “cancheros” como expresa Ricardo:

Al uso de redes lo veo más por el lado de buscar la participación, de convocar gente. Realmente no me gusta el Instagram de TECHO⁹⁵... me parece muy desde el amiguismo y de buscar gente por el “canchereo” que realmente visualizar problemáticas. Facebook no sabría decirte, estoy como un poco más colgado en el Facebook, lo dejé un poco y si bien entro no le presto atención (Ricardo)

Como ya dijimos, en Techo se da un proceso verticalista y centralizado de la comunicación. Es desde la Coordinación Regional de Comunicación, con sede en Buenos Aires, desde donde se organizan y articulan campañas a nivel país y a nivel latinoamericano. Un ejemplo de ello es el uso de la canción de Rihanna “Home” (película) cantada por los vecinos de los asentamientos de toda Latinoamérica. Es decir, se buscaba tomar elementos, como en este caso un video famoso y en el momento “popular”, que puedan traccionar para llegar a más seguidores.

En ambas organizaciones sus voluntarios comparten y replican en sus propios perfiles aquello que se publica desde las cuentas oficiales de la organización, y también comparten fotografías o escritos propios de/sobre la organización. Al respecto mencionaban cómo a veces se yuxtaponen tiempos de mucha actividad en la organización con compromisos externos, como tener que estudiar, trabajar o rendir exámenes: *“hay periodos de actividad, exámenes y demás, donde no se publica tanto... por ahí sí publica el voluntario, pero no la organización” (Cruz)* Es decir, más allá de la “obligación” de compartir para mostrar presencia en las redes, hay un vínculo afectivo que los une con su labor de voluntariado.

“La distribución de mensajes en las redes sociales también nos conecta de manera afectiva. El acto de diseminar información en ese espacio digital expresa nuestros intereses políticos y nuestros afectos. Compartimos publicaciones porque queremos acompañar y ser acompañados. Es decir, la participación política en las redes es un acto de comunión con otros” (Calvo y Aruguete, 2020: 12)

⁹⁵ Vale aclarar que Techo Argentina posee una cuenta en Instagram, cuyo uso está centralizado por la sede central en Buenos Aires. https://www.instagram.com/Techo_argentina/

Su presencia en las redes sociales digitales operaba en algunos casos como un medio de comunicación externa, para informar sobre actividades y en otros casos como herramientas de organización a nivel interno. Esto los conduce a tener voluntarios encargados de la comunicación y verse en la obligación de establecer acuerdos sobre cómo mostrarse, qué compartir y cómo difundir. Tal tarea no se toma a la ligera, sino que los compromete a pensar/producir/diseñar textos, imágenes, flyers, fotografías, a mantener actualizados sus espacios, aunque no necesariamente en tiempo real.

“...por ahí no somos tan organizados en la publicación, por ahí nos cuesta mucho eso, porque te lleva mucho tiempo. O sea, las redes sociales es algo que tenés que estar pendiente sí o sí y al momento para hacerlo... tampoco podemos estar subiendo todos los días un texto, digamos. Entonces es como que, cada vez que subimos necesitamos subir algo con contenido, que lleva una preparación; entonces todo el tiempo estar el día a día es mucho.” (Cruz, OAJNU)

En este sentido, sus distintos perfiles en redes sociales son complementos de sus actividades presenciales, pero en ellos no quedan reflejados la totalidad de las actividades que llevan a cabo ni los territorios que recorren en la ciudad. De hecho, existen dinámicas muy interesantes que se suscitan en sus encuentros cara a cara sobre los que muchas veces no quedan registros: debates en los talleres, análisis de las políticas públicas, distribución de roles, juegos, recorridas por la ciudad para los diagnósticos y encuestas, por mencionar ejemplos.

Si bien establecían contactos con medios locales, tanto gráficos, audiovisuales, como portales digitales, una de las estrategias principales en ambos casos (TECHO, OAJNU) consistía en aprovechar al máximo todos los contactos previos para que actúen como multiplicadores o viralizadores de sus publicaciones, logrando un “impacto” mayor. Por esta razón a menudo los voluntarios me escribían por privado enviándome mensajes de whatsapp o via Messenger en Facebook, solicitándome que “comparta” en mi muro algunos posts puntuales, generalmente propios de campañas de concientización o de actividades que esperaban sean masivas. Esta dinámica se dio fundamentalmente en

TECHO, donde fui matizando mis vínculos para no perder contacto con informantes claves.

Por ahí personas... periodistas locales, que siempre nos cubren las noticias y demás y también siempre con otras organizaciones. Siempre nuestros principales aliados son las otras organizaciones que tienen sus públicos distintos al nuestro. Entonces decirle ¿podés compartir lo que subí? Y todas esas cosas hacen que llegue a más personas distintas....
(Cruz, OAJNU)

... la última construcción por ejemplo utilizamos una técnica nueva acá en la sede, que le pedimos a varias fan page con muchos seguidores que publiquen el evento, digamos. Siempre hacemos evento en Facebook, digamos. Y bueno eso nos sumó bastante. De hecho, nos cayeron dos señoras bastante grandes jaja (Facundo, TECHO)

En OAJNU una de las estrategias consistía en hacer visible de manera permanente a aquellas/os voluntarios que formaban parte de la organización, destacando sus cualidades personales y desde dónde aportaban a la organización. De este modo, ante cambios en la conformación de equipos o a modo de celebrar los cumpleaños, iban publicando estados y flyers con la foto de los voluntarios/as haciendo una breve mención a su trayectoria dentro de la organización y utilizando Hashtags vinculados a #FuerzaJoven #CadaVezMás

Hoy queremos saludar a una #Fuerza joven dedicada, charlatana, comprometida. ¡¡Feliz Cumple Rocio!! Rocio es voluntaria de OAJNU desde el 2012, ha demostrado su gran capacidad para relacionarse, su inventiva a la hora de solucionar problemas y su pasión por las ideas. ¡¡GRACIAS ROCÍO POR FORMAR PARTE!!! (12 de febrero 2016, publicación en Facebook)

Hoy queremos saludar a una voluntaria que ingresó en el 2012. Se caracteriza por no tenerle miedo a los desafíos, ser determinada, y capaz; ¡FELIZ CUMPLEAÑOS PALOMA! GRACIAS PALOMA POR

*SER PARTE DE #OAJNU Y SUMAR TODAS TUS ENERGÍAS PARA
SER #CADAVEZMAS (15 de febrero 2016, publicación en Facebook)*

Nos llamó la atención al momento de codificar nuestro relevamiento que durante los dos años de seguimiento, desde las redes de TECHO realizaron escasas interpelaciones a los “jóvenes” como tales, sino poniendo en primer plano la calidad de “voluntarios/as”. Esto es un punto nodal de diferenciación entre el uso de redes entre ambas organizaciones ya que el modo de autoreconocerse en Oajnu es la de ser una organización “de jóvenes, para jóvenes” y eso se tradujo en 162 publicaciones que hacían mención explícita a temáticas vinculadas a jóvenes o juventudes, o por las cuales hacían referencia a ser una organización juvenil. Por el contrario, en el mismo lapso de tiempo desde Techo sólo se hicieron 7 menciones explícitas. En dichas publicaciones convocaron a reunirse con integrantes de juventudes partidarias y luego expusieron resultados de dicha reunión; invitaron al taller “Construyendo cambios positivos” organizado por la Cámara Junior Corrientes; invitaron al evento de “Queremos ser protagonistas”, organizado junto a otras OSC de la ciudad; y finalmente invitaron tres veces durante agosto 2017 al Foro de la Juventud organizado por Oajnu .

[Lo invisible \(acceso privado\). Mails, Whatsapp, Pilote](#)

De las entrevistas se desprenden que los principales canales de intercambios y diálogos tanto hacia adentro como hacia afuera de ambas organizaciones son los correos electrónicos –especialmente Gmail del que hacen uso de sus aplicaciones como el Calendar o el Drive-, la mensajería privada de las redes sociales y el uso del whatsapp; y en menor medida, el uso de Skype y Hangouts para llamadas, es decir, usos que permanecen “*invisibles*” ante la mirada de sus perfiles públicos.

Cuenta Marcelo (Oajnu) que en los casos en que los intercambios de mails sean personales, de uno a uno, y hayan más de tres o cuatro intercambios, se habilitan las llamadas de teléfono. Los correos electrónicos suelen ser largos y explicativos, dejando detallados procedimientos o actividades y conteniendo materiales adjuntos o enlaces a formularios u otras páginas.

En cuanto a usos pudo identificarse en la totalidad de las entrevistas el valor superlativo que otorgan al Drive de Google como herramienta de organización interna, trabajo colaborativo inter-sedes y trabajo de gestión. Esto se identificó con mayor énfasis en OAJNU, donde además de dejar allí (en el Drive) a disposición de los/las voluntarios/as tanto documentos como materiales útiles, también mencionaban la costumbre de dejar “tipeados” los puntos más sobresalientes de las reuniones presenciales a modo de recordatorios colectivos. El uso del Drive que ponen en práctica en las organizaciones sociales, lo trasladan luego a otros ámbitos cotidianos como el trabajo, el estudio, o la ayuda a micro-emprendimientos familiares.

“Nuestro principal medio de comunicación es el Gmail. Todo lo que tenga que ver con OAJNU desde las decisiones del consejo de la Asamblea Ejecutiva y los asociados hasta las opiniones del coordinador del proyecto; desde ahí se organizan los proyectos, se organizan algunas intervenciones sociales que este año (2016) no hemos tenido ninguna todavía, pero el año pasado OAJNU se sumó a la marcha de ni una menos y se comunicó por mail hasta las instancias de integración nacional (...) además, tenemos un soporte de Google Drive. Son nuestros dos principales medios de comunicación, y este año incorporamos el Whatsapp pero para cuestiones más urgentes. Lo que más se oye en el Whatsapp es: Tenes un mail.” (Silvio)

“Gmail y las herramientas de google drive utilizamos para todo. Desde la planificación hasta para mantener con el calendar la agenda, desde actividades de la sede... después toda la comunicación interna importante dentro de la organización pasa por mail.” (Karina, OAJNU)

La gente que tiene mi edad (19 años) por lo general no usa mucho el correo electrónico. Lo tiene en el celular y por eso le llegan las notificaciones. Yo no tengo eso, porque no tengo espacio y lo desactivé al Gmail entonces no me llega. Pero tengo la costumbre a partir de Oajnu de entrar todos los días a mi Gmail (...) el correo es el único medio de comunicación que nosotros tenemos institucionalizado (...) Es más, a

nosotros cuando entramos... y yo tuve que estar a cargo de los nuevos voluntarios, se hace hincapié mucho de que «vos querés hablar con tal persona, no le mandás un whatsapp le mandás un mail». Y también aprendí mucho cómo redactar mails. (Milagros)

“Desde que estoy en la organización aprendí a usar mucho mail, el drive, incluso lo llevé a mi trabajo, después lo empecé a utilizar en la facultad y también utilizo mucho las redes sociales.” (Analía, Techo)

En el caso de Techo identifican a redes sociales, mailing y wasap como las vías de comunicación que más explotan. También aprovechan espacios de publicidad que le dan distintos medios de comunicación tradicionales (diarios, portales digitales), para compartir flyers y spots.

Los grupos de Whatsapp les permiten organizarse y coordinar actividades en tiempo real, en cuestiones prácticas, *“cuando vamos al barrio qué colectivo tomamos, cosas tan simples como esa”* daba como ejemplo Analía. Esta herramienta es nombrada en algunos casos como una red social más y al ser una de las más nuevas se fue incorporando a las prácticas comunicativas y desplazando a otras. Así, por ejemplo, Ricardo comentaba que hubo instancias en que el Whatsapp reemplazaba al grupo de Facebook y *“era grupo de todo”*, entonces cualquier voluntario/a nuevo se incorporaba y habían grupos de whatsapp con doscientas personas. Con el paso del tiempo se fueron regulando esos usos, al punto que hoy (2017) utilizan grupos diferenciales para cada área, sub-área, y/o proyecto en el que únicamente están las personas implicadas. Sus usos son para cuestiones prácticas: avisos, recordatorios; y en algunos casos son creados para momentos específicos y eliminados al finalizar la actividad, por ejemplo, la creación de grupos de Whatsapp ante una construcción masiva.

“Hay una planificación previa si va a haber una actividad. Ahora tenemos un encuentro local de voluntarios (Techo) donde se van a tratar distintas actividades de formación de voluntarios, empezamos a publicarlo un mes atrás aproximadamente, primero junto a la coordinadora de formación de voluntariado vía mailing. Se hizo un mail

masivo para toda nuestra base de datos de la sede comunicando esa actividad y luego se hizo una publicación en el grupo de Facebook y después se va monitoreando cuántas personas se van anotando, si hay que reforzar posteos, si hay que reforzar alguna publicación. Creo que este año (2016) se aumentó la difusión vía Whatsapp, nos dimos cuenta que es una forma de llegar masivamente a distintos voluntarios.”
(Matías)

A modo de ejemplo del uso de mailing se puede observar un correo enviado desde voluntariado.corrienteschaco@Techo.org en septiembre 2017 (**Ver captura N° 8**). En él se invita a sumarse a la construcción masiva mixta⁹⁶ que se realizará a fin de mes en conjunto con 15 familias de los barrios Río Paraná, Molina Punta y Punta Taitalo, dejando a disposición un enlace con el formulario para inscribirse. El lema de la campaña es “Que tu acción sea el cambio” (**Ver capítulo 7**) y la invitación viene acompañada de un flyer con una foto donde se ve a un niño “cortando la cinta” de inauguración de una vivienda de emergencia construida por ellos/as.

*“amigos, empresas, familias, conocidos y desconocidos... todos VOLUNTARIOS en ACCIÓN porque la realidad demanda una participación activa de todos como ciudadanos para lograr una realidad más justa, igualitaria, integrada y sin pobreza. ¿Te sumás? Solo tenés que anotarte *Acá* ¡¡¡Te esperamos!!!. Que tu acción sea el cambio”*
(fragmento de mensaje en mailing masivo, 13 de septiembre 2017)

⁹⁶ Las construcciones mixtas se denominan así porque además de la participación de voluntarios/as y vecinos/as se suman empleados/as y directivos/as de empresas con las que tienen firmados convenios, como una política de responsabilidad social por parte de la empresa. Por ello “aportan” dinero, materiales y fuerza de trabajo.

Se vienen las últimas actividades del año ¡SUMATE A CONSTRUIR!
1 mensaje

TECHO Corrientes-Chaco <voluntariado.corrienteschaco@techo.org>
Responder a: voluntariado.corrienteschaco@techo.org
Para: pannunzioflorenola@gmail.com

13 de septiembre de 2017, 16:42

ver online    reenviar

SE VIENE LA CONSTRUCCIÓN MIXTA DE OCTUBRE

Los días **29, 30 de septiembre y 1 de octubre**, Construiremos junto a 15 familias de los barrios en **RÍO PARANÁ, MOLINA PUNTA Y PUNTA TAITALO** en Corrientes.

Amigos, empresas, familias, conocidos y desconocidos... todos **VOLUNTARIOS en ACCIÓN** porque *La realidad demanda una participación activa de todos como ciudadanos* para lograr una realidad más justa, igualitaria, integrada y sin pobreza

***** ¿TE SUMÁS? *****
sólo tenés que anotarte [ACÁ](#)

!!!Te esperamos!!!

QUE TU ACCIÓN SEA EL CAMBIO



Captura de Imagen N° 8. Mailing para sumarse a la construcción masiva septiembre 2017. Captura de imagen propia.

Una práctica común en ambas organizaciones es el uso de la aplicación *Calendar* de Google, que permite visualizar actividades comunes. En este sentido, Alexis mencionaba que a principio de año cada coordinador/a del Comité Ejecutivo Ampliado (CEA) de Oajnu realiza una planificación anual de su área y vuelca todas las fechas en el *Calendar*. Si se visualizan fechas clave que coinciden, les permite conversar entre los distintos equipos para evitar superposición. Si durante el año llega a surgir una nueva idea o nueva fecha, se debe avisar por mail al CEA para volver a revisar el calendario.

El uso de esta aplicación permite visualizar no solo cuestiones organizativas sino también la práctica comunicativa de utilizar el correo electrónico vinculado (“sincronizado”) al celular, al tiempo que incorporar como propia la práctica de tener calendarios compartidos en el espacio digital. Algunos/as voluntarios/as dijeron no tener sincronizado el teléfono al correo, pero mencionaron haber incorporado a partir de la organización la práctica de revisar diariamente los correos electrónicos desde la computadora.

A mí me pasaba al principio yo no estaba acostumbrada a usar el calendario de Gmail. Y los chicos me agendaban cosas que yo ni me enteraba porque yo anotaba cosas en mi agenda de papel. Y sigo anotando cosas en papel. Entonces al principio me costó mucho porque falté sin querer a un montón de reuniones que me agendaban. Hasta que me acostumbré, sincronicé. Después me llegaban mensajes “tenés una reunión”, que todavía me llegan. (Aldana)

Esta apropiación de los teléfonos celulares y las aplicaciones permite un quiebre de tiempos/espacios personales y laborales que el voluntariado demanda a cada uno/a de estos/as jóvenes. Cuando se les preguntaba cuántos días y cuánto tiempo dedicaban a la organización, en las entrevistas mayoritariamente respondieron “todos los días”, “todo el tiempo”:

Y con el celular (estoy) todo el día. Hay cuestiones urgentes con el Comité que por ahí sí las tratamos en un grupo de whatsapp; y yo particularmente tengo que estar (lo dice por ocupar un cargo jerárquico) ... por ahí siento, tengo que estar todo el día conectada para ayudarlos a los chicos en lo que necesiten y también como para dar respuestas a problemáticas que puedan llegar a surgir, digamos. Lo que sí, a la siesta y a la noche apago el teléfono y que nadie me rompa las bolas. (Karina)

Y ahí en Techo todos los días. Porque aparte, viste que ahora todos tenemos el celular. Sincronicé el correo con el celular, entonces, todo el día. Cada uno tiene sus horarios de trabajo. De repente yo decía bueno, hoy trabajo en Techo a la mañana. Pero a otro se le ocurría trabajar en

Techo a la noche y me mandaba un mail a las diez de la noche y a mí me sonaba el celular jaja (...) pasé de tener ningún correo a tener doscientos. Porque tenía un correo personal, después un correo de Techo de la sede, y después una plataforma que se llama Perfit para mandar mails masivos, que me costó horrores” (Aldana)

En el caso de Techo la organización cuenta con experiencia acumulada en gestión de voluntariado y de recursos económicos. Su principal herramienta de comunicación es el correo electrónico, donde envían toda la información a los voluntarios, incluso de distintos países. Por ejemplo, Carlos contaba que mensualmente se envía por correo anunciando qué roles están disponibles en Latinoamérica, a los que los voluntarios se pueden postular (**Ver capítulo 4**).

En Techo utilizan el correo electrónico para trabajar de manera colaborativa documentos y para la comunicación interna. De manera complementaria se apropian de diversas plataformas digitales: Para toda la parte comercial, los contactos de empresas y temas financieros hacen uso de “Salesforce”, una plataforma que permite guardar todos los contactos de Socios y darle continuidad y trazabilidad a la información. Allí se vuelcan todos los contactos, las “oportunidades”, la facturación. Además, usan “Netsuite”, un sistema contable de gestión financiera que les permite llevar las cuentas y mejorar la administración de fondos. Para la gestión de los distintos grupos de coordinadores, de comunicación y de construcciones usan “Basecamp”, una plataforma que les facilita el trabajo a partir de las “Check List”. Utilizan “Perfit” para el envío de mails masivos (a más de mil personas). También ocupan una plataforma propia llamada “Pilote”

“Pilote es un sistema que lleva como quince años desarrollándose, que lo desarrollaron los voluntarios. Es enorme la plataforma, pero ahí tenemos todo: todos los barrios registrados, todos los voluntarios que participan se registran en ese sistema, ahí tenés la estructura de los equipos fijos, o sea, tenés todo lo que sería la operatividad” (Carlos)

El uso de recursos dependía mucho de una época. Una cosa es una convocatoria a un evento masivo, entonces ahí mandás un mail por Perfit

equis cantidad de veces por semana o por mes; otra cosa es cuando mandás un mail más reducido; y otra cosa es cuando mandás un mail a tu equipo, que yo lo hacía desde mi mail personal. Mi mail personal del trabajo, digamos (Aldana)

En lo que refiere a Oajnu, el mail también funciona como la herramienta de organización principal.

Usamos mucho el correo electrónico. En la organización y también en lo personal, el correo electrónico es la principal herramienta de comunicación dentro de la organización, más allá de que también tenemos grupo de whatsapp y demás, pero lo formal pasa por el correo. Después en lo personal tengo instagram, tengo twitter, tengo facebook, tengo whatsapp, y listo... (Alexis, Oajnu)

A través del mail van convocando al cuerpo de voluntarios/as a las actividades y a la vez se presentan las áreas en las que pueden postularse para participar en la coordinación de proyectos o secretarías, como acompañantes o miembros haciéndose cargo de actividades puntuales.

Públicos que pre-figuran y lógicas diferenciales en cada red social.

Tanto los/las jóvenes de Techo como de Oajnu hacen notar un reconocimiento respecto los distintos “públicos” con los que trabajan y que son sus “amigos” o “seguidores” en cada una de las redes sociales digitales. Para establecer y fomentar vínculos con ellxs ambas organizaciones cuentan con manuales de imagen y distintas capacitaciones para saber relacionar mensajes y contenidos con los públicos, por ejemplo, centrándose en colores y tipos de letras dependiendo si el público pre-figurado es adolescente o adulto, si se trata de docentes, funcionarios públicos, vecinos, ciudadanos comunes.

“La gente se comunica a partir de ver lo que nosotros publicamos, entonces poder llegar a más instituciones es hacer que los docentes vean que nosotros estamos trabajando con otros y ellos quieran participar.

Más allá del boca-en-boca, por ahí ver la publicación, ver la foto hacen que quieran sumarse”. (Cruz, Oajnu)

Al momento de pensar los mensajes que pretenden difundir, identifican como una característica de los consumos juveniles que *“toda su interacción es digital”* porque realizan varias interacciones al mismo tiempo. Al respecto decía Carlos (Techo): *“los jóvenes no quieren perder el tiempo en una persona, sino tener cincuenta interacciones juntas, entonces a la vez les da esa opción de filtrar y de ignorarte más fácilmente.”*

En este reconocimiento aparecen con claridad quiénes son los usuarios de las distintas redes sociales digitales y junto con ellos las lógicas de publicación de cada red. Estos registros sobre todo aparecen en las apropiaciones de Oajnu, que es la organización que cuenta con distintos perfiles y donde por la interacción van delineando quiénes los siguen en cada red. A veces reciben mensajes de docentes que quieren postular a sus colegios para participar y otras veces son personas que se presentan con *“proyectos en mente”* a los que invitan a sumarse como voluntarios, ya que todos los proyectos que se ejecutan deben estar enmarcados dentro de la organización. Hay pautas a seguir.

En este sentido, lo que durante mucho tiempo fue considerada una red juvenil como Facebook, ahora es considerada más una red de adultos, habiéndose trasladado el *“público joven”* a otras redes como Instagram, Youtube, Snapchat. Las prácticas comunicativas que se vinculan a los distintos jóvenes también son variadas. Incluso, en las entrevistas a jóvenes de OAJNU, planteaban que son una de las pocas organizaciones sociales en la ciudad de Corrientes que piensan tanto el espacio digital, en cómo llegar a sus seguidores o cómo sumar gente, a pesar de que es algo que van aprendiendo *“sobre la marcha”*:

“a principios de año la Secretaría se tiene que reunir y tratar de delinear o armar cuáles son las metas y los objetivos de ese año, qué se intenta lograr: llegar a tantos seguidores, llegar a tanta cantidad de gente, cómo vamos a trabajar cada red social y más que nada depende del perfil. Saber que nuestros seguidores de Twitter o de Instagram no son los mismos que en Facebook. O hay gente que capaz nos sigue en Instagram pero no en Twitter ni Facebook; y que en Facebook capaz son gente más adulta, más grande, que conoce la organización porque sus

hijos trabajaron o porque llegó justo, o capaz nadie de su familia conoce la organización pero le interesa algún proyecto” (Milagros)

“La gente más grande usa las redes para otras cosas, no «para ver» como nosotros, digamos, pero por ahí para escribirse con personas con las que no tiene contacto todo el tiempo. Pero creo que hoy, el que se hace una red social es porque quiere compartir algo.” (Cruz)

“En nuestras redes queremos mostrar principalmente el trabajo de los voluntarios, por un lado; que el mensaje de la organización sea claro para nosotros y para el que lea, y también adaptado a los principales destinatarios de cada red social (...) no es lo mismo comunicar una cosa por Facebook que comunicar una cosa por Instagram, porque en Facebook, por ejemplo, nos siguen los papás de los chicos, gente de instituciones, el gobierno de la provincia o la municipalidad. Y el Instagram es como más descontracturado, nos siguen más los destinatarios propios de los proyectos, es otra cosa...” (Karina)

El año pasado (2016) fue que se empezó por ejemplo a separar las redes (en la planificación). Como que en Facebook hay más gente adulta, entonces va este tipo de cosas. En Instagram hay como más jóvenes, y podemos compartir la “historia” y blablablá... En twitter es como “lo que está pasando ya, ya. Por favor retuiteá”. Y ahí se empezó como a dividir. Pero yo siento que todavía le falta un poquito de engranaje. Como es todo voluntario y no hay nadie que sepa de márketing, comunicación, es como que vamos aprendiendo lo que nos van contando. (Paloma)

En el caso de TECHO también van identificando distintos públicos a los que deben dirigirse. Por ejemplo, Ricardo identifica distintos públicos y en función a eso reconoce a medios oficiales como puede ser el grupo de Facebook para el público en general y después en lo que hace a las comunicaciones interpersonales aparecen como públicos

posibles todos los miembros de la organización, compañeros/as voluntarios de áreas específicas, o grupos de whatsapp específicos. Otro público en Techo suele ser los/las vecinos/as de los barrios donde trabajan y vecinos de los barrios donde no trabajan. Esto les hace plantearse cuestiones vinculadas a la comunicación comunitaria

Vecinos de los barrios donde estamos y vecinos de barrios donde no estamos. Y por ahí estaría bueno también, que es una de las metas para el año que viene (2018), mejorar esta cuestión de la comunicación comunitaria. Hoy nosotros en cada barrio tenemos solamente dos, tres, cuatro personas en algunos, que son las que están ahí los sábados, que están ahí con los vecinos. El tema es cómo logramos que vecinos que por ahí no están con esos voluntarios, que no se cruzan, también sepan qué hacemos y sobre todo qué no hacemos. Porque siempre preguntan “cuánto sale”, “quiero una para mi quinta”, cosas así... entonces realmente tenemos una falla comunicativa ahí, sobre todo en la parte de barrios, más comunitaria y las redes un poco que muestran esos mensajes. (Facundo)

Modos de estar juntxs / conectadxs en el espacio público ampliado

De las entrevistas se desprende que estxs jóvenes no pueden visualizar otros modos de comunicación por fuera de aquellas herramientas que les proveen Internet y las distintas plataformas digitales. Especialmente Facebook les permite conectarse con sus distintos públicos destinatarios e incluso con otras organizaciones ubicadas en cualquier parte del mundo. Al respecto Cruz explicaba que con varias organizaciones latinoamericanas se conocen y contactan por medio de las publicaciones en las redes, donde pueden ver que realizan trabajos similares o que pueden articular mediante proyectos. Actualmente tienen proyectos internacionales o convenios con países y/o organizaciones europeas. **(Ver capítulo 7)**

“Esta generación participa en una conversación global de bits. La tecnología móvil les permite estar conectados constantemente y en cualquier lugar. Cada nodo trabaja individualmente pero de manera colaborativa. Es la generación de la inteligencia colectiva, del

conocimiento compartido y de la conectividad entre individuos. Y la deslocalización de las conexiones les permite desenvolverse en el mundo del ciberespacio, más allá de cualquier espacio y gobierno.”
(Feixa y Fernández Planells, 2014:43)

Sin embargo, al consultar sobre las relaciones entre territorio local con los espacios digitales, Cruz remarcaba cómo muchas veces se sorprenden del desconocimiento que existe sobre la organización Oajnu en la ciudad de Corrientes por parte de algunas escuelas o áreas estatales, barrera que sólo es superada una vez que trabajan en conjunto.

Hay poca relación porque a veces hay lugares donde vamos que decimos: «¿Conocían la organización? - No. -¿Utilizás redes sociales? - Sí. -¿Alguna vez viste algo de la organización? - No»... entonces es como que no hay mucha relación entre nuestro público con nuestras publicaciones (...) sobre todo a través de las publicaciones en el diario, que esas son las que más nos ayuda con la gente grande, docentes, instituciones y demás... una tapa de diario es importante para nosotros, digamos.” (Cruz, OAJNU)

Por su parte Carlos (Techo) planteaba que les resulta imposible mostrar a través de las distintas redes todas las actividades que realizan en territorio, y que incluso no es un tema que les quite el sueño

Yo ya llegué al consenso de que no me sirve de nada que todos sepan lo profundísimo de la organización. No te suma. Para sumar gente no te sirve. Te perdés en el camino si vos querés transmitir «hacemos desarrollo comunitario, y la mesa de trabajo, procesos de hábitat en comunidad...» Te dicen ¿Eh?, ¿Qué es esto? Entonces, hay que hacer algo atractivo. Necesitás la zanahoria para atraer la gente (Carlos, Techo)

Además, identifican un montón de falencias que tienen en sus equipos de comunicación, donde les cuesta generar campañas que lleguen a ser “virales” y tal como fuimos viendo a lo largo de estas páginas, donde tienen la mayor cantidad de veces,

escasos intercambios. ¿Qué limitaciones encontrarían sin estas herramientas?, les preguntábamos al respecto de Internet y las redes sociales digitales.

Todas las limitaciones. Nosotros no nos podríamos comunicar entre voluntarios si no tuviéramos internet. Desde el principio, desde la base... porque, como te digo, cuando ingresamos a la organización nos dicen, tenemos que tener un correo electrónico para recibir la información oficial de la organización. Así que, sin internet, te diré que... o sea, podríamos ser voluntarios pero nos costaría mucho.” (Cruz, OAJNU)

La interrelación entre los tiempos/espacios presenciales y digitales, si bien es ponderada, no se realiza en forma constante, ya que mantener activas las redes de la organización son consideradas en ambos casos como un “trabajo” importante. Incluso, en algunos casos se identifica un rechazo al uso de redes sociales digitales, aunque el carácter de “necesario” hace que lo tengan presente, y se vean obligadas por sus pares voluntarios a crearse un perfil en las redes digitales, como en el caso de Karina y Aldana; o como los voluntarios más históricos como Marcelo, que confesaba que “*ni siquiera tenía celular con cámara*” como para poder participar en las redes desde el teléfono.

La Generación # está experimentando el repliegue hacia espacios más cercanos y personalizados (hacia la propia habitación, la esquina, el barrio, la plaza ocupada, la entidad local, etc.). No se trata de una vuelta a los espacios “cara a cara” tradicionales, sino de una reconstitución de los espacios sociales en forma híbrida, uniendo lo local y lo global (en forma glocalizada) (Feixa y Fernández Planells, 2014: 44)

Al analizar los imaginarios sociales tecnológicos, Daniel Cabrera (2006:184) explicaba cómo la “novedad” adquiere una importancia especial porque las “nuevas tecnologías” se presentan como “necesarias”, es decir, como un acontecer y un acontecimiento irresistible que opera infaliblemente en la sociedad contemporánea, ubicándose en una zona de promesas. Si contrastamos sus observaciones con lo que los/nuestros/as entrevistados mencionan, puede evidenciarse que las tensiones y

negociaciones que estos jóvenes realizan con las tecnologías no se ubican en el eje del futuro o de la “promesa”, sino en tiempo presente. Todos los usos y apropiaciones de las TICs que realizan, son recursos para la acción.

Conclusiones preliminares

Iniciábamos este capítulo con una cita a Raymond Williams (2011), quien plantea que analizar usos sociales de la tecnología “*no es solamente una cuestión de incertidumbre intelectual: es una cuestión de práctica social*”. Fuimos a lo largo de las páginas desglosando cómo, mediante la apropiación de TIC, se van incorporando y constituyendo prácticas sociales que permiten a estos/as jóvenes adquirir conocimientos respecto “saber hacer” comunidad en entornos digitales y también aprenden a planificar, organizarse, gestionar y difundir con el uso de TIC. Vimos las diferencias existentes en la gestión de la comunicación entre ambas organizaciones, teniendo un modelo verticalista (Techo) y otro que aún con jerarquías busca fomentar la horizontalidad en los manejos de redes y a la vez realiza capacitaciones constantes para “incorporar” el uso de hashtags (Oajnu) que son en definitiva los que los ayudan a consolidar una presencia en redes, siendo repertorios de la acción conectiva (Reguillo, 2017).

Al indagar en sus prácticas sociales vinculadas a usos y apropiaciones identificamos que se mueven con soltura en la web social; tienden a generar acciones haciendo uso de las posibilidades de conectividad y movilidad mediante los hashtags que promueven y solicitando a sus conocidos que los ayuden a “viralizar” aquellos contenidos que publican; tienen noción del valor de la web para vincularse con jóvenes, empresas, organizaciones a nivel global, pero anclados en el territorio, es decir, fomentando lo Glocal, y realizando usos y apropiaciones desde un lugar situado socio-económico y cultural.

Pudimos ir identificando los rasgos y condiciones de apropiación que plantea Moreno Gálvez (2015): Con entusiasmo y a la vez superando dificultades fueron adquiriendo en la práctica un dominio técnico y cognitivo de las herramientas, plataformas y redes sociales con las que llevan adelante las actividades de cada organización. Además, observamos que no solo adoptaron estas herramientas para la organización, sino que lo fueron utilizando de manera repetitiva y trasladando a otros ámbitos y actividades del día

a día como estudiar, trabajar o colaborar con microemprendimientos familiares. En muchas ocasiones, ante la negativa o recelos a ocupar algunas herramientas (como el calendar, el Gmail, el whatsapp) fueron apareciendo las voces (y presiones) de compañeros/as del voluntariado.

“Hay veces que la gente no se limita y pierde el contacto con la realidad del hoy o el ahora, el estar presentes... bien utilizado veo que es una herramienta muy copada para desarrollarte como profesional o conectarte con cosas que podés pensar que son inalcanzables, como un curso de posgrado, un curso de educación emocional, o lo que se te cante...” (Karina)

Los procesos de apropiación de tecnologías en el marco de las organizaciones los provee de un conocimiento especializado en el uso de redes, vinculado a la organización, gestión, reconocimiento de las potencialidades y limitaciones del espacio digital, la prefiguración de públicos específicos y lógicas específicas de publicación en cada una de las redes sociales digitales, entre otros aprendizajes que no habían obtenido a partir de la educación formal. Esto los ubica ante la tradicional dicotomía de “apocalípticos e integrados”, en tanto registran que dependiendo del tipo de usos que se hagan, las redes sociales pueden ser muy productivas o perjudiciales. En el próximo capítulo nos proponemos aportar, desde aquí, a una tipología de aprendizajes de lo político en relación a usos sociales de la tecnología.

CAPÍTULO 6 - Aprendizajes de lo político en relación a usos y apropiaciones de redes sociales digitales: Una tipología posible

De manera encadenada con el capítulo anterior, nos interesa recuperar y analizar lo que lxs jóvenes identifican como aprendizajes de lo político mediante los usos y apropiaciones de redes sociales. A partir de la sistematización realizada observando sus redes y del cruce con las entrevistas se pudieron identificar tres tipos de usos, que podemos vincular con dichos aprendizajes. Aquí los desarrollamos a modo propositivo: 1) Calendario o recordatorio; 2) Vidriera de las actividades; 3) Reafirmación de las prácticas políticas.

Partimos de algunas caracterizaciones y tipologías sobre los procesos de socialización digital y de socialización política en entornos digitales que otros/as autores han desarrollado. Luego, el capítulo se organiza en el desglose de las tres tipologías propuestas y un cuarto apartado dedicado al análisis de las intersecciones entre la calle y los espacios digitales que lxs jóvenes perciben a partir de los usos de TICs.

“En la bibliografía sobre jóvenes y nuevas tecnologías comúnmente se dice más sobre las “redes sociales” que sobre las personas “enredadas”, más sobre las tecnologías que sobre los cursos de acción que habilitan. Y así, las acciones que van enlazando, conectando, ensamblándose en esas “redes” quedan sin explorar.”
(Welschinger Lascano, 2015:436)

Socialización digital y socialización política con entornos digitales. Algunas características y tipologías

En el capítulo uno mencionábamos como antecedente una investigación realizada en España por Ángel Gordo López, et. al (2018) sobre itinerarios de socialización y desigualdades en los entornos digitales. Allí los autores dan cuenta de un cambio de perspectiva en diversas investigaciones con respecto al abordaje del uso de las tecnologías que inicialmente se planteaba como un factor negativo (incluso considerado un consumo problemático ya que como el alcohol o las drogas generaba adicciones), hacia abordajes desde lo positivo, donde los esfuerzos se orientaron en identificar los riesgos y oportunidades del uso de tecnologías para el desarrollo personal. En su investigación identifican cinco grandes bloques de conductas problemáticas asociadas a los usos de TICs (p. 128):

- 1) Sobreexposición (Exhibición constante y acrítica de la vida personal);
- 2) Autocuantificación y autoseguimiento excesivo (medición minuciosa de actividades cotidianas);
- 3) Sobreidentificación (apego excesivo a determinadas tecnologías, plataformas o incluso las propias marcas de tecnologías)
- 4) Preponderancia de usos evasivos (que pueden interferir con nuestras obligaciones y quehaceres cotidianos, nos impidan concentrarnos o dormir las horas necesarias)
- 5) Aislamiento de los entornos digitales (como contraparte de las anteriores, aparece la conducta de abstraerse de las tecnologías y del universo digital y perder por ello oportunidades y beneficios vinculados a su uso).

Decíamos que sus principales aportes derivan en identificar a la desigualdad social como el principal riesgo de la socialización digital⁹⁷ y a la vez, a partir de estos bloques de conductas problemáticas elaboran tres tipos ideales de socialización digital, considerando la relación o grado de vinculación de lxs jóvenes con los entornos digitales (Gordo López, et al, 2018:129).

- Los/as sobreidentificados/as: Se trata de aquellos/as que se vinculan a alguno o varios de los cuatro primeros bloques de conductas problemáticas identificadas.
- Los/as desconectados: alude a los/as jóvenes caracterizados por su aislamiento de los entornos digitales.
- Los/as tecnoresilientes: alude a los/as jóvenes que mantienen una relación “equilibrada” con la tecnología. Son capaces de evitar las conductas problemáticas sin perder los beneficios potenciales de la participación en los entornos digitales.

Desde estudios socio-antropológicos, Rosalía Wincour (2009) propone que “estar conectado” es un capital cultural importante para atenuar la incertidumbre, para fomentar el sentimiento de pertenencia a una comunidad, siendo un valor significativo no sólo entre las generaciones jóvenes sino entre adultos y también de manera intergeneracional.

Estar conectado es algo experimentado y connotado positivamente, ya que permite estar seguro ante la incertidumbre de no poder localizar a alguien, de no saber en qué está ocupando su tiempo, permite a las personas trazar estrategias de visibilidad ante otros y de trascendencia social en ciertos contextos (Wincour, 2009:69). La conexión remite también a la posibilidad de estar “incluido” en ciertos círculos de sociabilidad; estar conectado de este modo se relaciona con la sensación de pertenencia, de ser “visible”, de visibilidad y reconocimiento social. Por lo que a su vez

⁹⁷ En sus conclusiones refuerzan cómo las diferencias estructurales (origen de clase, nivel socioeconómico, nivel cultural familiar) perpetúan las desigualdades, a las que se suman nuevas diferencias asociadas a otras variables o dimensiones significativas en materia de socialización digital como la mediación parental y los estilos de aprendizaje. (Gordo López, et. al, 2018)

la autora plantea que “estar conectado” no se habría vuelto una “necesidad” en este sentido de no ser por las consecuentes amenazas de invisibilidad y de exclusión que implica el estar “des-conectado” (Welschinger Lascano, 2015:452)

A partir de los análisis de Rosalía Wincour (2009), Welschinger Lascano (2015) intenta comprender cómo la “conexión” antes que una condición meramente técnica, se torna un recurso para la acción para distintos/as jóvenes. Este investigador argentino plantea que en la experiencia juvenil “*estar conectado*” es a su vez:

(a) un tipo de vínculo moral (“estar conectado” es estar disponible, estar disponible es estar visible, es estar integrado a ciertos círculos y formas de sociabilidad; como no estarlo de algún modo es estar excluido, no pertenecer);

(b) es la capacidad de forjar y acceder a ciertos tipos de estados emocionales (la seguridad que da “estar conectado”, la tranquilidad de estar integrado, un recurso con el cual acceder o transitar de un estado anímico indeseado hacia otro buscado, idealizado); y, a su vez,

(c) “estar conectado” es disponer de un nuevo haz de cursos de acción posibles (la gestión cotidiana de la sociabilidad amical con mayor velocidad y posibilidad de hacer co-extensivas, co-participes a ciertas “amistades” de las prácticas cotidianas) (Welschinger Lascano, 2015:453)

Estas tipologías y caracterizaciones nos hablan de jóvenes conectados de manera “personal” con las tecnologías y de los beneficios que encuentran: mitigar la incertidumbre, pertenecer a determinados círculos sociales, lograr visibilidad, tener capacidad de forjar estados emocionales, disponer de otros recursos para la acción, comunicación e información. Aparecen también los peligros asociados tanto a usos excesivos (sobreexposición, autoseguimiento excesivo, usos evasivos) como a la falta de conexión (exclusión, invisibilidad, aislamiento).

En lo que refiere específicamente a los procesos de socialización política en entornos digitales, nos resultó interesante un trabajo de Echeverría y Meyer (2017) realizado en

México. En base a un análisis cuantitativo sobre Encuestas Nacionales de la Juventud (2010, 2012) se preguntan en qué medida los jóvenes utilizan internet para fines políticos, cómo lo hacen y qué consecuencias ello produce en términos de participación política. Los números indican que en mayor medida Internet es utilizado con fines vinculares (chatear, enviar mails); en segundo lugar, para acceder a consumos de entretenimiento (programas, juegos) y en tercer lugar como acceso a información de contenido público-político (diarios, portales noticiosos).

Estos autores reseñan dos modelos de socialización política. Uno se da a partir de “flujos verticales”: considerando los vínculos promovidos desde instituciones como la familia, los medios de comunicación, la escuela, que en cierto modo organizan y aseguran la reproducción de la cultura política a partir de prácticas, informaciones y valores. Otro modelo se centra en “flujos horizontales”: desde una perspectiva socio-antropológica se busca comprender a la juventud como una cultura más o menos autónoma, donde se prioriza la socialización entre pares. A partir de estos dos modelos intentan comprender cómo los procesos de socialización política se intersectan con internet ya sea para prolongarlos o modificarlos.

Al momento de cuestionar a Internet como un dispositivo de socialización política registran que en la literatura se han dado dos visiones polarizadas sobre la relación entre el uso de internet y la participación política. Una visión optimista para la cual Internet provee “*estructuras de oportunidad que incrementan el repertorio, en términos de alcance y profundidad, del comportamiento del ciudadano, mediante las cuales les es dada la oportunidad de actuar*” (Echeverría y Meyer, 2017:35). Por otro lado, una posición realista o normalizadora que coloca el énfasis en el escenario político precario donde se realiza la adopción de las TICs, siendo una cultura política caracterizada por un nivel deficitario de conocimiento, atención e involucramiento ciudadano en los asuntos públicos⁹⁸.

Estos autores mexicanos reconocen que las investigaciones empíricas que correlacionan usos de internet con participación política son aún ambiguas. Entre sus hallazgos encuentran que si bien a partir de diversas variables (usos de Internet,

⁹⁸ Remarcamos que estas caracterizaciones realizadas sobre la sociedad mexicana pueden ser extrapolables a la cultura política argentina, atendiendo a las cifras que indicaban “baja” o “escasa” participación política por parte de jóvenes entre 15 y 29 años, con base en la Encuesta Nacional de Jóvenes de 2014 que vimos en el capítulo uno.

motivaciones para participar, Internet como fuente de aprendizaje para la participación, entre otras) se correlaciona de manera positiva, dicha relación es modesta, poco significativa. Además, los usos de Internet para fines políticos eran mayores entre aquellos/as jóvenes que indicaban antecedentes de participación política en distintos ámbitos de socialización, con anterioridad al uso de Internet. A partir de sus análisis concluyen que

“Se rechaza la hipótesis de que las formas de socialización vertical y horizontal que Internet ha facultado en las generaciones recientes, en conjunción con las condiciones de democratización, colonización de Internet y tiempo libre, han tenido un efecto significativo en los niveles de participación de los usuarios jóvenes y asiduos de Internet”
(Echeverría y Meyer, 2017:47)

Por su parte, Campo Sánchez y Mansilla Morales (2015) esbozan que el contexto social en que se produce la socialización política en/con entornos digitales (que ellos denominan como “tecnosocialización política”), posee dos rasgos: Por un lado, una desafección de la política tradicional que *“no está llevando a una despreocupación del ámbito de lo político, sino a una crítica de los modos actuales y a una serie de medidas alternativas”* (p. 59). Y, por otro lado, la debilidad de los agentes socializadores tradicionales (familia, partidos políticos, medios masivos), dando primacía al grupo de pares. *“La horizontalidad prima sobre la autoridad”* (p. 60).

En relación a dicho contexto, estos autores españoles enumeran cuatro características que adopta la “tecnosocialización política”:

- 1) El valor que adquieren los grupos de pares como agentes socializantes por el “factor confianza”.

La realidad se conforma progresivamente acorde con lo que los iguales nos dicen que es real: lo valioso, lo cierto o lo incierto es lo que los iguales nos indican como tal. Y ello es así porque los iguales “son de fiar”, su legitimidad como dadores de sentido no radica tanto en tener un conocimiento privilegiado, sino en compartir un lugar social y epistémico similar al propio. (p. 62)

2) El apartidismo⁹⁹ como un rasgo característico que se toma de los grandes movimientos sociales del siglo XX (ecologista, feminista, pacifista, etc.) desde donde se impugna el funcionamiento del sistema político y a la vez desde donde se pretende aunar subjetividades creando grandes bloques que permiten enfatizar las coincidencias.

3) Primacía de la dimensión expresiva¹⁰⁰, donde se procura generar encuentros colectivos y la subjetividad del individuo se pone en juego siendo reconocida por otros actores. *“Gracias a esa primacía de lo expresivo se generan agrupamientos múltiples, flexibles, sin jerarquías, descentralizados, sin sujetos negociadores”* (p. 63)

4) Superadora de contradicciones, en referencia a prácticas mixtas entre las redes digitales y la calle, donde el papel que juegan las redes en el proceso socializador no queda reducido a lo virtual. *“La red es escenario virtual de diálogo y participación política convirtiéndose en una nueva forma de hacer política con nuevos actores. Pero el debate se traslada a la calle, a los círculos externos a las redes”* (p. 64)

A partir de todas estas nociones, caracterizaciones y tipologías, en la etapa de recolección de datos fuimos construyendo nuestra guía de preguntas, indagando en los modos de vinculación de los/las jóvenes con las tecnologías digitales: En qué días y momentos las utilizan en el marco de las organizaciones; qué usos de herramientas, aplicaciones y redes digitales llevan a cabo durante las actividades en las que participan; qué cosas aprendieron a partir de sus usos; qué relaciones establecen entre sus actividades cara a cara con aquello que comparten en redes digitales; cómo se vinculan con sus pares; cuáles son los aprendizajes de lo política/la política que identifican en estos usos, entre otros puntos (**Ver Anexo modelo de entrevistas**). Es decir, fuimos realizando el esfuerzo de situar los usos y apropiaciones en el marco de las organizaciones de las cuales estos/as jóvenes participan.

En la propuesta de tipología que presentamos a continuación nos interesa ampliar el análisis desarrollado en el quinto capítulo sobre cómo los y las jóvenes integrantes de organizaciones de la sociedad civil representan sus aprendizajes de la política en relación a las prácticas y apropiaciones de los espacios digitales. Nos centramos en tipos de

⁹⁹ En este sentido recordamos que ambas organizaciones descritas en esta tesis se presentan como “apartidistas”.

¹⁰⁰ Esta característica podemos vincular a los desarrollos teóricos que Rossana Reguillo (2017) realiza respecto la función “aglutinadora” que cumplen los hashtags, tal como vimos en el capítulo 5.

publicaciones, ya que entendemos que lo que aparece visible esconde todo un proceso de discusión y acuerdos sobre qué, cómo y cuándo publicar.

Calendario o recordatorio

Denominamos al primer tipo de usos “Calendario o Recordatorio” ya que identificamos en ambas organizaciones que el calendario de actividades es lo que prevalece como eje organizador en los usos y apropiaciones de las cuentas. Se trata de contenidos sobre acontecimientos por venir. En sus publicaciones van apareciendo invitaciones a reuniones, *infocharlas*, o a construcciones masivas en el caso de Techo; y en el caso de Oajnu los posteos refieren a proyectos específicos como Ciudadanía juvenil, Modelo cámara de senadores, Debate político o bien a convocatorias como Encuentros de Voluntarios, capacitaciones o instancias de recaudación como ventas de arroz con pollo o torneos de fútbol.

... desde Techo Argentina siempre tenemos como una bajada más general, digamos. El calendario. Tenemos la semana de socios, la semana de hábitat, el mes del hábitat en realidad ahora, y ahí sí se muestra en líneas generales con las mejores fotos los barrios en donde estamos trabajando. Acá en la sede específicamente mostramos generalmente los sábados, lo que se hizo en los barrios. Todos los sábados se va a Detectar, digamos, entonces la encargada de DyA (Detección y Asignación) me pasa las fotos y las subimos los domingos generalmente (Federico).

Por lo general no sacamos fotos ni subimos... no es que bombardeamos constantemente a las redes sociales con eventos del día a día, pero sí por ejemplo cuando organizamos actividades de recaudación, o los cierres de los proyectos; O hay algunos proyectos que tienen como etapas donde se convoca a un público en general... nos enfocamos en los inicios y cierres de proyectos... (Claudia, 26 años, Directora Ejecutiva de la Sede Corrientes, Oajnu)

Este tipo, el más común, puede ejemplificarse recuperando algunos posteos:

En el caso de Oajnu:

¡Volvimos! Para empezar con #MásFuerzas el año queremos que seas parte de esta gran organización, sumate a Oajnu en nuestro Primer Encuentro de Nuevos Voluntarios este jueves 23 a las 19:30 hs en la UCASAL, Moreno 1754. Veni a conocer un poco más de Oajnu y sumate a este cuerpo de voluntarios. ¿Tenés alguna duda? Escribinos por privado. 20 de febrero 2017 en Instagram (Ver Captura de imagen N° 9)

Se viene el #VIIMNURegional y estamos preparando todo a full! ¿Vos ya estás listo? Oajnu, 1 de Octubre 2016 en Instagram

Este fin de semana no cocines! El Domingo 4/12 te cocinamos nosotros! No te lo pierdas! Oajnu, 1 de Diciembre 2016 en Twitter

¡Hoy estamos celebrando el Día Global del Voluntariado Juvenil! Hoy todos somos voluntarios. y vos, ¿qué esperas? Oajnu, 22 de Abril 2017 en Instagram



Captura de imagen N° 9. Invitación al Primer Encuentro de Nuevos Voluntarios en Oajnu.

En el caso de techo:

Vamos a detectar!. En La Tosquera y Río Paraná detectamos junto a SECUNDARIOS. Y volvemos este finde a 2 de Septiembre, así que a prepararse todos los que quieran detectar en Resistencia!. Techo, 6 de Mayo 2016, en grupo de Facebook.

Merienda y llamadón El área de Inserción de Voluntarios invita a compartir una merienda mientras charlamos. Techo, 27 de Septiembre 2016, en grupo de Facebook

¡llegó el finde! Te quedaste con ganas de seguir compartiendo con los voluntarios techeros? ¡JORNADA RECREATIVA en la PLAYA ARAZATY, a las 17 HS! Invita a quien quieras a sumarse a esta linda actividad al aire libre, acompañada de un día espectacularrrrrrr; tios, primos, papis, amigos, vecinitos.. hasta tu perro puede ir! Techo, 18 de marzo 2017, en grupo de Facebook

En este tipo de uso no hay un interés por poner en discusión o convocar al diálogo o a la reflexión mediante las publicaciones, sino que únicamente se espera recordar tareas pendientes a los voluntarios y sumar: sumar más personas a las organizaciones, más participantes a los proyectos, más socios y/o compradores a los proyectos/ventas para recaudación. En ese accionar que prioriza el calendario, los lugares y momentos destinados a pensar los usos y contenidos de las redes, van quedando por detrás de los hechos.

Desde Techo planteaban que alrededor del 90% de las publicaciones siguen este criterio. Por otro lado, desde Oajnu, Perla decía que falta una vuelta de rosca para lograr mostrar a través de las redes sociales las actividades que se realizan desde la organización, ya que muchas veces la información que se difunde es incompleta, descontextualizada, o requiere tener conocimientos previos sobre Oajnu: “yo creo que falta un trabajo de comunicación importante. Siento que todo lo que hacemos se está aprendiendo sobre la marcha”. En este sentido, Carolina, una voluntaria de Oajnu, que incluso llegó a formar parte del comité directivo nacional, mencionaba que la organización no se esfuerza en poner discusiones en sus redes sociales en entornos digitales. Para ella, el valor de la organización se mide en posicionarse en ámbitos de encuentros cara a cara, donde las interacciones permiten poner a prueba la capacidad de argumentar y escucharse.

“nos posicionamos mucho en los colegios, con los chicos, así hablando con ellos. Siempre le damos mucho espacio a ellos para que nos digan qué piensan de la educación y cómo se sienten en la escuela, si sienten que aprenden, si están de acuerdo, pero siento que en las redes no...” (Carolina).

Vidriera de las actividades

En lo que refiere al segundo tipo, el uso de redes como vidriera, nos permite pensar en aquellas publicaciones que están orientadas a públicos específicos que cada organización pre-figura como propio (**Ver capítulo 5**). Lo denominamos “como vidriera”, pensando en una de las premisas con las que estos jóvenes asocian a las redes digitales, refiriendo a cómo lo que no aparece publicado allí, no existe. Decía Amelia “*la gente se da cuenta que existís porque tenés un perfil en una red social... el primer contacto siempre es la red social (digital)*”. Este tipo de uso hace mención a contenidos que con “trasparencia” nos muestran qué hacen y cómo funcionan estas organizaciones juveniles.

En Oajnu, aparece un interés por mostrar las actividades que realizan a distintos grupos de adultos: madres y padres de participantes, funcionarios públicos que pueden oficiar de colaboradores, empresas que pueden ser sponsors, otras organizaciones con las que tejen redes. En palabras de Claudia, esto da facilidades a nivel institucional, porque tener el trabajo expuesto y disponible para cualquiera, les sirve al momento de pedir apoyo económico, logístico, y/o político. En cambio, en el caso de Techo, aparece la necesidad de usar las redes para contactar e informar a los vecinos de los asentamientos en donde la organización se hace presente. Allí el objetivo es mejorar el uso de redes atendiendo a la comunicación comunitaria, apuntando a que los vecinos puedan conocer qué hace y qué no hace la organización, ya que muchos se acercan preguntando “*cuánto sale*” la vivienda de emergencia o planteando que “*quieren una para la quinta*”.

*Como que todavía tenemos una falla, al menos en la sede específica de ver cómo hacemos, sobre todo para mostrar al vecino con el que laburamos qué estamos haciendo por otro lado. O sea, nuestra red principal es Facebook y mails. El vecino de asentamiento capaz que tiene Facebook, pero mail no tiene... la mayoría siempre está cambiando el teléfono cada tres o cuatro meses, porque se lo roban, lo pierden, deja de andar, por la lluvia, o lo que sea... entonces de repente al vecino en sí estamos mostrándole muy poco más allá del “*acá estamos*”. Por el otro lado, me parece que siempre con el permiso de los vecinos mostramos bastante qué hacemos, los convenios, etc. Pero siempre a través de nuestras pequeñas redes (Federico).*

Esta noción de pequeñas redes es altamente significativa, y entra en consonancia con lo que plantea Rosalía Wincour (2018) respecto cómo “*las redes sociales comparten, recrean y proyectan un imaginario sobre la convivencia, los vínculos sociales y la visión de los otros, que en ciertos aspectos abren, y en otros cierran el sentido de lo público en las esferas emergentes*” (p. 53). En entrevistas en ambos casos surgía el problema de cómo la organización era incapaz de contar lo que hacían, siendo necesario en primera instancia algún conocimiento previo por parte de los públicos de las organizaciones para poder decodificar a qué se refieren con detección o infocharla en Techo, o con ciudadanía de jóvenes en el caso de Oajnu, por mencionar ejemplos.

*Ayer estuvimos haciendo un primer boceto del calendario 2018.
¿CC, ELA, VZ, CLT, ENRC?¹⁰¹ ¿sabés qué significan? (ver captura)
(14 de noviembre 2017, TECHO)*

Los usos y apropiaciones de TICs que hacen estas organizaciones demanda tiempo y acuerdos al interior de cada una, teniendo en ambos casos áreas específicas para el manejo de la comunicación y las actualizaciones en redes sociales. Se tornan necesarios en primera instancia poner en discusión los lineamientos básicos y banderas que cada organización promueve y moviliza. Y en este devenir no todos los/las voluntarios/as acuerdan con las visiones y los modos de comunicar que se deciden.

Creo que con lo de #NiUnaMenos y con lo de #SantiagoMaldonado se pudo un poco más decir «nosotros pensamos esto», o «trabajamos para esto», pero creo que falta muchísimo. En las otras redes no se puede tanto, pero más en Facebook, falta exponer lo que nosotros pensamos como organización y no fotitos de lo que hacemos. O sea, si bien se arma el álbum por ejemplo del Modelos de Naciones Unidas se pone lo que se hizo y todo eso... la gente no va a tomarse el trabajo de leerlo todo. Miran la foto y nos

¹⁰¹ ENRC – Encuentro Nacional de Referentes Comunitarios; VZ - Vamos a Zoomar; CLT – Colecta; CC – Construcción Colectiva; ELA – Encuentro Local

dan Likes, pero no se logra exponer lo que nosotros pensamos (Melina, OAJNU).

El tipo de uso como vidriera puede ejemplificarse en algunos posteos:

En el caso de Oajnu:

¡CJ esta en movimiento! Lunes primera hora, el equipo de CJ fue al colegio UOCRA para dar un nuevo aula taller. ¡Seguimos empoderando!. Oajnu, 28 de Agosto 2017 en Facebook

Hoy tuvimos reunión de Comité, planteamos las metas y objetivos, y planificamos lo que se viene para este 2017. Estamos felices con todo lo que proyectamos y esperamos llegar a #MasPares #MasFuerzaspara construir una sociedad cada vez más inclusiva, democrática y promotora de derechos. 24 de febrero 2017, Facebook.

El 24 y 25 de Junio pasado estuvimos ejecutando la 4ta edición del MNUJr, con la participación de 230 jóvenes de Ciudad de Corrientes. Debate, proyecto, documentos de posición y resoluciones fueron los elementos claves de los tres órganos ejecutados Asamblea General, Consejo de Seguridad y ONU Mujeres. También se vivieron momento de esparcimiento y diversión en la Feria de Naciones, el espacio en el cual los delegados contaron la cultura del país que representaban y se animaron a bailar y cantar. 10 de julio 2017, Facebook.

En el caso de Techo:

“El día de hoy se llevó a cabo la asamblea de inicio de la Mesa de trabajo en el barrio Molina Punta, Corrientes! Vecinos y voluntarios se comprometieron para diagnosticar y accionar sobre las problemáticas que más afectan a los habitantes del barrio! Un gran logro para el trabajo de la Sede Corrientes-Chaco que no hubiera sido posible sin el arduo trabajo de muchos vecinos y voluntarios!” 4 de marzo 2017. Grupo en Facebook (Ver captura de imagen N° 10)



Captura de Imagen N° 10. Asamblea de inicio Mesa de Trabajo en el Barrio Molina Punta.

¿Sabés qué son los trabajos de verano? Construir a través de Trabajos, nos permite llegar a familias que viven en una situación de urgencia, en aquellos lugares donde no trabajamos de forma permanente. También conocer y aprender de las diferentes realidades en los asentamientos del país y trabajar en red, junto a otras organizaciones y actores sociales. 29 de noviembre 2016. Facebook.

Reafirmación de las prácticas políticas

Con el tercer tipo, nos referimos al uso de redes como reafirmación. En este tipo de publicaciones ubicamos a aquellas en las que se realizan de manera más explícita los posicionamientos políticos de los y las jóvenes que participan del voluntariado en estas organizaciones juveniles. Reafirmación no sólo de los valores y posicionamientos que cada organización promueve, sino también en el sentido de hacer valer el trabajo de voluntariado que llevan adelante, como un aporte a cambiar sus entornos, tal como decía Federico:

solemos publicar en el grupo de Facebook una foto grupal o una foto de las reuniones organizativas, en parte también para mostrarle a la gente que puede venir cualquiera. Porque la mayoría de las

reuniones en la oficina son abiertas. Y más que nada para mostrarnos a nosotros, que estamos laburando... está bueno por ahí como recordarte a vos mismo como “che, estamos haciendo algo”.
(Federico, techo)

Cristian mencionaba cómo su paso por la organización Techo le permitió dar cuenta de las problemáticas y los modos de involucrarse como algo más amplio al propio lugar, que trasciende las fronteras geográficas. Y por otra parte Perla hace mención a la posibilidad de poder mostrar problemáticas que desde la organización conocen de primera mano, a partir de los proyectos, asambleas, foros y talleres que llevan a cabo con jóvenes, atendiendo a su lema de empoderando a pares (Oajnu).

Yo creo que, como organización, y lo digo al ser una persona que ha participado no sólo en su país, sino en distintos países, a través de las redes como que vas entendiendo que es algo más grande, porque viste que están haciendo algo en México, lo que están haciendo en Colombia... Hay un sentimiento de cercanía, digamos; y aunque hagan algunas cosas diferentes, ves lo mismo. Como que ves el mismo nombre, el mismo espíritu. Entonces, por ahí, creo que las redes te permiten saber esas cosas (Cristian, Techo).

Empezar a mostrar más las problemáticas de juventud... no dar respuesta, pero sí mostrar las problemáticas que nosotros por cuestiones de la propia organización nos llevó a ir recolectando material e ir viendo algunas cosas... empezar a marcarlo, a visibilizarlo (Perla, Oajnu).

En el tercer tipo de uso de redes digitales como reafirmación, podemos mencionar los siguientes ejemplos:

En Oajnu:

#NiUnaMenos 2016 Como voluntarios de una Organización que busca la inclusión y la promoción de derechos de todas las personas, en particular de los jóvenes, no podemos quedarnos fuera de este

fenómeno, y mucho menos tras observar las cifras aterradoras que revelan la cantidad de niñ@s y adolescentes que HOY sufren por la violencia de género, tanto en sus manifestaciones físicas que muchas veces se exteriorizan en abusos y maltratos tanto físicos y sexuales, como psicológicas. (3 de junio 2016, Facebook, Oajnu)

En Techo:

Presentación RAI 2016. Durante la #ColectaTECHO más de 2.000.000 de personas vieron ese hashtag en Twitter, gracias a todo el apoyo que vos y miles de personas más nos dieron. Este lunes, a partir de las 2 de la tarde, queremos que durante la presentación del #RelevamientoTECHO, todo el país nos escuche decir que la ciudad que tenemos, “No es una ciudad, si no es para todxs”. 31 de Octubre 2016, Grupo en Facebook.

Hoy es el #DiaMundialDelHabitat, un día para reflexionar que "en América Latina, 1 de cada 4 habitantes de ciudades vive en asentamientos informales sin tener garantizados sus derechos básicos. Queremos ciudades con verdadera integración social y urbana. Ciudades donde aquellos que viven día a día el problema del acceso al #hábitat adecuado, sean escuchados para poder decidir y generar un cambio" (3 octubre 2016) (Ver captura de imagen N° 11).

Consideramos que estas tipologías (Calendario o recordatorio; Vidriera de las actividades; Reafirmación de las prácticas políticas) nos permiten pensar en aprendizajes de lo político, en el sentido que interpelan a lxs jóvenes a entender que, desde allí, desde las redes sociales digitales, son partícipes de un espacio público-político donde pueden tener voz propia, mostrando y narrando las actividades cotidianas y sus posicionamientos en el marco de las OSC (ver capítulo 7).



Captura de Imagen N° 11. Día Mundial del Hábitat 2016.

En el primer tipo (calendario), los aprendizajes son del orden de lo instrumental más que del orden de lo político, ya que los usos y apropiaciones de Tics para difundir cuestiones vinculadas a sus actividades, como así también para organizarse, implica que estos jóvenes tengan una formación en uso de plataformas y de recursos que se vinculan, tal como vimos en el capítulo anterior, con el orden del “saber hacer”: escribir mails, utilizar herramientas colaborativas como el drive o el google calendar, usar aplicaciones, tomar fotografías...

“como cosas nuevas aprendí a usar Facebook en el sentido de las páginas, viste que tienen todo un mecanismo de programación, ver las visualizaciones, esas cosas sí. Con Instagram también, porque mi mamá tiene un emprendimiento y me ayudó con ella. A responder con paciencia a toda la gente, capaz a la más adulta que es más terca, que se ofendía con nosotros. Eso sí siento que aprendí. Pero porque estuve justamente en ese papel en el que yo podía estar en Facebook y toquetear, y entrar y salir. Tuvimos toda una capacitación de diseño, donde aprendimos a usar un programa para diseñar (Camba) y yo hasta ahora lo sigo usando para todo.” (Paloma)

“Todo lo que se obtiene en la red: información, entretenimiento, competencias informáticas, nuevas relaciones, se capitaliza y se

valida fundamentalmente en el mundo de las relaciones persona a persona.” (Wincour, 2009, p. 68)

En este sentido varios/as de ellos remarcaron que falta educación formal en el uso de redes. Decía Karina que *“ningún profesor en la escuela dice «Buenos chicos, esto es twitter, se usa así, ustedes tienen que tener cuidado con esto». Por ahí se intenta hacer pequeños movimientos, como ahora con el tema del grooming¹⁰², pero nada más”*. Sobre este registro, varios/as autores (Scolari, Wincour, Pereira, Barreneche, 2018) subrayan la necesidad de pensar en una alfabetización transmedia¹⁰³, pensando en las competencias que los/las jóvenes en tanto prosumidores, creadores o distribuidores de contenidos mediáticos deberían conocer para desempeñarse en una sociedad digital.

Con los otros tipos (vidriera, reafirmación) pueden contar situaciones y/o problemáticas que son ejes troncales de las actividades de cada organización y que aparecen como ocultas para gran parte de la sociedad: situaciones vinculadas al hábitat en asentamientos informales, en el caso de Techo, donde llevan a cabo relevamientos socio-económicos propios; y problemáticas vinculadas a la juventud (temas de interés, visiones, temores, aspiraciones) que relevan desde Oajnu. En estos tipos los aprendizajes políticos son del orden del poder decir, se vinculan por un lado al valor de la palabra propia, el diálogo y la argumentación. Y por otro lado con la posibilidad de establecer lazos y/o tejer redes fuertes en el sentido del tipo de “burbujas filtro” (Parisier, 2017; Calvo y Aruguete, 2020) que logran realizar por su trabajo como voluntarios/as. Registrando que en su paso por la organización comienzan a tener vínculos desde las redes con docentes, directivos de escuelas, funcionarios públicos, voluntarios, participantes... y a la vez que las redes les pueden servir como herramientas de información, por lo que deben vincularse con personas que les resulten “interesantes”

¹⁰² El Grooming, traducido como “engaño pederasta” es “una serie de conductas y acciones emprendidas por un adulto, a través de Internet, con el objetivo deliberado de ganarse la amistad de un menor de edad, creando una conexión emocional con el mismo, con el fin de disminuir las preocupaciones del menor y poder abusar sexualmente de él.” (Wikipedia, https://es.wikipedia.org/wiki/Enga%C3%B1o_pederasta)

¹⁰³ Estos autores remarcan que *“Un buen mapa de competencias transmedia debe incluir desde competencias productivas en todos los medios y lenguajes de la comunicación hasta las vinculadas a la gestión de contenidos (o de la propia identidad) en las redes sociales, pasando por competencias narrativas, performativas, ideológicas, éticas o relativas a la prevención de riesgos”* (p. 8)

“Creo que puede llegar a servir. Yo creo que esos chicos (se refiere a los/las voluntarios/as) capaz algún día se reciben de docentes, el hecho de ir a un colegio y que le digan «sí, vos desde los 18 años venís por acá» creo que les puede ayudar»”. (Paloma)

“Creo que he generado un buen sistema de filtros en mis redes sociales como para leer gente interesante, y tener muchas cosas (...) lo que he aprendido principalmente es no fiarme 100% en las redes sociales porque es auto-generada por los usuarios que básicamente dicen lo que quieren... entonces siempre hago una fact-checking «¿será que esto es cierto?» si encuentro fuentes válidas y reconocidas que estén diciendo lo mismo, podré decir wau, bueno, esto es real...me preocupo mucho por eso.” (Carlos)

Intersecciones entre la calle y los territorios digitales

Los territorios de lo presencial y lo digital se mixturán y conjugan, tanto en el plano teórico como en las prácticas más concretas. Ya dijimos, siguiendo a Pisani y Piotet (2009), que los espacios digitales son al mismo tiempo herramientas de comunicación y lugares sociales. Esta doble cualidad nos obliga a pensar en términos de apropiaciones -y por ende revisar los usos sociales de las tecnologías, tal como esbozamos en el capítulo anterior-, y a su vez abre el campo a pensar en términos de un espacio público ampliado, en constante vínculo y retroalimentación con la calle (Reguillo, 2017; Saintout, 2011; Pannunzio, 2019).

Uno de los puntos que nos llamó la atención durante el relevamiento de datos, al indagar en cómo perciben los cruces entre la calle y las redes, es la multiplicidad de sentidos que la apropiación y usos de las Tics digitales adopta entre estos/as jóvenes. En su mayoría, destacan que las redes sociales suelen ser el primer contacto de la organización con sus públicos específicos, tal como vimos anteriormente, gracias a las cuales constatan que *“la gente hace de la red social como parte de su vida”* (Amelia, Techo). En este sentido aparecen registros sobre la escasa relación entre los públicos que pre-figuran desde cada organización y las personas que efectivamente se enteran de su existencia por las redes. Al respecto Carolina (Oajnu) mencionaba que en sus actividades

cotidianas identificaban que las personas con las que a veces interactuaban desde la organización (docentes, funcionarios) no conocían a Oajnu y jamás habían visto publicaciones en las redes digitales. Al parecer el puntapié inicial siempre lo dan jóvenes que ya participan en calidad de destinatarios o voluntarios y que con su experiencia cuentan a familiares y/o amigos de qué se trata. Es decir, se refuerza la noción de pequeñas redes a las que referíamos en el apartado anterior.

Si bien hay esfuerzos por difundir las actividades y poner en consideración los posicionamientos de cada organización, aparece en sus discursos la idea de las redes digitales como un arma de doble filo:

Hoy en día las redes sociales son los mayores canales, porque a la vez es como... es un arma de doble filo también, porque no llegás de la misma forma a la gente por una pantalla, sea el celular o una computadora o la televisión, que hablando personalmente. Pero hoy en día la gente tampoco tiene tiempo de ir, o se toma el tiempo de ir a una infocharla, o de estar físicamente en un espacio, porque a veces están ahí y están con el celular. Entonces es todo un tema... (Amelia)

Desde Techo reconocían que “Internet es más que nada la previa y el post, después es todo real” (Federico). En esta misma línea, Cristian comentaba cómo en la organización se esfuerzan en apostar a los encuentros cara-a-cara para mitigar los efectos no deseados de las redes digitales, entre los que nombra como principal problema al desinterés y a prácticas de ignorar los contenidos que se publican, lo que se conoce como “clavar el visto”.

Me puedes ver dentro de dos días y decirme “¡Ay, perdón! Me he quedado dormido dos días”, pero cara a cara no lo harías y allí yo te puedo sugerir y en esa conversación tratar de convencerte de algo. Estamos apostándole a retomar el contacto persona a persona para tener otro impacto (Cristian).

Las actividades que llevan a cabo en distintos espacios de la ciudad (plazas, escuelas, legislatura, barrios) no tienen correlatos directos ni lineales con el uso de redes sociales, ni con los registros que los y las voluntarias puedan hacer de esas instancias. Al respecto

Rodrigo mencionaba que él registra con su celular escasas fotografías o filmaciones, pero que no lo hace pensando en la masividad o en ponerlas a circular en redes digitales, a lo que denomina como “campaña de visualización”, sino como un registro personal y privado.

no soy de publicarlo mucho, pero... por ahí mi campaña de visualización va más hablando con las personas y no tanto en las redes. Hice sí algunas publicaciones de situaciones muy particulares, de algunas vivencias especiales, como la apertura del primer barrio, que fue como algo novedoso en lo personal... un desafío nuevo y a la vez la participación que hubo de vecinos fue muy grande. Realmente me sorprendió y en cierto modo me conmovió. No sé. Eran como setenta y cinco (75) vecinos, que para nosotros que no estamos acostumbrados era mucho. Esos momentos por ahí, sí trato de visualizar... que muchas veces estamos acostumbrados a que son personas (se refiere a los vecinos que habitan en asentamientos informales) que están cómodas esperando que les solucionen la vida, cuando en realidad, cuando se le presenta o se les trata de dar alguna oportunidad de poder trabajar están ahí, tratan de aprovechar las situaciones que son pocas, pero siempre está como esa intención. Y después compartí alguna situación de construcciones, del trabajo en el barrio (Rodrigo).

En un trabajo anterior (Pannunzio, 2019) al enfocarnos en los posicionamientos políticos en redes sociales de estas/os jóvenes, nos propusimos matizar la idea de que la participación juvenil se da necesariamente en las redes. Allí registrábamos cómo muchas de las expresiones de participación de las organizaciones analizadas quedan ancladas en la calle, en los barrios y escuelas que recorren semanalmente a través de sus actividades, y no tiene necesariamente un correlato constante con los múltiples espacios digitales con los que cuentan. A partir de este capítulo logramos enfatizar aquel análisis, dando cuenta cómo las redes sociales en muchos casos permanecen en un segundo lugar en lo que refiere a las prácticas en estas organizaciones juveniles, en las cuales dan prioridad a los encuentros cara-a-cara.

Los aprendizajes de lo político que estos jóvenes identifican en relación a su paso por las organizaciones se dan especialmente en la calle. Vale aclarar que decimos la calle

porque aún tenemos cierto pudor de nombrar como presencial o territorial a aquello que únicamente se da cara a cara, ya que existen sobrados estudios y literatura específica sobre formas de presencialidad y territorialidad en entornos digitales, así como no tiene ningún sentido teórico o práctico hablar en términos de off line/on line por la complementariedad constante de ambos territorios (Reguillo, 2017; Saintout, 2011, Wincour, 2006, 2009, 2018).

“la intensa experiencia de socialización digital no sustituye al mundo “palpable” sino que cabalga sobre el mismo. No dejan de estar conectados a la red, aunque hayan interrumpido la conexión física, y no dejan de estar conectados con el mundo real, aunque estén físicamente conectados a la red. Tal vez porque la experiencia de los intercambios virtuales no fue algo que se inauguró con Internet. El teléfono, la televisión, el cine, los videojuegos, naturalizaron en la vida cotidiana la experiencia de estar aquí y allá al mismo tiempo, de participar de otros mundos, de otros tiempos, de otras realidades, sin moverse del sillón de la sala de estar...” (Wincour, 2009, p. 63-64)

Conclusiones preliminares

A lo largo de estas páginas nos propusimos presentar una tipología de aprendizajes de lo político que los usos y apropiaciones de Tics habilitan a jóvenes miembros de organizaciones sociales.

Partimos de compartir aquellos análisis que indagan las potencialidades y/o limitaciones de usos de TICs para los procesos de socialización digital y de socialización política. Los mismos nos permiten evidenciar modos muy distintos de usos y apropiaciones, en algunos casos promoviendo prácticas sociales positivas y en otros casos haciendo usos que se tornan perjudiciales a nivel personal y social.

Pudimos registrar cómo el uso de las redes digitales en el marco de las organizaciones sociales convoca a lxs jóvenes a pensar en término de sus públicos específicos y lxs obliga a llegar a acuerdos entre voluntarixs sobre cómo se muestra a la organización y cuáles son sus banderas. En ellas se dan distintos aprendizajes: algunos vinculados a cuestiones más instrumentales, como manejo de ciertas herramientas y tecnologías y otros aprendizajes de lo político vinculados con el saber/poder decir, con el uso y el valor de la

propia palabra, logrando colocar o dar a conocer en redes sociales digitales problemáticas y situaciones que por su experiencia en el voluntariado conocen de primera mano.

Tal como mencionamos, consideramos que estas tipologías nos permiten pensar en aprendizajes de lo político en el marco de las organizaciones, en el sentido que los/las interpelan a participar de un espacio público-político donde pueden tener voz propia, enfatizando sus posicionamientos. Sobre esto nos detendremos en el próximo capítulo.

CAPÍTULO 7 - Espacios digitales como espacio público

Desde el inicio del trabajo enfatizamos que una dimensión que se abre con el uso de redes sociales digitales en los procesos de socialización política refiere a la noción de espacio público ampliado. Aquel lugar donde lo público se hace presente en estados, conversaciones, memes, imágenes, videos... En este capítulo nos centraremos en los posicionamientos políticos que los y las jóvenes realizaron desde las cuentas de las organizaciones y en los imaginarios que construyen sobre las redes sociodigitales como espacios públicos.

Para ello tomaremos como insumos principales lo que durante la categorización de datos indicamos bajo tres rótulos: “Posicionamientos/Visiones” (P/V), que para nosotros refiere a los posicionamientos explícitos asumidos ante acontecimientos externos, que afectaron o interpelaron a la organización y a las visiones que a veces se presentaron como objetivos utópicos pero que actuaron como un norte en sus actividades; “La política/ lo político” (Pol) donde incluimos aquellas publicaciones en redes digitales que refirieron a vínculos explícitos con la política y a conflictos por los que luchan, y “Lo público” donde hacían mención a lo abierto, lo común y lo visible. Es decir, enfocaremos en relatos y publicaciones vinculadas a ámbitos de discusión en el espacio público ampliado.

El capítulo inicia con un apartado teórico para aproximarnos a la noción de espacio público ampliado y luego se organiza en tres ejes: 1) Las campañas y modos de concientización que ambas organizaciones promovieron durante 2016-2017; 2) Las redes tejidas en la configuración de lo público, indagando en los vínculos con otras organizaciones, con áreas gubernamentales, con empresas y con medios tradicionales; 3) Los imaginarios que en la práctica construyen sobre redes sociales digitales e internet como parte del espacio público.

El espacio de lo público estuvo siempre, desde los arranques de la modernidad, tecnológicamente atravesado. Las formas y modalidades sucesivas de constitución y operación de y en el espacio de lo público sólo se entienden en su relación con los recursos técnicos socialmente disponibles para hacer visible el tratamiento de los problemas comunes. (Caletti, 2007:228)

En el capítulo teórico-metodológico caracterizábamos al espacio público ampliado a partir del análisis de Rossana Reguillo (2017), quien propone indagar en la “producción de presencia” como un conjunto de procesos, dispositivos y estrategias simbólicas que los movimientos en red¹⁰⁴ despliegan en los espacios digitales, generando contenidos, discusión y visibilidad. Esos procesos obligan a los medios tradicionales a retomarlos, modificando su agenda pública y entran en juego lo que sucede en la red, lo que sucede en las calles y cómo los medios tradicionales los asumen. La investigadora y activista mexicana sugiere pensar al espacio-red como un proceso de *polinización*, donde vectores humanos o tecnológicos transportan una cosa (refiriéndose a palabras, ideas, imágenes, etcétera) de un lugar a otro, donde esta cosa dará lugar a otras cosas.

Decíamos también que hay distintos “nodos” (o posiciones sociales) que entran en juego y conexión en las superficies de inscripción digital. Cada nodo *“constituye la expresión densa, histórica y política de una forma de entender y estar en el mundo (...) representa un punto de vista, una expresión, una voluntad de articularse a otros nodos y construir una voz colectiva”* (Reguillo, 2017:77). En este sentido, nos sirve pensar que ambas organizaciones son “nodos” que a través de sus apropiaciones van siendo parte de los procesos de polinización, pudiendo canalizar a través de imágenes, flyers, videos, posts de textos sus puntos de vista y sentar posición.

A partir de estas ideas, en este capítulo retomamos una de nuestras preguntas iniciales: ¿Cuáles son los imaginarios sobre el espacio público que los y las jóvenes construyen en su apropiación de los espacios digitales, a partir de sus discursos sobre lo político, la política, lo público, la democracia y la ciudadanía? Mediante este análisis se intenta

¹⁰⁴ Hacemos la salvedad que aquí abordamos organizaciones juveniles que se sostienen en el tiempo, y no poseen el carácter “espontáneo” de los movimientos en red que Reguillo (2017) analiza. Sin embargo, nos parecieron acotaciones fructíferas por su potencial analítico.

contribuir al conocimiento de las maneras en que las redes sociodigitales participan en la configuración de la esfera pública contemporánea.

Espacio público ampliado: Lo público en entornos digitales

Una de las referentes latinoamericanas sobre la problemática de “*lo público*” es Nora Rabotnikof (1993). Esta argentina radicada en México plantea que el par público-privado, como categorías políticas y sociológicas mantuvieron a lo largo del tiempo tres sentidos básicos asociados a lo público: lo común, lo visible y lo abierto.

1) lo que es de interés o de utilidad común a todos, que atañe al colectivo, que concierne a la comunidad y por ende la autoridad de allí emanada vs. aquello que se refiere a la utilidad y el interés individual; 2) lo que es visible y se desarrolla a la luz del día, lo manifiesto y ostensible vs. aquello que es secreto, preservado, oculto; y, 3) (que puede resultar una derivación de los dos anteriores) lo que es de uso común, accesible a todos y por lo tanto abierto vs. aquello cerrado, que se sustrae a la disposición de los otros. (Rabotnikof, 1993: 76)

Para este nudo problemático nos basamos en una noción de espacio público como un espacio que no sólo posibilita la “aparición” (como planteaba Hannah Arendt, 1997) de mujeres y hombres ante otros, sino también donde adquiere carácter “lo político”. Siguiendo a Sergio Caletti (2007: 202) desde el punto de vista analítico es posible distinguir una doble constitución de lo público a partir de la irrupción de la modernidad:

- Lo público (I) como lo que desde la teoría política vertebró las relaciones entre Estado y Derecho, y por lo tanto como referencia a un ordenamiento estatal de la vida civil, sus instituciones y dispositivos. Por ejemplo, las cuentas públicas, las cargas públicas, el orden público.

- Lo público (II) como lo que la propia sociedad civil construye, expresa y hace visible de sí frente a las instituciones del poder político. Como ejemplo, de manera emblemática “la opinión pública”.

Vale aclarar que siguiendo a diversos autores/as (Caletti, 2007; Reguillo, 2017; Fernández y López, 2013; Rabotnikof, 1993) nos posicionamos atendiendo a la segunda acepción. Sergio Caletti (2007) refiere a lo público *“no como un canon de sociabilidad o de debate político, sino como una instancia constitutiva de las sociedades urbanas”* (p. 217) y si bien su análisis llega hasta las sociedades de masas quedando por fuera los desarrollos vinculados a la convergencia digital y los modos de aparición en dicho ecosistema mediático, nos parecía importante recuperar lo que él identifica como cinco características nodales en la noción de “lo público” (Caletti, 2007: 215):

1. La condición de visibilidad;
2. La condición de autorrepresentación de lo social (ligadas ambas a regímenes de visibilidad).
3. Su tecnologicidad ¹⁰⁵;
4. Su politicidad (que no es lo mismo que su inclusión en el campo de lo político)
5. Y su condición heterogénea, polimorfa, fruto de la combinación de formas superpuestas de la socialidad. (en este sentido, el autor no “apuesta” a ninguna metáfora para describir este espacio público)

Esta discusión no puede quedar ausente en nuestra problemática, ya que el carácter de “espacio público” ofrece herramientas para aprehender lo que ocurre en los entornos digitales: visibilidades, representaciones de sí, modos de construir presencia, discursos sociales que circulan desde voces “periféricas”, regímenes de visibilidad, gramáticas de socialidad, entre otros temas que condicionan los procesos de socialización política en/con entornos digitales.

“Es desde las nuevas maneras de juntarse y excluirse, de desconocer y reconocerse, que adquiere espesor social y relevancia cognitiva lo que pasa en y por los medios y las nuevas tecnologías de la comunicación. Pues es desde ahí que los medios han entrado a

¹⁰⁵ Dice Sergio Caletti (2007): *“...es posible decir que la tecnologicidad del espacio público le transfiere a éste una cierta codicidad para el desenvolvimiento de las prácticas sociales que lo caracterizan y que tenderá a volverlas “naturales”, previsibles. Entendemos que esta codicidad opera precisamente cristalizando, con y por la tecnología disponible, las formas públicas del quehacer social. Es por ello que, a nuestro ver, el eje de las tecnologías de comunicación aparecen como responsables de la arquitectura de lo público y permiten una cierta periodización en sus modalizaciones históricas.”* (p. 232-233)

constituir lo público, a mediar en la producción de imaginarios que en algún modo integran la desgarrada experiencia urbana de los ciudadanos” (Martín-Barbero, 2002: 217)

“Si la mediatización le ha hurtado al concepto de “espacio” público un referente preciso, también ha colaborado con la anulación de los límites (físicos, normativos, deseables, implícitos) de lo que puede ingresar a lo público, producirse en él; o de cualquiera de las condiciones que adquieren las propiedades que, según Rabotnikof, pueden sintetizar la semántica de lo público desde sus orígenes: lo visible, lo abierto y lo común” (Fernández y López; 2013:7)

“... el espacio público, como imaginario, está genéticamente ligado a la organización política de la comunidad, y quizás, por eso, se nos impone con la potencia de una tradición de pensamiento que le ha dado densidad normativa: lo público es un gran depósito de ideales y expectativas.” (Fernández y López, 2013:7)

“Lejos de cualquier alusión empírica, el espacio público se configura y se despliega en las variadas mallas que los agentes sociales resultan capaces de construir entre sí, y ante sus propios ojos.” (Caletti, 2007: 235)

Reguillo (2017), siguiendo a Ranciere (1996) analiza cómo la producción de presencia en entornos digitales se da en el marco de litigios por la palabra en clave de desacuerdo. Una perspectiva similar asume Mariano Vázquez (2018) al momento de construir un modelo de abordaje de la Esfera Pública Virtual (EPV), valiéndose de la definición de “esfera pública” de Keane (1997) y articulándola con la noción de aparición (Arendt, 2008) y de desacuerdo (Ranciere, 1996). A partir de este entramado plantea que

“Una primera aproximación a la EPV resultante de la articulación de estos conceptos permite pensarla como un espacio social mediatizado, abierto –en este caso, a los usuarios de redes

sociales y lectores de periódicos digitales- y tensionado por el interés común. En este marco, la comunicación –en clave de desacuerdo- se erige como posibilidad de una política que habilita el conflicto sobre lo público y que puede convertirse en un conjunto de aspiraciones de la sociedad civil. (Vázquez, 2018:53)

Por su parte, Luciano Galup (2019) se centra en los cambios que la existencia de las redes sociales digitales implica para la comunicación política como parte del nuevo vínculo entre funcionarios/as y ciudadanía. Allí focaliza en la práctica cotidiana de ciudadanos que se conectan cada vez más con lo político desde interfaces digitales. Presenta a los entornos digitales como “un nuevo ambiente humano”¹⁰⁶ y trabaja sobre la noción de esfera pública a través de distintas figuras (territorio digital, búnker digital, ampliación de la esfera pública, ecosistema comunicacional). Galup plantea que el gran desafío que presentan las redes sociodigitales se vinculan con la reconfiguración del modelo hegemónico de la mediación entre la política y la sociedad, que desde la década de 1980 y durante casi 30 años tuvo como protagonista a los medios de comunicación tradicionales en general (radio, prensa gráfica) y a la televisión en particular.

“Esas eran las ventanas de acceso de los factores y los actores políticos no solo a cada uno de los hogares, sino a cada uno de los ciudadanos. Los medios sociales surgieron para redefinir esa hegemonía. Ese privilegio, ese poder, hoy está desconfigurado” (Galup, 2019: 64)

“Es en este universo digital donde los jóvenes construyen identidades y crean pertenencias. Es allí donde, ahora, los jóvenes interactúan como ciudadanos.” (Galup, 2019:66)

El trabajo de Luciano Galup nos ayuda a describir el ecosistema comunicacional en entornos digitales como una esfera pública ampliada, tomando una posición cauta, ni apocalíptica ni integrada.

¹⁰⁶ El capítulo 3 de su libro se titula “Un nuevo ambiente humano”, (Galup, 2019, pps. 61-98).

“La versión heredada de Jürgen Habermas idealiza una esfera pública liberal (...) Sin dudas las redes sociales brindan espacios más abiertos, participativos y plurales. Sin embargo, afirmar no implica que se pueda sostener que horizontalizan la política, profundicen la experiencia democrática de la ciudadanía. Lo que sí podemos verificar con mayor certeza es que las redes sociales llegaron para ampliar la esfera pública, que no es transparente, democrática, ni genera oportunidades igualitarias de acceso (...) En todo caso, lo que generaron las redes sociales son nuevos mecanismos para definir qué voces son autorizadas y cuáles tienen como destino la intrascendencia. Nuevas formas de vincular solidaridades que hasta hace mucho no tenían forma de generar lazos entre sí.” (Galup, 2019:78-79)

En esta misma línea, Rosalía Wincour (2018) afirma que hay una presencia constante de los sujetos en las redes sociodigitales aunque

“la esfera de lo público en las nuevas condiciones de convergencia mediática, no define un espacio intrínsecamente democrático, plural y participativo, sino un lugar ambiguo, contingente y paradójico de intercambio de experiencias de variada índole, significativas en términos de la comunicación y socialización de los asuntos que competen a cada individuo o grupo, que eventualmente pueden adquirir el estatus de interés general” (p. 46).

Estas definiciones nos invitan a dar cuerpo a los intercambios que tenemos en redes sociodigitales. Dijimos varias veces a lo largo del trabajo que consideramos que estos espacios tienen de manera marcada una doble cualidad: desde una concepción instrumentalista son herramientas de comunicación y desde abordajes socio-antropológicos son a la vez espacios sociales en sí mismos.

Campañas y modos de concientización.

Partiendo de las nociones recién revisadas, nos interesa registrar y analizar lo que a lo largo de los dos años de nuestro relevamiento aparecieron como “momentos” en que las sedes correntinas de Techo y Oajnu fueron tomando posición en la esfera digital, generando contenidos, discusión y visibilidad (Reguillo, 2017).

Hablamos de “campañas” y “modos de concientización” porque en la mayoría de los casos fue el modo, la forma, que adoptaron en algunas publicaciones. Esto se dio principalmente en Techo donde a juzgar por los títulos de las campañas se colocaba a la acción individual como “motor de cambios” de la realidad social en relación al hábitat en asentamientos y como un modo de interpelación para generar conciencia en la sociedad: “Que tu acción sea el cambio” (2017); “Hisopo. Un lenguaje para los que no quieren escuchar”; “Invisibles. Hay una realidad que no estás viendo”; “La oportunidad de cambiar la realidad es hoy”; “Tus acciones no son invisibles. Construí la realidad que querés ver”; “Que la emergencia no nos tome por sorpresa” (marzo 2016); “Ciudades integradas” (Mayo 2016); “Lluvia es emergencia y el barro es indiferencia” (Junio 2016).

Cabe remarcar que a los fines de este capítulo se seleccionaron tres de las campañas o momentos más significativos por cada organización para poder describir a cada una atendiendo a temáticas con las que se vinculan y proyectos propios que articulan. De este modo abordaremos en Techo: el Día mundial del hábitat, Asentamientos en Agenda y el evento “Vamos a Zoomar”; y en Oajnu: sus participaciones en las movilizaciones por Santiago Maldonado¹⁰⁷ y por #NiUnaMenos¹⁰⁸ y su proyecto para llevar a cabo un #DebatePolítico.

Día Mundial del Hábitat (Techo)

La ONU estableció en 1985 que el primer lunes de octubre de cada año se conmemore el Día Mundial del Hábitat. En este contexto y bajo el reclamo de una #NuevaAgendaUrbana una de las iniciativas a nivel latinoamericano por parte de Techo

¹⁰⁷ Santiago Andrés Maldonado, un joven de 28 años, desapareció el 1° de agosto de 2017 en el marco de la represión llevada a cabo por Gendarmería Nacional durante una protesta en reclamo de tierras de la comunidad mapuche Pu Lof en Resistencia de Cushamen, provincia de Chubut, Argentina. Un mes y medio después, el 17 de octubre, se encontró el cuerpo de Maldonado cerca del punto en el que precisamente se había denunciado su desaparición y en una zona en la cual ya se habían realizado rastrillajes.

¹⁰⁸ “Ni una menos” fue la consigna para una movilización llevada a cabo el 3 de junio de 2015 en más de 80 ciudades de Argentina, que dio nombre al movimiento feminista que se opone a la violencia contra la mujer y su consecuencia más grave y visible, el femicidio. Desde ese año cada 3 de junio se ratifica en Argentina. El movimiento rápidamente se extendió a otros países de América Latina, Europa y Asia.

durante 2016 consistió en promover la recolección de firmas por medio de la plataforma Change.org¹⁰⁹, con una nota dirigida a Presidentes y Representantes de América Latina en consonancia con la Cumbre Hábitat III, que se desarrolla cada 20 años y ese año tuvo lugar en Quito, Ecuador, del 17 al 20 de Octubre.

En la práctica, desde la sede correntina-chaqueña de Techo fueron utilizando la fecha de conmemoración abarcando día, semanas y mes de octubre, con actividades de difusión y concientización sobre las situaciones vinculadas al hábitat en la región. La estrategia consistió en desplegar datos e imágenes sobre los asentamientos informales, contrastando con derechos y servicios básicos que no están presentes y a la vez dando cuenta de la cantidad de personas que hoy viven allí, cuyas voces merecen ser escuchadas. Una de las campañas consistió en la creación de un álbum de fotos titulado “¿Qué es el hábitat?” (Ver Figura N°4), conteniendo nueve flyers con ítems a considerar. Entre esos puntos destacaban que el hábitat adecuado incluye:

- Seguridad en la tenencia. Garantizando protección legal contra amenazas.
- Disponibilidad de servicios e infraestructura. Agua, luz, cloacas, alumbrado, drenaje, recolección de basura, servicios de emergencia.
- Gastos soportables. Que no impida el logro y satisfacción de otras necesidades básicas como alimentación, educación, recreación.
- Habitable. Espacio adecuado y protección contra el clima.
- Asequible para todos los grupos familiares
- Localización cercana al trabajo, centros de salud, escuelas, servicios sociales. No debe construirse en lugares contaminados ni en la proximidad inmediata que amenace la salud de los habitantes.
- Adecuación cultural.

¹⁰⁹ Puede verse la petición, que consiguió un total de 51,067 firmas, en <http://chng.it/T2npQCMpPY>



Figura 4. ¿Qué es el hábitat adecuado? Collage de algunos flyers publicados en el grupo de Techo. Elaboración propia.

Estos puntos formaron parte del programa sobre el cual discutieron a lo largo de varios meses para lograr leyes y decretos que contemplen la situación de vivienda existente en barrios periféricos. En Mayo de 2017 lograron que el presidente Mauricio Macri decrete el Certificado de Vivienda Familiar¹¹⁰ (Decreto N° 358/17). Siendo una de las principales problemáticas que trabajan, sorprendió que al momento de compartir en Facebook el enlace al comunicado publicado en la página web oficial de Techo Argentina sobre el

¹¹⁰ El Decreto N° 358/2017 está disponible en https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/decreto_358_2017.pdf

decreto¹¹¹, lo hicieron sin ningún tipo de mención explícita o “bajada” en un texto, que permita dimensionar el logro sobre el cual se movilizaban cada semana hacia los barrios (Ver captura de imagen N° 12). A modo de extracto, allí se expresaba

Hoy, 23 de mayo de 2017, se firmó un decreto (358/2017) que reconoce la existencia de los barrios y crea el Certificado de Vivienda Familiar. Se trata de un documento que legaliza nuestro domicilio y reconoce nuestro derecho a la ciudad. A acceder de forma igualitaria a la red pública de agua, electricidad y cloacas. Además, nos permite exigir transporte, alumbrado público, escuelas, hospitales, recolección de residuos, centros artísticos y deportivos; todos los servicios necesarios para un buen vivir.



Captura de Imagen N° 12: Certificado de Vivienda Familiar. 23 de mayo 2017

“la noción de politicidad habilita a concebir el modo en que el espacio de lo público será surcado por las tensiones políticas, el modo en el que las absorberá y elaborará, el modo en el que se verá

¹¹¹ La publicación estaba en un enlace que ya no está disponible (<http://www.techo.org/paises/argentina/informate/organizaciones-sociales-sobre-el-certificado-de-vivienda-familiar/>)

transformado por ellas, aun cuando los actores de la escena pública representen el drama social en torno a vectores aparentemente ajenos a las disputas que se libran en relación con las instituciones propiamente políticas de la sociedad. La cuestión radica en el tipo de relación que se suponga entre la esfera de lo político y “lo nuevo social”. (Caletti, 2007: 233)

Asentamientos en Agenda (Techo)

Otra temática que los acompañó a lo largo de varios meses fue la de Asentamientos en Agenda. La movida había iniciado en 2015 durante la campaña presidencial en Argentina, como un reclamo a los/as candidatos/as para que coloquen en sus agendas la situación de vivienda en barrios periféricos, así como las grandes desigualdades en el acceso al hábitat a lo largo del país.

#AsentamientosEnAgenda Queridos Voluntarios: A partir del recambio de autoridades en los Ministerios (Ministerio del Interior; Transporte; Desarrollo Social; Secretaría de Vivienda y Hábitat, entre otros) con quienes veníamos articulando, durante el mes de enero el equipo de Incidencia de TECHO estuvo enviando cartas a los ministros y secretarios en ocasión de las nuevas asunciones. A raíz de estas gestiones, en el día de hoy fuimos convocados por la Jefatura de Gabinete de Ministros de la Nación por lo cual a las 16 horas nos recibirá Marcos Peña junto a Domingo Amaya, Secretario de Vivienda y Hábitat en la Casa Rosada. Esta reunión forma parte de lo que nos propusimos como objetivo desde el lanzamiento de la campaña #AsentamientosEnAgenda: acercar a los gobiernos nuestras propuestas de trabajo para el acceso al hábitat adecuado. Desde TECHO aprovechamos esta invitación para identificar posibilidades de articulación y exigir soluciones de fondo para la problemática. (Publicación en grupo de Techo, 3 de febrero 2016)

El texto compartido recibió 41 “me gusta” y un comentario celebrando el logro. Tal como mencionamos en el capítulo anterior y como puede verse en este ejemplo, no se lograba un ámbito de discusión en los intercambios generados a partir de los comentarios de miembros del grupo. Este tipo de publicaciones con enunciados declarativos más bien servían para sentar posición, en tanto nodos (Reguillo, 2017), antes que suscitar debates.

Esta movida se articuló con el trabajo que Techo realizaba mediante el Relevamiento de Asentamientos Informales (RAI), lo que ofició como el principal recurso que la organización proveyó para la construcción de políticas públicas. En 2016, luego de la presentación formal ante representantes gubernamentales, publicaron un álbum conteniendo 22 flyers titulado “Relevamiento de Asentamientos Informales-Datos de Corrientes”¹¹², donde dejaron asentados los principales resultados del Gran Corrientes (que incluye las localidades de Corrientes Capital, Riachuelo, Santa Ana de los Guácaras), área donde habita más del 36% de la población de toda la Provincia.

Allí registraron 61 asentamientos informales donde viven 10.333 familias. Según pudieron relevar, la conformación de estos asentamientos se dio en un 71,7% a partir de una toma de tierras de forma espontánea, seguido por toma de tierras de manera colectiva (23,3%), y en menor medida por un loteo social (3,3%) y por otros (1,7%). En más del 80% de los casos los vecinxs se organizaron por sus propios medios para mejorar las condiciones de hábitat. Los datos sobre acceso a servicios y vivienda son alarmantes y dan cuenta de la situación de vulnerabilidad social de gran parte de la población: La totalidad (100%) posee conexiones informales de acceso a la red pública de energía eléctrica; Casi la totalidad de los hogares (95,1%) no cuenta con conexión formal a la red pública de agua corriente; Casi la totalidad (95, 1) no cuenta con conexión formal a la red cloacal pública; casi 8 de cada 10 hogares está en terrenos inundables; más del 60% posee factores de riesgo cercanos (arroyos, ríos, basurales). Igual de alarmante resulta el escaso “interés” en término de intercambios que este tipo de información publicada recibió: sin comentarios, 5 veces “compartido” y 6 “me gusta”, que en su totalidad provinieron de los propios voluntarios a cargo de áreas específicas dentro de Techo. En definitiva, esta campaña puede identificarse bajo la característica de visibilidad en el espacio público al que refiere Sergio Caletti (2007):

¹¹² Puede verse en el siguiente enlace

<https://www.facebook.com/media/set/?set=oa.1030710087038668&type=3>

“Lo que hace posible concebir al otro como interlocutor (Valga: la autoridad política), requiere –previa o simultáneamente– concebirme a mí como término de la interlocución; la sociedad que reclama la visibilidad de los actos de gobierno se ha hecho visible a sí misma en tanto que tal.” (p. 218)

Con la asunción de Mauricio Macri (10 de diciembre 2015) las organizaciones de la sociedad civil junto a la CTEP fueron articulando con la Jefatura de Gabinete de Ministros de la Nación en la Unidad Ejecutora de Proyectos Sociocomunitarios. Desde allí se propusieron implementar el Relevamiento Nacional de Barrios Populares (ReNaBaP) y el Relevamiento Nacional de Viviendas de Barrios Populares (ReNaViP), lo que en Techo ya venían haciendo con el RAI. Hacia Agosto 2016 anunciaban que

En el marco de la Planificación a 2019 de TECHO Argentina tenemos una gran noticia para compartirles. Durante el presente mes de agosto se dará inicio al proceso de llevar a cabo un Relevamiento de Barrios Populares gestionado por el Gobierno Nacional, donde TECHO participará aportando la metodología y auditoría. Dicho Relevamiento se extenderá a todas las ciudades del país que cuenten con más de 10 mil habitantes, abarcando aproximadamente el 95% del país, y se estima que se finalice para fin de año. A su vez, del proyecto también estará participando la CTEP (Confederación de Trabajadores de la Economía Popular), quienes llevarán a cabo un censo hogar por hogar de todos los barrios relevados. (24 de agosto 2016)

Esta base y experiencia previa acumulada le permitió a la organización posicionarse desde un lugar de generador de conocimiento válido para la confección de políticas públicas, que puedan estar basadas en datos de calidad y no en estimaciones. Desde allí se propusieron convocar a más voluntarios/as para sumarse a los relevamientos de asentamientos, que consistirían en la delimitación perimetral, la georreferenciación de cada lugar y una caracterización general de los mismos. En el grupo de Facebook celebraban diciendo *“esto es un hito para nosotros”* (11 de octubre 2016).

(...) El rol principal de Techo es poner a disposición la base de datos del Relevamiento de Asentamientos Informales 2015-16 y co-ejecutar el Relevamiento de Asentamientos Informales (ReNaBaP como nombre formal para el Estado) desde el territorio no relevado aún. Además, aportar la experiencia acumulada de estos años realizando el mismo que permita asegurar la calidad de la información que será levantada en todo el territorio nacional. ¡Todavía quedan muchas localidades por visitar! Sólo tenés que anotarte en el siguiente link <https://goo.gl/MOIRnT> (Extracto de publicación, 11 de Octubre 2016)

Esta publicación sólo obtuvo 11 “me gusta” y dos comentarios, uno etiquetando a un posible interesado, y otro de una persona que se ponía a disposición para facilitarles el trabajo, alegando tener conocimientos en la temática.

La temática de #AsentamientosEnAgenda se mantuvo varios años y durante la campaña por las Elecciones Legislativas de 2017, desde Techo Argentina compartieron un video¹¹³ con un compilado armando la frase "1 de cada 10 personas viven en asentamientos" con las voces e imágenes de Cristina Fernández de Kirchner, Lilita Carrió, Margarita Stolbitzer y Nicolás Del Caño. Este video iba acompañado de un texto que remarcaba

"En los últimos 4 años, las leyes impulsadas por el sector social vinculadas a mejorar el acceso al hábitat y la vivienda de los sectores populares no formaron parte del debate legislativo (...) Entrá a techo.org/argentina/elecciones y preguntale a tus candidatos/as, cuáles son las propuestas concretas para mejorar la situación de todos ellos en los asentamientos." (16 de octubre 2017) (3mg, 2 veces compartido)

En nuestro trabajo de campo identificamos que para contar y mostrar su trabajo en los asentamientos a nivel local en algunos casos utilizaban el recurso de subir videos. A modo

¹¹³ El video está disponible en <https://www.facebook.com/TECHOArgentina/videos/10155104921471295/>

de ejemplo puede mencionarse un video sin título¹¹⁴ de dos minutos publicado en Agosto 2017, donde invitaban a “conocer más sobre la organización” mediante un compilado de fotografías con la canción “mensajes del agua” de Macaco sonando de fondo (**Ver captura N° 13**). En dicho video, mediante zócalos sintetizaban las tareas que desde Octubre 2015 llevaban a cabo con la Mesa de Trabajo del Barrio La Tosquera y los logros obtenidos a partir de ella: limpieza de terrenos, tratativas con la DPEC para el alumbrado público, la selección de nombres para las calles del barrio instalando carteles de señalización, la conformación de una comisión vecinal, la proyección de una plaza en el barrio, la instalación de un centro comunitario al que contribuyeron mediante ventas de comidas. Cabe destacar que todas estas actividades no aparecían con frecuencia en sus redes sociodigitales, sin embargo, eran temas de discusión cada sábado en sus encuentros presenciales.



Captura de imagen N° 13. Video con logros de la mesa de trabajo

Los usos de redes sociodigitales como un ámbito para intentar generar discusión nos llevaron a preguntarnos quiénes tienen voz y cómo la utilizan en las redes. Es significativo

¹¹⁴ Puede verse el video en <https://www.facebook.com/groups/voluntarios.corrienteschaco/permalink/1271033856339622/>

notar el poder de coerción que tienen las organizaciones por sobre los voluntarios, incluso en el uso de sus cuentas personales, especialmente en aquellos jóvenes que detentan roles jerárquicos. Así por ejemplo Carlos mencionaba que sus redes están al servicio de difundir sobre problemáticas de hábitat y que en roles como el de él (director de la sede Cocha), le indican desde Techo cómo debe utilizarlas:

“No puedo compartir temas partidistas, cosas polémicas; no me puedo pelear con nadie; no puedo putear a un diputado... conmigo pesa más porque cuando Carlos Pérez dice algo no es Carlos Pérez diciéndolo, es Techo diciéndolo. ¿Me explico? entonces, imagínate, si puede pesar con un voluntario en su grupo, yo que tengo una visibilidad mucho mayor, definitivamente pesa... entonces están esas prescripciones explícitas sobre la mesa, para que no haya confusiones.” (Carlos)

Vamos a Zoomar Corrientes (Techo)

Una de las principales campañas de concientización por parte de la organización en la ciudad de Corrientes, fueron los eventos “Vamos a Zoomar”, llevados a cabo en conjunto con la firma Familia Bercomat y el apoyo de las Naciones Unidas Argentina, utilizando como escenario el Teatro Vera. Se presentaba como una propuesta integral que buscaba generar impacto positivo en la comunidad:

(...) Es una jornada de aprendizaje e inspiración. Es un evento de alto impacto. Una capacitación diferente, que difunde miradas que construyen en diversas áreas y disciplinas (innovación, solidaridad, emprendedurismo, ciencia, tecnología, arte, cultura, educación)
(Extracto de publicación, 14 de octubre 2016)

Este texto con el que difunden el evento de Vamos a Zoomar es el mismo que usan al año siguiente, en Junio 2017. Inicialmente se llevaban a cabo reuniones organizativas en la oficina de Techo, con la presencia del gerente regional de la firma, Federico Lawler, donde clarificaban la actividad y a la vez buscaban “zoomar” voluntarios.

En este evento -imitando el formato de las Charlas TEDx¹¹⁵-, doce oradores/as realizan un monólogo entre 15 y 20 minutos, comentando actividades o situaciones de vida que lograron superar, o mediante las cuales realizaron aportes a su comunidad. Al finalizar, las charlas eran subidas al canal de Youtube de “Vamos a Zoomar”. En el grupo de Facebook se presentaba a cada orador mediante un flyer y una breve descripción de su trayectoria. El evento se proponía trasladar al escenario del principal teatro de la provincia de Corrientes las historias de vida de distintas personas, desde investigadores en biología genética hasta vecinos/as de los asentamientos. Con este propósito, una de las oradoras fue Elsa, vecina y referente del barrio La Tosquera desde su conformación, quien trabaja como empleada doméstica y forma parte desde los inicios de la Mesa de Trabajo mixta entre Techo y vecinos/as del barrio¹¹⁶.

Si bien cuenta un poco sobre su vida personal (vino de Paso de los Libres con 4 de sus hijos para buscar un mejor futuro, pero no tenía trabajo ni donde vivir), aclara que no quiere narrar su historia, sino la de una calle. Por ello cuenta cómo en un proceso participativo entre vecinos del barrio lograron poner nombres a sus calles "porque todos merecemos saber dónde vivimos" y abrieron caminos para que lleguen los servicios básicos de luz agua transporte. Trabajan en el barrio desde hace 20 años y se potenciaron con la llegada de TECHO al barrio, hace 4 años (nota de campo propia, 6 de octubre 2017)

Al profundizar en la visibilidad que adquiere la sociedad civil en la constitución del espacio público, Sergio Caletti (2007) plantea que “*Lo que está socialmente en juego es qué es lo que se concibe como objetos posibles de su delimitación, designación, debate*” (Caletti, 2007:218) y que aquellos temas/problemas que se tornan visible o por los que se reclama visibilidad no “aparecen” con relación a una característica sensorial, sino a partir

¹¹⁵ Las Charlas TEDx o “TED Talks” son mini-congresos cuyo formato es “comprado” a la ONG estadounidense TED (Tecnología, Entretenimiento, Diseño) dedicados a las “ideas dignas de difundir”, y que abarca temas tales como ciencia, artes, diseño, política, educación, cultura, negocios, asuntos globales, tecnología, según se consigna en Wikipedia <https://es.wikipedia.org/wiki/TED>

¹¹⁶ Puede verse la charla completa de Elsa en <https://www.youtube.com/watch?v=TiWphey4SOo&feature=youtu.be>

de un desarrollo específico en la actividad de concebir. A modo de ejemplo, podemos recuperar lo que planteaba Ricardo sobre algunos de los reclamos de Techo:

Que una persona pueda ser reconocida como ocupante de un terreno, de un lugar, que pueda constituirlo como domicilio... muchas veces es difícil conseguir un trabajo por no saber dónde se vive... es una de las acciones más importantes que se están realizando, el de garantizar el reconocimiento de personas en un territorio. Que eso también le permita acceder a servicios. Con la municipalidad se está trabajando también lo que es el acceso a servicios, a la organización, a ser parte de un barrio. Que puedan ser parte de la ciudad... porque nos sucede que son barrios que están en el medio de la ciudad a veces, y a la vez todo este proceso de que no pueda integrarse a los servicios, o a los canales de comunicación los excluye y yo creo que siempre se trata de accionar sobre todas las políticas que existen para mejorar ese hábitat. Se participa, se involucra, se busca generar propuestas también... (Ricardo)

En el año 2017 anunciaban que “#VamosAZoomar llega a La Tosquera”. Es decir, trasladaban una versión reducida del evento a los barrios contiguos La Tosquera/Río Paraná, donde la organización llevaba cinco años de trabajo ininterrumpido.

El evento se llevará a cabo el día 11 de Noviembre de 2017 a las 17 horas en la Escuela Primaria N° 375 Santa Catalina de Siena del barrio Río Paraná y contará entre sus oradores a vecinos de las comunidades locales y oradores reconocidos. colocan horarios y puntos de encuentro para "ir juntos desde la sede", y ponen la lista de oradores, entre quienes están dos vecinos del barrio, un contador, un artista callejero y una bióloga especialista en aedes aegypti, el mosquito transmisor de dengue (notas propias, 6 de noviembre 2017)

Mediante este ejemplo puede verse cómo desde Techo se buscaban estrategias llamativas para poner en discusión temáticas de hábitat, habilitando procesos de reflexión sobre el lugar físico en que cada uno/a vive, los derechos a la ciudad y a un hábitat digno. Se lograba generar espacios de intercambios que den voz a los vecinos, amplificando la llegada y a la vez colocándolos en una posición de saber, donde las experiencias y vivencias personales eran (son) importantes a nivel comunitario.

Movilizadxs por Santiago Maldonado (Oajnu)

Una de las fortalezas de Oajnu reside en el trabajo territorial que realiza de manera presencial a través de proyectos socioeducativos situados en el aula (**Capítulo 3**). Allí fomentan debatir y posicionarse ante valores como la democracia, la ciudadanía, la comunidad, siendo actividades que no siempre se publican en sus redes. En este sentido, fue muy significativo poder indagar sobre sus posicionamientos en redes sociodigitales refiriendo a determinadas causas sociales como modos de ir marcando o acompañando la agenda pública, porque justamente nuestro relevamiento (2016-2017) se llevó a cabo en un momento de transición al interior de la organización respecto sus usos sociales de las TIC. En varias entrevistas aparecen referencias a discusiones internas para producir comunicados sobre acontecimientos externos que los involucraba o interpelaba en tanto jóvenes y en tanto ciudadanos/as comprometidos/as. Como remarca Paloma, es necesario como primera medida involucrarse y reflexionar para tomar posición.

Yo creo que no. No ponemos ningún tipo de discusión nunca (en las redes sociodigitales). Que, a veces nos posicionamos. Y nos posicionamos mucho en los colegios, con los chicos, así hablando con ellos. Siempre le damos mucho espacio a ellos para que nos digan qué piensan de la educación y cómo se sienten en la escuela, si sienten que aprenden, si están de acuerdo... pero yo siento que así en las redes no (...) Nosotros tenemos muy presente el debate, porque hablamos con los chicos, con los docentes, con los profes y hay cosas que capaz a vos no te hubieran interesado tanto, pero como estás siempre rodeado te empiezan a interesar porque las empezás a entender y registrás por qué está mal o por qué está bien para vos. Y

ahí puede ser que empezás a publicar más cosas o aprendes a posicionarte un poquito más porque tenés más fundamentos.”
(Paloma)

La desaparición de Santiago Maldonado se había producido a principios de agosto de 2017 en el Pu Lof en Resistencia de Cushamen, situado en la Provincia de Chubut. El cuerpo fue encontrado el 17 de Octubre de 2017. Las movilizaciones ciudadanas en reclamo de justicia no se hicieron esperar y en las redes comenzó a circular el pedido de #JusticiaPorSantiago. Desde la Secretaría de Comunicación de Oajnu se inició una discusión a nivel interno (vía mail) entre los voluntarios de todo el país para lanzar un comunicado. Se debatió si debían hacerlo o no, en qué redes publicar, si publicar en las tres redes a nivel nacional (Facebook, Twitter, Instagram) y qué márgenes de acción tenía cada Representación Permanente (sedes) de hacerlo o no. El lineamiento final a nivel nacional fue que debía publicarse sí o sí en Facebook, siendo replicado por cada sede y que en las otras redes sociales se podía elegir qué hacer. Cuatro días después, el 21 de Octubre 2017, desde Oajnu pusieron en circulación el comunicado donde se posicionaban como una organización promotora de derechos, solidarizándose con la familia de Maldonado, exigiendo respeto, reclamando verdad y justicia y planteando que ven vulnerados muchos derechos por los cuales trabajan como organización. *“Pedimos justicia por Santiago, por los jóvenes, por nosotros”*, finalizaba el comunicado (**Ver captura de imagen N° 14**).

Este hecho significó un quiebre al interior de Oajnu, ya que masivamente una cantidad de voluntarios pidieron su ficha de baja de la organización, planteando que el comunicado no debía hacerse, ya que muchos estaban en contra e igual se publicó.

¡Y muchos se enojaron diciendo que no era democrático! Que hablábamos de democracia pero que no era democrático porque muchos estaban en contra e igual lo publicaron, o hicieron lo que quisieron y se habló de que no se puede consultar a los más de seiscientos voluntarios, sino que hay cosas que se deciden desde el Comité Ejecutivo a nivel nacional, que llegaron ahí no por nada.”
(Milagros)



Captura de Imagen N° 14. Justicia por Santiago. 21 de Octubre 2017

Una de las razones de la publicación, a partir del planteo de un voluntario de Salta, fue que realizar este tipo de posicionamientos ante acontecimientos sociales podía significar un quiebre en el vínculo de la organización con la ciudadanía, porque la única forma de contacto directo era a través de redes sociodigitales. Otra de las preocupaciones se vinculaba con ¿qué pasa si desaparece un voluntario o una voluntaria? Además, el hecho de no haber realizado posicionamientos así antes, no implicaba que no pueda empezar a ser una actividad de la organización.

Era necesario hacerlo porque si nosotros creíamos que éramos actores de la sociedad civil y que trabajábamos en pos de la Democracia, de la igualdad... y que no tenía que ser un Slogan nomas... que teníamos que pronunciarlos. Se habló mucho y se dijo mucho la palabra “tibios”. Que teníamos que dejar de ser tibios y jugárnosla por algo. Ardía el grupo de comunicación... Y mucha gente se va a dar de baja, pero bueno... yo le dije a mi amigo que para mí la gente que se quiere ir, se tiene que ir, porque esa gente no construye para Oajnu, sino que es individualista y Oajnu construye y lo que

*busca justamente es dejar pensando, construir para la democracia,
construir para la ciudadanía (Milagros)*

En este sentido, la desaparición de un joven bajo la responsabilidad del Estado fue un hecho que los interpeló en tanto ciudadanos y promotores de la democracia. En la sede de Corrientes compartieron el comunicado de Oajnu Argentina en todas sus redes, lo que también nos permitió identificar que sus contactos principalmente interactuaban o los veían en Twitter e Instagram, dos redes sociales que en ese entonces empezaban a tener presencia más fuerte en Corrientes. En Facebook tuvieron 9 “me gusta” (mg); en Twitter 30 mg y 27 retuits y en Instagram 120 mg. En ninguna publicación obtuvieron comentarios.

Esta causa social que lxs movilizó nos permitió dar cuenta cómo resolvían los procesos de discusión a nivel interno previo a cualquier publicación, los tiempos que ello demandaba, las articulaciones a nivel nacional e inter-sedes y la multiplicidad de posicionamientos al interior mismo de la organización respecto la coyuntura nacional.

Movilizadxs por Ni una menos (Oajnu)

En diversas de las actividades y capacitaciones de la organización a lo largo del año se hacían presentes temáticas vinculadas a derechos de las mujeres tales como femicidio, aborto, el rol de la mujer en la sociedad actual, igualdad. Dichas temáticas eran abordadas mediante juegos de rol, instancias de reflexión y trabajando sobre lineamientos de políticas públicas y documentos de organismos internacionales (como el área ONU Mujeres). Todas estas capacitaciones tenían como corolario la participación en el Modelo de Naciones Unidas (MNU).

En Corrientes nos ha pasado de todo y más en los inicios (de la organización). Desde que nos echen de un colegio por comunistas, hasta estar en un colegio en que los dos primeros años nos dijeron que no, que no querían participar porque no tenían tiempo, al tercer año nos aceptaron y cuando fuimos el primer día a capacitar nos llamó la rectora y nos dijo “dame la lista de temas” de un modelo de naciones unidas y miró, agarró una lapicera y me tachó dos: “mis

chicos de estos temas no participan”. Que era aborto y creo que ablación de genitales femeninos... y en ese contexto es muy difícil instalar temas en agenda, pero hay como una movida de mejorar eso.

(Marcelo, Oajnu)

A partir de estas experiencias, otra de las temáticas de la agenda pública que involucró a lxs voluntarios de Oajnu fue sumarse activamente, al grito de “Vivas nos queremos”, a la movilización por #NiUnaMenos en 2016, año que tuvo como epicentro de las actividades a la Plaza Vera de la ciudad de Corrientes.

La fecha del 3 de junio era una oportunidad para revalidar sus posicionamientos, haciendo un llamado de atención sobre cómo la problemática del femicidio afecta directamente a infancias y juventudes. En ese sentido, publicaron un Flyer con el logo de la organización y el ícono del movimiento Ni una menos de esa campaña (**Ver Captura de Imagen N° 15**). Sumaban allí una frase del Observatorio de Femicidios “Adriana Marisel Zambrano”, dando cuenta que en el año 2015 hubo 286 femicidios en Argentina, los cuales dejaron sin madre a 214 niñas y niños. Su posicionamiento era claro en tanto se presentaban como una organización que propicia la inclusión y la promoción de derechos, en especial de sujetos jóvenes, y cuyo objetivo de tomar posición estaba puesto en alertar y brindar los contactos (teléfonos, direcciones, dependencias gubernamentales) a quienes sean víctimas de violencia de género en Corrientes. El flyer iba acompañado de un extenso texto que planteaba:



Captura de imagen N° 15. #NiUnaMenos. 3 de junio 2016

“Como voluntarios de una Organización que busca la inclusión y la promoción de derechos de todas las personas, en particular de los jóvenes, no podemos quedarnos fuera de este fenómeno, y mucho menos tras observar las cifras aterradoras que revelan la cantidad de niñ@s y adolescentes que HOY sufren por la violencia de género, tanto en sus manifestaciones físicas que muchas veces se exteriorizan en abusos y maltratos tanto físicos y sexuales, como psicológicas. Desde OAJNU, apoyamos plenamente la convocatoria y aprovechamos el espacio para instar al compromiso de todos, No sólo apoyando sus manifestaciones, sino también colaborando para que en todo ámbito o lugar desde el que podamos, erradiquemos la violencia. Erradiquemos la violencia, no sólo de nuestros actos, sino también de nuestras palabras. Principalmente, queremos dirigirnos a todas aquellas personas, en particular a los jóvenes, que alguna vez han sentido que sus derechos se han visto disminuidos en razón de su género o han sufrido de tal agresión o violencia, por favor se acerque a los organismos correspondientes. Desde CUALQUIER lugar de la Argentina, podes comunicarte con una línea de atención gratuita y segura que es el 144 para contarles lo que estás sufriendo, o si estás en Corrientes podes acercarte a la Comisaría de la Mujer que atiende todos los días durante las 24hs, situado en Catamarca 1443 o bien llamando al 4432913. Nuestra intención no es sólo la de repudiar estos actos sino también la de nuestras a víctimas y todo aquél que sea cercano a denunciar estos actos y luchar por alcanzar su plenitud en derechos para que así, entre todos, construyamos una sociedad DÓNDE LA IGUALDAD EN DERECHOS SE MANIFIESTE EN LOS HECHOS. El compromiso comienza desde nuestra casa, pasa por nuestra escuela, nuestro grupo de amigos, nuestra Facultad, nuestro trabajo y todo ámbito de nuestra vida. Hoy y siempre, #NiUnaMenos.” (Instagram, 3 de Junio 2016. Los resaltados en mayúsculas ya estaban en el texto)

Esta publicación fue postzada en sus tres redes: Twitter, Facebook e Instagram, utilizando en el mismo flyer y texto mediante la herramienta “compartir en otras redes”. En término de intercambios, su publicación tuvo escaso impacto al interior de sus redes, con tan solo 6 “me gusta” y 2 “compartir” (Facebook), 2 “me gusta” y un “retuit” (Twitter) y 18 “me gusta” en Instagram, sin ningún comentario en ninguna de las tres redes.

Como puede observarse, en consonancia con el movimiento feminista que grita #NiUnaMenos en las calles y en las redes, la organización trataba de enlazar sus valores (inclusión, promoción de derechos) haciendo un llamado de atención ante situaciones de violencia de género que pueden abarcar actos y palabras. Se brindaban los medios locales de contacto ante dichas situaciones. Lo interesante es ver cómo colocan (al igual que hacía Techo) al accionar individual ante los cambios sociales, asumiendo que “el compromiso comienza desde nuestra casa”. Hay un deseo por interpelar en primera medida a otrxs jóvenes y luego a toda la sociedad y una mirada sobre la juventud como agente de cambio cuya participación puede modificar la “realidad”.

Oajnu participa activamente en todas las marchas del Ni Una Menos. No organiza una marcha, pero sí participa. Pero creo que, en cuanto a la agenda pública, de decir “yo instalé este tema”, ahí falta mucho managment en advocacy (“incidencia política”), en Oajnu. Que quizás las personas que llegamos a ese punto de decir que ya pasamos por todo, que llevamos seis o siete años en la organización, ya viejos, no queremos hacerlo... y es cierto que un chico de dieciocho años, excepto que sea un iluminado, es muy difícil que entre en la organización identificado con eso. (Marcelo, Oajnu)

Debate Político (Oajnu)

Debate Político es un proyecto que surgió en la sede de Corrientes, trabajando en conjunto con la Fundación Más Voces, donde se proponían acercar a jóvenes entre 16 y 25 años al ámbito de lo político a nivel local, en Corrientes. En este sentido, funcionaba

como una actividad de concientización que se llevaba a cabo durante varios meses y tenía como corolario una jornada de debate con funcionarios/as gubernamentales de distintos estamentos (concejo deliberante, diputadxs y senadorxs provinciales).

En octubre de 2016 se llevó a cabo un taller con estudiantes de colegios secundarios (públicos y privados) para abordar en primer lugar qué es debatir y algunos tips sobre oratoria, formulación de preguntas y cómo repreguntar. Después se fueron, delineando los temas que finalmente se centraron en ambiente, educación y justicia. En este proyecto el foco era registrar qué le interesa a la ciudadanía en general, pero apuntado especialmente a lxs jóvenes: qué les interesa y sobre qué querían preguntar.

En el Primer Debate Político participaron el concejal Fabián Nieves (Coalición Cívica para la Afirmación de una República Igualitaria, CC-ARI); el concejal Justo Estoup (Frente para la Victoria, FPV) y el diputado Javier Sáez (Partido Popular, PP) y para el cierre de la jornada estuvo Any Pereyra, la vice-intendente de la ciudad. **(Ver captura de imagen N° 16)**



Captura de Imagen N° 16. La viceintendente Any Pereyra en #DebatePolítico 2016

La actividad no solo funcionaba como una herramienta de aprendizajes para lxs jóvenes, sino también como un modo de auto-representación (Caletti, 2007), como una

instancia de interpelación directa al poder político para hacer visible a este sector de la sociedad al que discursivamente se consideraba como “el futuro de la sociedad” (tal como puede verse en la publicación de la vice-intendenta). La actividad tenía lugar en la Facultad de Derecho de la UNNE, y era compartida en diversas redes sociales a través de pequeños videos y álbums de fotografías.

“Nos costó mucho porque les teníamos que marcar que, por ejemplo, el Concejo Deliberante no puede hacer nada en las escuelas; el municipio no tiene nada que ver con las escuelas, lo que sí puede hacer tiene que ver con los jardines maternas. El Concejo puede elevar un comunicado a Provincia instando que trabajen sobre infraestructura en tal colegio, pero no puede hacer más que eso, digamos. Y todo el tiempo se iban para lo Nacional. Justo era la toma de colegios¹¹⁷ y le querían preguntar qué pensaban ellos. (...) Pero entre los chicos el debate fue muy enriquecedor, porque también decían que lo que hacía falta mucho en los colegios era educación sobre género. Ellos sacaron el tema. Que en los programas no estaba. Y que si había alguna situación como que quedaba en la nada. De que no hay espacios para que se hablen, que no hay talleres, que no hay ningún lugar, digamos, para que, ¡no sé! Una chica vaya y denuncie que un compañero la acosa, la maltrata o algo. Y también, a su vez, se habló mucho de los chicos de los barrios, de los colegios de los barrios. (Milagros)

En el año 2017 intentó hacerse un #DebatePolítico con los candidatos a Gobernador, imitando la experiencia de “Argentina Debate” donde periodistas entrevistaron a lxs candidatxs a Presidente, pero no fue posible por falta de respuestas y confirmación por parte de los candidatos locales.

La potencia que veían en este proyecto desde la organización, también permite identificar procesos de socialización política en vínculo con los medios de comunicación.

¹¹⁷ Se refiere a la toma de Colegios que en 2016 inició en el Carlos Pellegrini de Buenos Aires, a modo de protesta por la designación como regentes a dos preceptores denunciados por violencia de género, y que luego fue teniendo repercusión en otras instituciones educativas.

La matriz hegemónica de circulación de información desde los medios masivos, con una mirada porteño-céntrica, hace parte de una cultura política local donde muchas veces se desconoce quiénes son lxs propios funcionarios o se registran con mayor claridad situaciones ubicadas en la ciudad de Buenos Aires, a más de 900 kilómetros de Corrientes.

Yo creo que si le ponemos mucho empeño a este proyecto puede llegar a ser incluso más importante que Modelo Naciones Unidas porque es algo local. Es pensar acá, ni siquiera Argentina. Pensar acá en Corrientes, en la ciudad. A nosotros nos pareció muy importante y nos costó mucho en los talleres que los chicos bajen a la realidad correntina, porque no tienen idea de lo que pasa en Corrientes, que conozcan a los actores de acá. Por ejemplo: ¿quién es el concejal, quién es el gobernador, quién es el funcionario?; ¿qué organizaciones trabajan acá? Porque también se trabajó el tercer sector y la sociedad civil y nos pasó que no conocían nada. Muchos como que flasheaban mucho y necesitábamos que bajen a la realidad.
(Milagros)

El proyecto de #DebatePolítico, por lo tanto, les servía como un modo de instalar en agenda mediática y gubernamental las miradas y preocupaciones juveniles sobre temáticas como educación, ambiente, justicia, género. Lograban colocarse como una organización juvenil referente en estas temáticas no solo con la capacidad para organizar talleres sino también para acompañar procesos formativos en cuanto a ciudadanía y de protagonismo juvenil. En este sentido, sus acciones pueden leerse bajo las características constitutivas del espacio público que plantea Caletti (2007): condición de visibilidad; auto-representación de lo social y politicidad, ya que

“El espacio público es la propia vida social general bajo condiciones de visibilidad, siempre y cuando se entienda que estas condiciones de visibilidad social no resultan de una propiedad de la física sino de una producción social. Y que se producen destinadas a que aquello que se torne visible de la vida social se corresponda con

lo que los agentes suponen que la propia vida social es, con lo que suponen que ellos son.” (p. 222)

“...lo público es también la instancia que consagra a los interlocutores de la autoridad que se dirigen a ella en nombre de los comunes. Lo público será, de este modo, el lugar por excelencia en el que la politicidad diseminada en la vida social cobre formas y sentidos.” (p. 234)

Redes tejidas en la configuración de lo público.

En este apartado nos interesa dar cuenta de las redes que fueron tejiendo en la configuración de lo público al entrar en contacto con otras organizaciones de la sociedad civil, con gobiernos, empresas, ciudadanos y con los medios tradicionales de la comunicación (prensa gráfica, radio, televisión, portales digitales). Cabe remarcar que en diversos proyectos Oajnu y Techo trabajaron de manera articulada o bien oficiaron de “difusores” de las actividades promovidas por la otra organización. Además, lxs voluntarixs de Techo seguían las cuentas de Oajnu y viceversa, interactuando tanto de manera presencial como desde el espacio digital.

En marzo del año 2017 ambas organizaciones se sumaron como “aliadas” al proyecto “Seamos Protagonistas” (**Ver captura de imagen N° 17**), que se presentaba como un espacio de intercambio de ideas y debate para jóvenes de la ciudad de Corrientes. Como puede verse en el flyer, oficiaban como organizadores Global Shapers Corrientes¹¹⁸ junto a la Fundación Más Voces¹¹⁹, contaban con el auspicio de la Fundación Yapeyú¹²⁰ y del

¹¹⁸ Global Shapers Corrientes, o “transformadores globales” es una comunidad que se constituye como el brazo joven del Foro Económico Mundial y agrupa a jóvenes entre 20 y 30 años que busca estimular la participación juvenil en la toma de decisiones. Una particularidad es que la “fundadora” fue Guadalupe Kotik, una salteña radicada en Corrientes hace varios años, que también fue partícipe de la llegada de Techo a nuestra ciudad.

¹¹⁹ Más voces es una organización no gubernamental cuyo objetivo es aumentar la participación ciudadana a través de la educación. Sus pilares son la educación inclusiva, talleres de formación ciudadana y análisis e investigaciones.

¹²⁰ La Fundación Yapeyú tiene por objeto apoyar, difundir y sostener emprendimientos educacionales. La misma tiene clara vinculación con el colegio privado Yapeyú, de la ciudad de Corrientes, atendiendo al logo y a los proyectos que acompaña en conjunto. De hecho, el encuentro Seamos Protagonistas 2017 tuvo por sede al colegio.

Gobierno de Corrientes; y oficiaban de aliados: Techo, Oajnu, Fecorr Joven¹²¹, Mi Corrientes¹²² y AIESEC¹²³. Es llamativo que la mayoría de estas OSC tenían conformación reciente en la ciudad de Corrientes, no superior a los 3 años, y que varios de lxs voluntarixs que aparecían como miembros, directorxs o referentes eran personas que antes habían formado parte de Techo u Oajnu.



Captura de imagen N° 17. Seamos protagonistas. Techo, 8 de marzo 2017

“El objetivo es que a través del networking, generemos propuestas sobre cuatro temáticas que representan hoy un desafío para nuestra ciudad”, explicaban en la publicación. Las temáticas eran: Emprendedurismo, Ciudad Integradora, Participación Ciudadana y Medio Ambiente.

Queremos ser más protagonistas. Porque la ciudad que queremos sólo se hará realidad si trabajamos juntos. Te invitamos a participar de un espacio de encuentro de jóvenes, de debate, de reflexión y de acción. Para que pensemos y construyamos un presente y un futuro

¹²¹ Se trata de la rama Joven de la Federación Empresarial de Corrientes (FECORR)

¹²² Organización de la sociedad civil, sin mayores datos.

¹²³ AIESEC era originalmente un acrónimo de Asociación Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas y Comerciales. Es una organización global que surgió en 1948. Se presenta como un movimiento de jóvenes líderes, menores de 30 años, actualmente presente en 126 países. Sus premisas incluyen el abordaje de problemáticas globales, el desarrollo de liderazgo, y el entendimiento cultural.

mejor para todos. Tocaremos cuatro temáticas: Emprendedurismo - con Carlos Miceli-; Ciudad Integradora -con Jonatan Emanuel Baldiviezo-; Participación Ciudadana -con Romi Berardi- y Medio Ambiente -con Nasha Ayelén-. Si todavía no lo hiciste, podés inscribirte acá: <https://sites.google.com/view/protagonistas> (22 de marzo 2017, Techo)

En el amplio campo de las organizaciones de la sociedad civil, iban estableciendo alianzas y trabajo en conjunto. En el caso de Techo el trabajo colaborativo lxs encontró junto a CTEP, la CCC y Barrios de Pie con quienes lograron la aprobación del Certificado de Vivienda Familiar que mencionábamos más arriba. A su vez, realizaban actividades e interactuaban mediante videos con las otras sedes de Techo en Argentina a partir de juegos donde se “nominaban” y debían cumplir prendas, como por ejemplo realizar imitaciones o bailar imitando al “ganga style”, un video viral que estuvo de moda en 2017.

Algunas actividades reforzaban vínculos con voluntarios de la organización radicados en distintas partes del mundo y ante situaciones que resultaban de interés o donde podían colaborar, realizaban publicaciones para compartir o acercar información. Así, por ejemplo, produjeron y difundieron un análisis ante la muerte de una vecina por una descarga eléctrica durante una construcción masiva en Salta (27 de junio 2016), o solicitaron donantes de sangre para un voluntario paraguayo que había llegado a Corrientes para una intervención delicada (12 Diciembre 2017).

En la previa a la realización de las construcciones masivas iban interpelando explícitamente a diversos actores sociales: directivxs y trabajadorxs de empresas con responsabilidad social, jóvenes de militancias partidarias, sociedad en general.

Desde TECHO queremos convocar a jóvenes militantes, por el compromiso social que nos une, a participar de una charla informativa sobre una construcción que realizaremos próximamente, junto a referentes de las distintas juventudes partidarias de Corrientes. Los esperamos el miércoles 16 de marzo a las 20hs, en nuestra sede (Rivadavia 1590). (Techo, 9 de marzo 2016)

También desde Techo establecían redes de trabajo con ámbitos académicos, tanto con universidades, facultades e institutos de investigación. En algunos casos hacían parte de contratos o acuerdos establecidos entre la organización y la Universidad Nacional del Nordeste (UNNE), y otras veces eran producto de relaciones interpersonales de los voluntarios, ya sea por encontrarse cursando una carrera de grado o de posgrado. Tal fue el caso de los vínculos de voluntarios/as de Techo con docentes-investigadoras del Instituto de Investigación y Desarrollo en Vivienda (IIDVi) de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la UNNE (FADU), que oficiaron de capacitadoras en algunos Encuentros de Voluntarios¹²⁴.

En algunos casos las redes tejidas les permitían hacer frente a situaciones coyunturales. Durante el periodo relevado (2016-2017), la Provincia de Corrientes sufrió inundaciones que afectaron a gran parte de la población. En este contexto las organizaciones buscaron diversas alternativas para hacer frente. Así, por ejemplo, Techo compartía la invitación a una maratón solidaria llamada “Paratón”:

“Paraton” es una maratón organizada por la “Fundación Perfiles” en cooperación con la organización “Corrientes Corre” y otras ONG’s de la región, para ayudar a los damnificados por las fuertes inundaciones que azotaron a nuestra ciudad. Todo lo recaudado a partir de las inscripciones, será destinado a familias de Corrientes Capital y sus alrededores. Este sábado se llevará a cabo la “Paraton” (más info en el evento) y nos invitaron a participar como TECHO. Es una excelente oportunidad para contar qué y como hacemos lo que hacemos, invitar y contagiar a más voluntades!!!
(Techo, 4 de febrero 2016)

A partir de estos ejemplos enfatizamos que en la ocupación del espacio digital entramos en contacto con otros/as. Esos otros son sujetos individuales o colectivos, como medios de comunicación, otras instituciones, organizaciones, movimientos sociales, etc. Durante el trabajo de campo pudimos corroborar una práctica similar a la analizada en un

¹²⁴ El director de la sede estudiaba el posgrado en la Maestría en Gestión y Desarrollo de la Vivienda Social de la UNNE y algunos/as voluntarios eran estudiantes de arquitectura en dicha universidad.

estudio anterior. En la investigación sobre el movimiento Usina Cultural, realizada en el marco de la tesis de licenciatura en comunicación, veíamos que

“a pesar de haber realizado un uso permanente de la herramienta (Facebook), la información más densa del movimiento estuvo gran parte del año en voces de otros... A lo largo del 2010 se respaldaron en la “legitimidad” de los medios tradicionales, sin comprender quizás el valor del cambio paradigmático de las redes sociales, donde el principal legitimador puede ser uno mismo. (Pannunzio, 2013: 167)

Si bien hoy comprendemos que unx no puede legitimarse solo, sino que la legitimidad proviene de la mirada externa, nos sigue pareciendo interesante como nudo problemático pensar quién tiene el uso de la voz. Cuestionar, como plantea Luciano Galup (2019): *qué voces son autorizadas y cuáles tienen como destino la intrascendencia*. Si consideramos como un modo de legitimidad a las interacciones y viralizaciones en entornos digitales, podemos decir a partir de los ejemplos que fuimos desarrollando en este capítulo que las “voces” de Techo y Oajnu no eran tomadas en cuenta.

Al indagar en los vínculos de estxs jóvenes con medios tradicionales, identificamos que valoran la presencia en dichos medios, por entender que los conecta con sus públicos desde lugares de privilegio: *“las publicaciones en el diario son las que más nos ayudan con gente grande, docentes, instituciones y demás... una tapa de diario es importante para nosotros”* decía Cruz. Desde esa noción, por ejemplo, algunxs voluntarixs en Oajnu planteaban que la cuestión con los medios de comunicación era *“una pata floja”* al interior de la organización, en la que en momentos de urgencia o mucho trabajo eligen priorizar otras cosas por sobre la visita o recorrida a los medios para dar entrevistas, especialmente a las radios de la ciudad. Sin embargo, el equipo a cargo del área aseguraba tener registro mediante una planilla contabilizando a cuántos y a cuáles medios fueron, de qué hablaron en cada uno.

Oajnu tiene una plata floja, que es la cuestión de los medios, pero es porque demanda mucho laburo. No sé. Estás laburando y tenes un Modelo de Naciones Unidas en el que tenés 650 inscriptos. 150 vienen de afuera. Tenes que capacitar 40 autoridades. Pensar el almuerzo de

los 70 voluntarios. Asegurate que esté el catering y el seguro de los participantes... ¿y encima esa semana previa tenes que ir a recorrer diez radios? ¿Para qué? Para difundir, está genial, pero lo más importante del modelo es capacitar a los chicos. Y eso lo hacemos en marzo, no en octubre. (Marcelo)

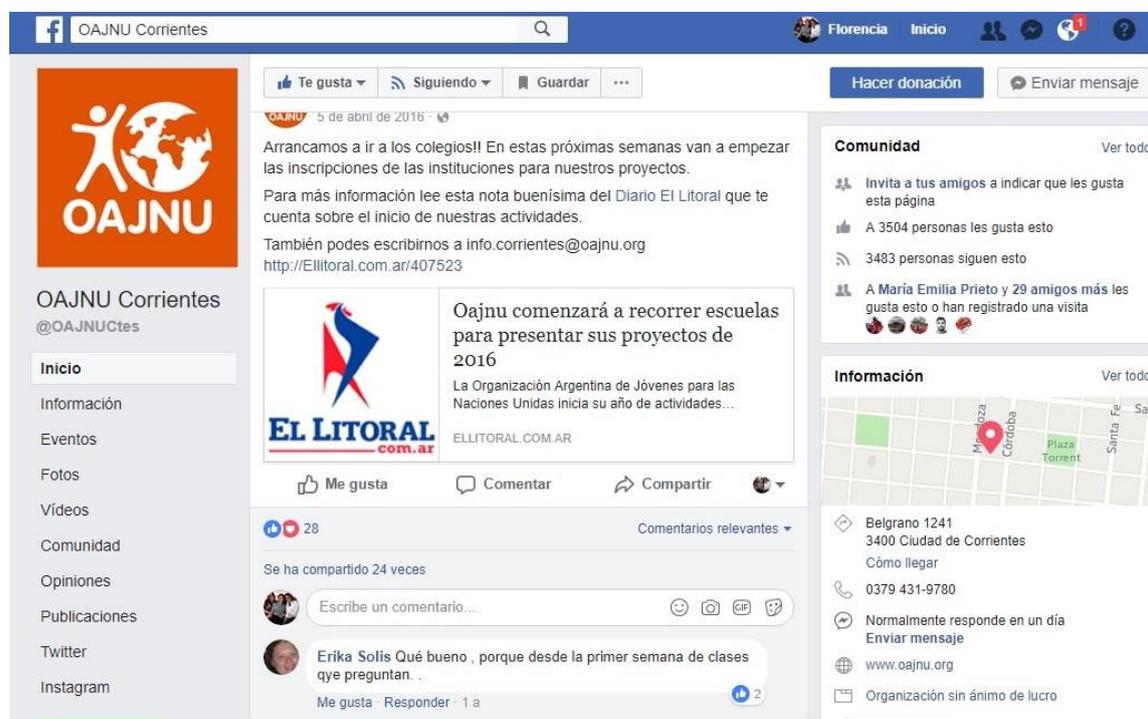
Podemos identificar en sus prácticas cómo aparecen usos sociales de la tecnología en la configuración de lo público. Al respecto, Sergio Caletti (2007) afirma

A favor de la hipótesis acerca de la tecnologicidad de lo público, vale sostener la posibilidad de una herramienta de resultar asociada a una variedad reconocible pero no cualquiera –cabría decir “históricamente determinada”– de formas de uso social y, por ende, de formas de “definición” social del carácter de la herramienta, a partir de las características que las propias relaciones sociales tienden a naturalizar de sí, o a requerir en su dinámica, y nunca a raíz de alguna esencialidad intrínseca a la propia herramienta. (p. 229)

El problema para organizarse y gestionar se asocia en ambas organizaciones al desbalance entre que son pocos voluntarixs en el área de comunicación y que lxs participantes y destinatarixs cada vez son más, a medida que las actividades de la organización se van haciendo más conocidas. *“El voluntario también tiene un ciclo; entonces vos todo el tiempo necesitás que se regenere, que la gente conozca y que aparezcan personas nuevas” (Aldana)*

A pesar de estas impresiones, supieron ir llevando adelante campañas de difusión de sus propias actividades. En Oajnu era una práctica habitual invitar a los medios locales a hacer coberturas de los inicios o cierres de sus proyectos. Por ejemplo, de la Feria de Naciones, una actividad con la cual finalizan el MNU, donde invitaban a las familias de lxs participantes a compartir con ellos sobre las costumbres y comidas de los países que cada colegio representó en el juego de poner a funcionar los órganos de discusión de la ONU. Incluso lxs voluntarixs elaboraban gacetillas de prensa que eran distribuidas y en algunos casos recuperadas por medios tradicionales, especialmente por parte del Diario El Litoral (**ver captura N° 18**). En una de sus notas, publicada el 5 de abril de 2016,

dicho diario consignaba que *"Desde su llegada a Corrientes Oajnu ya trabajó con más de 5500 jóvenes de la provincia y configurado una articulación con más de 30 instituciones educativas"* ¹²⁵



Captura de imagen N° 18. Arrancamos a ir a los colegios. OAJNU, 5 de abril 2016

Imaginarlos sobre las redes sociodigitales como espacio público

Una de las preguntas que fuimos realizando durante las entrevistas buscaba recuperar cuáles eran las nociones que ellos iban construyendo en relación a sus prácticas en las redes sociodigitales y si las vinculaban en alguna medida con estar participando en un “espacio público” a partir del uso de Internet. De esta manera, en sus testimonios van apareciendo distintas nociones: las relaciones y diferencias entre público/privado; las responsabilidades según cada esfera o ámbito; posibilidades o no de accesos a información y a servicios básicos; cuestiones sobre lo abierto o visible y lo común.

¹²⁵ Puede verse la nota aquí: <https://www.ellitoral.com.ar/corrientes/2016-4-5-9-9-0-oajnu-comenzara-a-recorrer-escuelas-para-presentar-sus-proyectos-de-2016>

Al respecto, Carlos planteaba que junto con Internet y la “*utopía de la libertad de información*” se rompió una barrera socioeconómica, porque la conexión no es algo propio de las elites y a la vez se abrió el juego de la libertad de expresión.

“Hoy desde puerto madero a la villa 31 todos tienen Facebook, todos tienen Whatsapp, o sea, se está rompiendo esa línea y el acceso a Internet cada vez se está expandiendo más a pesar de que somos la región del mundo que menos acceso tiene por persona (...) Hoy podemos decir que internet y todas sus plataformas son parte del espacio público porque todos tenemos derecho y acceso a él, y no discrimina si sos blanco, negro, mujer, hombre, trans... lo que sea, te deja acceder a eso como un igual (...) Creo que las redes sociales vinieron a cambiar el juego totalmente de la libertad de expresión. Hoy todos somos expertos en política, en ciencia, en tecnología, ¡en el Facebook! ¿Entendés?... todos escriben un estado.... el impacto que puede llegar a tener me da hasta miedo. (Carlos, Techo)

En las tensiones entre qué es lo público y qué lo privado aparecen reconocimientos no solo de los propios usos en torno a las distintas redes y plataformas digitales, sino también respecto aquello que se espera de ellas, según quién sea el usuario (ciudadanos, gobernantes, Estado):

todo es público, todo es ya demasiado público, como que prácticamente hay poco espacio privado. Y como que por ahí lo que no es público está mal visto, más o menos, porque ahora la gente publica todo. Creo que el espacio público es el lugar donde uno decide compartir algo privado para todos. Y, a su vez, dentro de lo que es el espacio público, de entidades públicas, siento que es su obligación. Que existe ese espacio de comunicación o de información, o de lo que sea, digamos, pero que es su obligación. (Cruz)

“El espacio digital es como mi segunda casa. Yo laburo ahí (diseñador gráfico), y de hecho trato de no hacer nada en papel,

primero porque es un quilombo y no me gusta, y segundo porque ahora acá está la biyuya (la plata)” (Facundo)

Publico es algo que esté al acceso de todos, pero medio relacionado a la democracia. El acceso a todo y no de una parte si y una parte no, si no está al acceso de todos tampoco es tan público. (Enrique)

Desde el punto de vista del derecho algo público es cuando es de todos pero a la vez no es de nadie. (Silvio, Oajnu)

La idea de la posibilidad de generar contenidos para el debate público en redes sociales es tenida en cuenta por estxs jóvenes, aunque son críticxs sobre cómo se dan ciertas discusiones. Para algunos de ellxs, más que el debate lo que prevalece es la violencia y la característica de poder hacerlo “detrás de la pantalla” dificulta el panorama. Las redes sociodigitales, desde su punto de vista, están “poniendo de moda ser políticamente incorrecto” (Carlos) y a la vez nos han deshumanizado:

(...) yo veo las publicaciones y veo como que hay mucha violencia: «está bien, eso les pasa, negros de mierda...» y esas cosas, y yo me quedo con esa sensación de «¿tanta violencia... en ningún momento te vas a correr de tu lado, de decir por qué pasa lo que pasa?» o plantearte esto está mal, esto está bien, por qué les afecta... Yo entiendo que hay cosas indefendibles, pero lo que me hizo ver es eso. Siento que en general la gente no piensa mucho. No se pone a reflexionar y tira toda su bronca acumulada, creyendo que como está escondida detrás de una pantalla puede hacerlo. No sé si en la cara alguien diría esas cosas.” (Paloma)

Este chico, Santiago Maldonado, que lo desaparecieron... te metés en una noticia de La Nación, ves los comentarios y lees cada cosa que perdés la fe en la humanidad. Y pensás ¿en serio?. Creo que las redes sociales nos han deshumanizado, realmente. A veces lees ese

texto, pero no estás viendo a la persona. Hay algo extraño ahí. Entonces, nos han deshumanizado un montón las redes sociales... porque, como te digo, por ahí vos antes tenías con alguien una conversación sobre ese tema en persona y era diferente, digamos. Pero las redes sociales permiten amplificar ese mensaje de odio. No se puede creer. (Carlos)

Estas caracterizaciones pueden vincularse con observaciones más amplias sobre la sociedad en general, por ejemplo, de intolerancia hacia comportamientos o estilos de vida que no son los propios. “*Tener poca perspectiva nos hace intolerantes*” decía en la entrevista Ricardo al referirse a aquellas personas que tienen la mirada sesgada sobre cómo es la vida en los asentamientos y no se preocupan por profundizar en las problemáticas atendiendo a las causantes. Esto entra en relación con lo que remarca Rosalía Wincour al momento de analizar los sentidos, las voces y las experiencias de conexión/desconexión: “*No se trata solo de una continuidad de sentido entre un mundo y otro, sino también de un efecto de resonancias y trascendencia*” (Wincour, 2009:73). Esta investigadora también destaca cómo en muchos casos las redes que vamos construyendo en entornos digitales tienden a ser endogámicas (tanto por contactos previos como por intereses personales), imposibilitando “*ampliar nuestra mirada*”, como sugiere Ricardo.

“Estar conectado implica esencialmente estar visible en un sentido amplio. En esta perspectiva la visibilidad no refiere únicamente a la cualidad de lo que puede ser observado a simple vista, sino también a la evidencia de la existencia de otro en un sentido real, virtual o metafórico. La visibilidad garantiza la inclusión en un mundo cuya representación se ha desplazado de lo palpable a lo comunicable” (Wincour, 2009: 69)

“Estas redes tienen un carácter netamente endogámico, reciben visitas y solicitudes de amigos referidas por alguien a quien conocen, y aunque probablemente nunca lleguen a encontrarlos fuera de la red,

forman parte del mismo circuito referencial de familiares y amistades de unos y otros” (Wincour, 2009: 71)

Ante estas acotaciones, María Graciela Rodríguez (2019) nos ayuda a pensar desde una mirada “antropológica” los medios y las redes como un espacio de interacción ciudadana, corriendo el foco del mediacentrismo imperante.

“a tono con una concepción humana de la comunicación, la ciudadanía no se constituye solo a partir de lo que dicen los medios, sean estos masivos o reticulares; que las agendas “macro” se disputan también en la calle, en las instituciones, en la vida cotidiana (...) se trata de capas tectónicas en las que los cambios sociales se asientan y traman una relación entre las disputas simbólicas, la diferencia de acceso y equipamiento, y la desigualdad de la puesta en circulación y procesamiento de sentidos sociales.” (Rodríguez, 2019)

Para evaluar el lugar que ocupan los espacios digitales en su imaginario indagamos cómo piensan que sería la organización sin Internet, como así también los días y momentos dedicados a las redes para la organización social. Las respuestas fueron mayoritariamente “todos los días”/ “todo el día” (ver **Capítulo 5**), siendo algunas respuestas categóricas al decir que sin Internet “nos morimos” o la organización “no funciona”.

Todo el día a través del celular, y después en la computadora en mis horarios de trabajo y cuando estoy en mi casa.... pero sí, es como que estoy todo el día conectada. (Cruz)

¡Ay! Yo creo que siempre estoy conectada. Obviamente si estoy hablando con vos no voy a estar mirando, pero si estoy sola miro, en el colectivo miro, en mi casa miro... estoy bastante conectada. (Paloma)

Primero, no nos podríamos comunicar porque, aunque sea autónoma, somos una organización que tiene mucha coordinación con otros, con gente que está lejos, entonces perderíamos esa facilidad de comunicación. Habría que estar viajando cada cierto tiempo, sería más cansador, sería menos productivo. Internet es clave para la comunicación y se encarecería todo. Para lo demás, tenés el Word, tenés el celu... sería más tedioso y largo. (...) Se puede trabajar sin Internet, es un mito, pero en la oficina de Techo la mitad del tiempo estás hablando con alguien por whatsapp, estás en tu correo, estás viendo un documento en línea, y eso es casi todo el día. Todo el día estoy conectado a Internet. (Carlos)

Hoy Internet en la organización es clave. Yo no podría trabajar sin... Si pienso en todos los roles que he realizado, hay cosas imposibles de hacer sin Internet. Capaz que antes se lo hacía de otra forma, pero agiliza mucho la velocidad. Ese contacto, sobre todo ahora que trabajamos con muchos archivos en la nube, con la posibilidad de compartir al instante, ir modificando cosas, ir viéndolas... todavía no trabajamos con un mapa del barrio. Como que todavía nos vamos acercando y viendo algunas cosas, que obviamente sería distinto hacerlo de otra manera, demanda otros tiempos. Y creo que la dinámica de la sociedad, donde todo es cada vez más veloz, hace que hoy Internet sea un mal necesario. (Ricardo)

A lo largo del trabajo fuimos evidenciando las ideas que estos/estas jóvenes van construyendo en torno al espacio digital y cómo el paso por la organización les hace reflexionar sobre sus propias prácticas de apropiación. Varios/as de ellos mencionaron en las entrevistas haberse sentido presionados o directamente “obligados” a crearse perfiles en las redes sociodigitales, tanto por parte de amigos/as como por parte de compañeros/as de voluntariado.

“Nati me obligó a hacerme un Twitter y un Instagram ¡Ya no quiero más redes! (...) ¿Qué voy a publicar? Vos ves mi Instagram y son fotos de paisajes o de mi gato.” (Karina)

Otros/as en cambio reconocen que con el paso del tiempo fueron realizando otro tipo de apropiaciones, más vinculadas a usos críticos. Así por ejemplo Milagros nos contaba que a veces le da vergüenza cuando Facebook le “recuerda” sus publicaciones de años anteriores sobre chistes y juegos: *“me salen los recuerdos en Facebook y yo tipo ¡Qué boludez que publicaba! Jaja!”*, mientras que ahora usa sus redes para informarse y para tratar de *“dejar pensando”* a sus contactos.

Aparecen en sus testimonios registros de cómo el uso de Internet influye en el sentido de pertenencia de los/las voluntarios/as a la organización, que no está construido solo en base a “lo local” sino con una perspectiva macro. *“Sin internet básicamente no podríamos trabajar a nivel nacional e internacional. Sería muy complicado mantener la articulación, mantener una línea... para mí el sentido de pertenencia del voluntario, que no se centre solo acá, se vería afectado sí o sí” (Karina)*

Conclusiones preliminares.

En este capítulo nos propusimos aproximarnos a la noción de espacio público ampliado, indagando en las prácticas comunicativas de ambas organizaciones y a la vez en los imaginarios tecnológicos que construyen con relación a ello, por considerarla como una dimensión ineludible en los procesos de socialización política en/con entornos digitales.

A lo largo del trabajo nos fuimos valiendo de diversas características que siguiendo a Sergio Caletti (2007) son constitutivas del espacio público: visibilidades, auto-representaciones de lo social, los vínculos entre tecnologías y espacio público, su politicidad y su carácter polimorfo. Al mismo tiempo fuimos evidenciando cómo las redes sociodigitales se les presentan a lxs voluntarixs como espacios públicos, donde se encuentran con otrxs (autoridades políticas, sociedad civil en general, jóvenes en particular, instituciones educativas, medios de comunicación, etc.) y cómo la existencia de estos espacios hace parte de sus rutinas, de su vida cotidiana.

Luciano Galup (2019) plantea que es en el universo digital donde lxs jóvenes construyen identidades, crean pertenencias, e interactúan como ciudadanos. Sin embargo, a partir de nuestro trabajo sostenemos que es en los cruces, mixturas y yuxtaposiciones entre los entornos cara a cara y los digitales donde tales procesos encuentran lugar. A partir de las entrevistas pudimos ver que estxs jóvenes identifican a las distintas herramientas digitales como constitutivas de la propia organización, y el hecho de que la mayoría de sus actividades están atravesadas por tecnología. En algunos casos aseguran que no pueden imaginarse sin ellas.

Sí coincidimos tanto con Galup (2019) como con Rosalía Wincour (2018) que las redes sociodigitales generan nuevos mecanismos para definir qué voces son “autorizadas” y cuáles tienen como destino la intrascendencia. En este sentido, pudimos registrar tanto por el relevamiento del cuadro como por las entrevistas que, a pesar de poseer presencia constante en Facebook, Twitter e Instagram, fueron relativamente escasos los “momentos” en que se posicionaban políticamente “hacia afuera” de la organización. Como decía Milagros, significaba todo un desafío “dejar de ser tibios” y sentar posición de manera explícita. Esto implicaba fuertes procesos de discusión al interior de las organizaciones, movilizadas desde sus bases. Por ello, atendiendo a la generación de contenidos, discusión y visibilidad que plantea Rossana Reguillo (2017), podríamos decir que en estas organizaciones de la sociedad civil la discusión se dio especialmente a nivel interno, entre lxs propios voluntarixs.

En el caso de Techo, las causas sociales que más lxs movilizaron fueron aquellas signadas por la situación en los asentamientos. Esta fue sin dudas la temática central con la que trabajaron no solo a nivel organizativo sino también con relación a las múltiples redes que tejieron en el plano nacional e internacional, tanto por el día mundial del hábitat como por un pedido expreso de #AsentamientosEnAgenda durante diversas campañas electorales. Su visibilidad y auto-representación estuvo ligada fundamentalmente a su experiencia con el trabajo territorial en la producción de conocimiento respecto la situación en los asentamientos, como un recurso para la confección de políticas públicas. Las interpelaciones se daban no solo hacia las autoridades, sino también buscando instar y crear conciencia en la sociedad en general.

Por su parte, en Oajnu sus modalidades de auto-representación estuvieron guiadas por sus lemas, de trabajar como una organización que promueve el protagonismo juvenil

e instancias de construcción de ciudadanía juvenil. Ante acontecimientos coyunturales de gran peso en las discusiones sociales impuestas desde las agendas mediáticas, como ocurrió con el #NiUnaMenos y con #JusticiaPorSantiago, lograron posicionarse dando voz a las juventudes, actor social que representan.

Una de las cuestiones que nos movilizó en este capítulo fue cuestionarnos sobre posibles formas de nombrar al “espacio público ampliado”, a partir de la identificación de sus características. Decíamos que Sergio Caletti (2007) no apuesta por una metáfora en particular ya que, según él, se deben superar las metáforas espaciales; mientras que otros como Luciano Galup (2019); Mariano Fernández y Matías López (2013), Rossana Reguillo (2017) trazan diversas figuras.

“(...) el pulimento del concepto que es necesario para poder trabajar sobre estas variedades –en su acepción sea sincrónica o diacrónica– debe superar las limitaciones que parece imponer la metáfora espacial, que en muchos sentidos se ha revelado eficaz, pero que juega sin embargo su propio lastre significativo cuando se requiere atribuirle a la instancia de lo público la plasticidad, ubicuidad y variedad propias de las relaciones sociales que organiza.” (Caletti, 2007:235)

Nos pareció sumamente potente la noción de “umbral” con la cual trabajan Fernández y Vázquez (2013), a pesar de decir explícitamente que aún se deben una definición precisa. En su “intuición”:

“el umbral remite a un imaginario espacio-temporal: un intermedio de entrada/salida en el cual también se puede permanecer, aunque no indefinidamente, y en el que quedan los rastros del pasaje entre un polo y el otro. Es decir: el umbral como respuesta a la pregunta sobre el estatus, la entidad, la localización, la duración, la emergencia o la dilución de lo público. El umbral –entendemos– es el presente, pero no como mera actualidad sino como historicidad hecha de rupturas, trozos, continuidades, pasajes.” (Fernández y Vázquez, 2013: 7-8)

Es una tarea que nos invita a seguir pensando, considerando la mirada complementaria entre la calle y los entornos digitales, y el carácter intrínsecamente tecnológico del espacio público.

CONCLUSIONES

En esta tesis nos propusimos abordar los procesos de socialización política en/con entornos digitales por parte de jóvenes miembros de dos organizaciones juveniles, para comprender las maneras en que se apropian y representan a los espacios digitales en dichos procesos. Nos resultaba importante aportar un análisis que permita aproximarnos a los modos en que estos procesos están operando, entendiendo que el ecosistema comunicativo cambió considerablemente ante los avances de la web social (avances técnicos, pero especialmente sociales). Ahora los sujetos de la comunicación que intervienen son activos productores/consumidores y ya no sólo consumidores o audiencias, como ocurría con el modelo de broadcasting que permaneció vigente durante los últimos 25 años del siglo XX, donde los medios de comunicación masiva eran (son) agentes de socialización secundaria. En este sentido, a lo largo del trabajo fuimos preguntándonos si es posible identificar características particulares en las redes socio-digitales como agentes de socialización.

En lo que refiere a las decisiones metodológicas, realizamos este abordaje de manera cualitativa desde una perspectiva sociocultural de la comunicación tomando como base el enfoque etnográfico y los estudios de casos, acercándonos a jóvenes que participan de manera activa en dos organizaciones de la sociedad civil ubicadas en la ciudad de Corrientes: Oajnu y Techo. Nos basamos en 14 entrevistas semi-estructuradas con las que pudimos recuperar las voces y posicionamientos de lxs jóvenes y también en una sistematización de todas sus publicaciones en las redes socio-digitales en que estaban presentes (Facebook, Twitter, Instagram) durante los años 2016-2017, confeccionada en un cuadro en Excel que luego fue codificado. En esta sistematización se registraron un total de 1.258 posts, de los cuales se consignaron: fechas de publicación, quiénes publicaban, los contenidos, soportes (fotos, videos, enlaces, flyers, etc.), cuál era la relación “espacio/tiempo” que la publicación establecía, en qué red o redes se publicaba, cuáles eran los intercambios que suscitaba (siendo éste un registro puntualmente cuantitativo). A estos instrumentos de recolección de datos fuimos sumando capturas de imagen, notas de campo al participar de algunas de sus actividades, fotografías propias y el armado de diversas figuras y cuadros que colaboraron con el análisis, múltiples

recursos de los cuales solamente algunos se han utilizado. Puede verse la totalidad de estos materiales en los anexos. Tanto las entrevistas como el cuadro fueron codificados utilizando el Atlas Ti, que nos permitió profundizar en los cruces, identificar ciertas tendencias y colaboró en trazar un “mapa mental” de los datos obtenidos.

Cuando los espacios digitales se presentan como la panacea de todos los órdenes de nuestra vida -social, comunicativo, político, económico, cultural, laboral-, es necesario clarificar (o, al menos, procurar hacerlo) qué aspectos se indican como constitutivos de los mismos. En este sentido, los estudios culturales latinoamericanos fueron fuente imprescindible de descripciones y categorizaciones respecto las relaciones entre sociedad-medios-cultura en nuestra región.

En principio reconstruimos el modo en que las organizaciones de la sociedad civil operan como un ámbito de socialización política. Registramos cómo a partir de transitar estos espacios lxs jóvenes incorporan una serie de normas, acuerdos y modos de ver el mundo desde donde se re-posicionan. En estos movimientos (tanto internos como externos), también modifican sus prácticas comunicativas al momento de apropiarse de TIC, ya que las tecnologías digitales se encuentran atravesando todas sus actividades. Hacíamos esta lectura desde el matiz de la interiorización de ciertas “disposiciones políticas” (Bourdieu, 1979; Dukuen, 2018) evidenciando los pensamientos, percepciones y acciones que construyen o activan al participar en procesos organizativos, tanto en Techo como en Oajnu.

Las experiencias de socialización se forman en diferentes dominios sociales (la familia, la escuela/facultad, las organizaciones, el barrio, etcétera) y no se corresponden únicamente a un “momento” en la trayectoria personal (“la juventud”, en los casos aquí analizados), sino que se dan a lo largo de toda la vida. Sin embargo, en las entrevistas surgían ciertas características que lxs jóvenes anexaban a este tiempo vital: proactividad, inconformidad, impulso, ganas de cambiar el mundo, vitalidad, entre otras cualidades que aparecieron como baluartes que lxs movilizaban a actuar, a ser parte.

Los medios de comunicación masiva y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, están jugando un papel muy preponderante para tramitar la información institucional y no institucional sobre el sistema político, e incluso, para impulsar

procesos de acción y movilización social; sin embargo, parece existir un consenso en afirmar que este agente no logra su influencia en la socialización política actuando solo, porque las diferentes instancias y agentes socializadores están actuando por distintas vías y mecanismos informativos y formativos, lo cual a la postre tiene un efecto combinado sobre la socialización política (Alvarado, Ospina, García, 2012:251)

Planteamos que para el abordaje de los procesos de socialización política en/con entornos digitales es preciso partir de considerar que lxs sujetos de la comunicación que participan de uno u otro modo en entornos digitales son siempre activos. Aprenden, se comunican, planifican, deciden, se organizan, comparten, participan... Esto nos llevó a atender diversas dimensiones que se entrecruzan en la configuración de nuestro objeto de estudio:

- Los ámbitos de socialización tradicionales (primarios y secundarios). En esta dimensión pudimos enfatizar cómo los contactos con el espacio digital se dan siempre desde lugares situados y desde trayectorias previas que condicionan las prácticas comunicativas. Estos ámbitos nos permiten reconocer los contextos socioeconómicos y culturales desde los cuales lxs jóvenes participan. En términos de socialización política la experiencia de conformar organizaciones de la sociedad civil los reposiciona ante el mundo con una mirada crítica y en contacto cotidiano con múltiples desigualdades que se manifiestan en exclusiones y diferencias en cuanto a accesos a servicios básicos, derechos, posibilidades de hacer escuchar la voz propia, etcétera.

- Los procesos de configuración de subjetividades políticas. Pudimos analizar, enlazados con la dimensión de socialización, cómo los trabajos territoriales y los tránsitos por diversos “roles” al interior de cada organización lxs acompañan y empujan a la conformación y movimientos en sus subjetividades políticas, a través de agenciamientos, potencias y resistencias (Martínez Pineda y Cubides, 2012). Mediante este estudio pudimos registrar que al momento de preguntar sobre “aprendizajes de lo político” en estrecho vínculo con redes socio-digitales, las mismas quedaban en un segundo plano, más vinculadas a aprendizajes “pragmáticos” e “instrumentales”. En sus relatos aparecían como predominantes las referencias a cuestiones emparentadas al trabajo territorial en

entornos cara a cara (la escuela, el barrio) y a aprendizajes tales como hablar en público, la empatía, responsabilidad, entre otras cualidades que no necesariamente remiten a “aprendizajes de lo político” entendidos como aquellos que posibilitan “la distribución y el ejercicio del poder político” (Benedicto y Morán, 2002). Consideramos que esto se debió al énfasis en encarar nuestras preguntas enmarcando sus acciones en las organizaciones tomadas por casos (Techo y/o Oajnu). En futuras investigaciones deberíamos reformular las preguntas e indagar entre jóvenes que participen en diversos contextos de socialización, para poder trazar a partir de esos contrastes las similitudes y diferencias en esta dimensión de la socialización política en/con entornos digitales.

- Los usos y apropiaciones de tecnología. Esta dimensión fue fundamental para poder relevar las prácticas comunicativas y los imaginarios tecnológicos. Poder atender a las diversas redes socio-digitales (Facebook, Twitter, Instagram) de manera repetitiva y cotidiana, lxs iba entrenando en diversas acciones tales como “hacer comunidad”, identificar públicos específicos, reconocer recursos que podrían ocupar, saber mandar mails, usar el calendario de manera colaborativa, pensar los modos posibles de “construir presencia” (Reguillo, 2017), pensar y discutir modos de sentar posiciones ante cuestiones coyunturales, entre otras cuestiones que los iban obligando a planificar, organizarse, gestionar y difundir las actividades de las organizaciones con el uso de TIC, que sin dudas atravesaban todas sus prácticas. Lo que más se evidenció fue un carácter reflexivo en los diversos usos, donde el registro de la potencialidad de estas redes socio-digitales para “tener voz propia” y “entrar en diálogos” fue ineludible. Además, aquello que “aprendían” del uso de redes en el marco de las organizaciones, lo iban trasladando a otros ámbitos como el estudio, el trabajo o ayudar a familiares en micro-emprendimientos, es decir lo hacían parte de su vida cotidiana.

A raíz de estos relevamientos y análisis propusimos una tipología centrada en tres tipos de publicaciones que podían vincularse con sus “aprendizajes de lo político”, ya que entendemos que lo que finalmente aparece visible o “posteados” esconde todo un proceso de discusión y acuerdos al interior de cada organización sobre qué, cómo y cuándo publicar (Capítulo 6). Hablamos de “Calendario o Recordatorio” para referir a aquellos contenidos sobre acontecimientos por venir. Este eje aparecía como el organizador de sus publicaciones, y no tenía por finalidad aportar “discusiones” en el espacio público sino operar como un recordatorio para lxs voluntarios y para sumar nuevas personas o recursos

a la organización. Por eso decíamos que son aprendizajes más instrumentales. También identificamos publicaciones a las que denominamos “Vidriera de las actividades”, para referirnos a aquellos posteos orientados a sus públicos específicos. Por último, las publicaciones que referían a sus “Reafirmaciones de prácticas políticas”, eran aquellas donde sentaban sus posicionamientos y dejaban en claro sus valores. Estas últimas dos tipologías propiciaban aprendizajes de lo político vinculadas al saber/poder decir.

- La configuración de un espacio público ampliado. Sergio Caletti (2007) nos alertó sobre la existencia intrínsecamente “tecnológica” del espacio público, junto a una serie de características (visibilidades, auto-representación de lo social, politicidad) que ofrecieron una base desde la cual indagar esta dimensión en procesos de socialización política. Además, consideramos que la noción de “umbral” (Fernández y Vásquez, 2013) como metáfora de un imaginario espacio-temporal al mismo tiempo que opera como telón de fondo de las prácticas comunicativas nos permite pensar en los cruces, mixturas y yuxtaposiciones entre los entornos cara a cara y los digitales. Nos resultó sumamente potente esta dimensión para pensar cómo los procesos de comunicación nos atraviesan en la definición y conformación de “lo público”, “lo que es de todos”, para pensar en los cambios que esperamos en diversos planos (sociales, políticos, económicos, culturales) y que necesariamente requieren de nuestra intervención, de nuestra acción colectiva. En el capítulo 7 justamente pudimos evidenciar las dificultades y discusiones a nivel interno que ambas organizaciones fueron sorteando para “sentar posición” en el espacio público-político y para poder marcar presencia como representantes de las juventudes correntinas. Nos queda como tarea pendiente poder seguir profundizando teórica y metodológicamente en estas configuraciones.

Uno de los desplazamientos que identificamos a lo largo del trabajo es el corrimiento de la propia mirada. Lo que empezó como un proyecto que se preguntaba por la democratización y horizontalidad que los espacios digitales ofrecen a la ciudadanía en una esfera pública local, desde una mirada ilusoria y casi desprovista de datos, fue corriéndose hacia una mirada crítica aportada por la experiencia investigativa. Fue posible a partir del abordaje empírico reconocer las limitaciones que se presentan de múltiples modos: como brechas digitales, como falta de accesos a recursos o a tiempos específicos destinados a “pensar contenidos” para las redes, pero fundamentalmente porque, en los

casos aquí estudiados, lo prioritario para la experiencia juvenil a pesar de estar atravesada por entornos digitales radica en los encuentros cara a cara y en la calle.

Coincidimos con dos afirmaciones de Rosalía Wincour. Por un lado, ella plantea que *“Los jóvenes se mueven en dos mundos de experiencia diferentes pero que no son vividos como antagónicos sino como continuos, convergentes y complementarios”* (Wincour, 2009: 67). Por otro lado, esta investigadora afirma que

“la esfera de lo público en las nuevas condiciones de convergencia mediática, no define un espacio intrínsecamente democrático, plural y participativo, sino un lugar ambiguo, contingente y paradójico de intercambio de experiencias de variada índole, significativas en términos de la comunicación y socialización de los asuntos que competen a cada individuo o grupo, que eventualmente pueden adquirir el estatus de interés general.”
(Wincour, 2018:46)

Vale remarcar que a lo largo de nuestro trabajo sostuvimos este posicionamiento epistemológico. Es decir, partimos de considerar la complementariedad y convergencia entre lo que ocurre en línea y fuera de línea, en entornos digitales y en la calle, siendo ambos presenciales y territoriales. En este sentido, el trabajo de campo nos permitió matizar la idea de que la participación juvenil necesariamente se da en los espacios digitales. Como decíamos en el tercer y quinto capítulo, muchas de las expresiones de participación de los/las jóvenes en las organizaciones analizadas quedan ancladas en la calle, en los barrios y escuelas que recorren semanalmente a través de sus actividades y no tiene necesariamente un correlato constante con los múltiples espacios digitales con los que cuentan. Incluso las redes socio-digitales permanecen en un segundo plano, ya que priorizan los encuentros cara a cara.

A partir de los resultados pudimos reforzar la idea que las tecnologías y puntualmente los espacios digitales son pensados y utilizados por lxs jóvenes como herramientas y lugares en sí mismos (Piotet y Pisani, 2009), que utilizan para comunicarse, organizarse, visibilizar, compartir, difundir. El carácter de herramientas técnicas continúa ocupando un lugar importante en sus representaciones sobre las tecnologías digitales. A su vez se reconoció que las potencialidades para hacer circular su

voz y el establecimiento de una agenda propia se encuentran matizadas por lógicas y estrategias de publicación tradicionales, viéndose en la necesidad de ir construyendo vínculos con medios masivos como diarios, portales digitales, radios, en tanto catalizadores para la legitimación de la palabra (Pannunzio 2013, 2017, 2019).

Asistimos a una digitalización permanente de todo aquello que acontece a nuestro alrededor, incluso sin darnos cuenta¹²⁶. Esto, tal como vimos, nos vincula de variadas maneras con los medios digitales y con nuestro entorno, haciendo difusos los límites de lo cercano y lo distante, de lo público y de lo privado, con fuertes consecuencias en la reconfiguración de nuestras percepciones espacio-temporales. El reto pareciera consistir en lograr asimilar renovadas formas de vincularnos entre nosotrxs, en un re-establecimiento de los “modos de estar juntos” y para atender a los procesos que acontecen en nuestro entorno inmediato. Coincidimos con Campo Sánchez y Mansilla Morales (2015) quienes plantean que *“La red es escenario virtual de diálogo y participación política convirtiéndose en una nueva forma de hacer política con nuevos actores. Pero el debate se traslada a la calle, a los círculos externos a las redes”* (p. 64)

El desafío para próximas investigaciones radica, entonces, en mantener una mirada crítica y evitar partir de entusiasmos en que se puede caer al señalar las cualidades que los medios digitales y la apropiación de TIC podrían llegar a tener como generadoras de una mayor participación e involucramiento por parte de lxs jóvenes en los asuntos públicos-políticos (Wincour, 2018). Esto fundamentalmente porque los aprendizajes de lo político no se dan de manera directa con las tecnologías digitales, sino que las mismas funcionan como herramientas mediadoras, por un lado ancladas en los ámbitos de socialización secundarios donde estxs jóvenes participan y por otro lado enmarcadas en determinadas culturas políticas (Echeverría y Meyer, 2017), que en cierto modo condicionan las posibilidades de apropiación crítica de las tecnologías.

Al inicio del trabajo comentamos que mediante el estado del arte pudimos advertir que aún no existen suficientes trabajos que aborden cómo los espacios digitales operan como ámbitos particulares en la socialización política de los sujetos jóvenes, y cómo estos mismos espacios les posibilitan pensarse como sujetos políticos, problematizando sobre este espacio público particular. Consideramos que este estudio es un aporte a dicha

¹²⁶ La pandemia por Covid-19 puso en evidencia de manera tajante estos procesos, a la vez que incrementó todas las brechas asociadas con lo digital: educación, trabajo, comercio, acceso a entretenimientos, etcétera.

problemática, contribuyendo al conocimiento de las maneras en que lxs jóvenes participan en la configuración de la esfera pública contemporánea.

Como en cualquier proceso investigativo surge de manera recurrente una sensación de lo inabarcable del conocimiento. Se seleccionan y descartan algunos datos relevados y analizados, se van abriendo paso nuevas preguntas, otros enfoques, cuestiones irresueltas, puntos que habría que reforzar o vincular, lecturas inconclusas. Con esta sensación, acompañada de entusiasmo por continuar aprendiendo e investigando, nos proponemos dar un cierre a este trabajo para afrontar nuevos comienzos.

BIBLIOGRAFÍA

- ALCOCEBA HERNANDO, José Antonio (2013). Juventud, tecnologías de la información y cambio social. Perspectivas y escenarios para la socialización y la participación. En Sierra Caballero, Francisco (coord.) *Ciudadanía, tecnología y cultura. Nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital*. Editorial Gedisa, Barcelona. Pps. 181-210.
- ALVARADO, Sara Victoria; OSPINA, Héctor Fabio; BOTERO, Patricia; MUÑOZ, Germán. Las tramas de la subjetividad política y los desafíos a la formación ciudadana en jóvenes. *Revista Argentina de Sociología*, vol. 6, núm. 11, noviembre-diciembre, 2008, pp. 19-43
- ALVARADO, Sara Victoria; OSPINA-ALVARADO, María Camila; GARCÍA, (2012) Claudia María. La subjetividad política y la socialización política, desde las márgenes de la psicología política. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, vol. 10, núm. 1, enero-junio, 2012, pp. 235-256 Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud Manizales, Colombia
- ALVARADO, Sara Victoria; VOMMARO, Pablo (Comps) (2010). “*Jóvenes, cultura y política en América Latina: algunos trayectos de sus relaciones, experiencias y lecturas 1960-2000.*” - 1a ed. - Rosario: Homo Sapiens Ediciones.
- ARCE CASAL, Lucas; DEL REAL, Gerónimo (2019) “Todo meme es político. La construcción discursiva del humor político a través de los memes en Twitter y Facebook: aborto tarifazos y FMI. Segundo cuatrimestre de 2018.”. Tesis de Licenciatura en Comunicación Social. FPyCS UNLP.
- ARDÉVOL, Elisenda; et. al. (2003) “Etnografía virtualizada: La observación participante y la entrevista semiestructurada en línea”. *Athenea Digital*, N° 3, pags 72-92.
- ARENDT, Hannah (1997) *¿Qué es política?*. Paidós: Barcelona
- AUGE, Marc (2000) “*Los “no lugares” espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*”. Gedisa: Barcelona.

- BARBETTI, Pablo; SOBOL, Blanca y POZZER, José Antonio (2014) Caracterización de la situación laboral de los jóvenes en el Gran Resistencia y Corrientes (2010-2013). III Jornadas Nacionales sobre estudios regionales y mercados de trabajo.
- BAUMAN, Zygmunt. (2006) *“Modernidad Líquida”*. Fondo de Cultura Económica, Argentina: Buenos Aires. 6ta. reimposición.
- BECK, Ulrich (1999) *Hijos de la Libertad*. Fondo de Cultura Económica: México.
- BENEDICTO, Jorge. y MORÁN, María Luz. (2002) “La construcción de una ciudadanía activa entre los jóvenes”. INJUVE: Madrid.
- BENÍTEZ LARGHI, Sebastián (2018) “La experiencia juvenil del tiempo y el espacio a partir de la apropiación de las tecnologías de información y comunicación en La Plata (Argentina) Andamios. Volumen 15, número 36, enero-abril, 2018, pp. 343-368. Disponible en <http://www.scielo.org.mx/pdf/anda/v15n36/1870-0063-anda-15-36-343.pdf>
- BERETTA, Diego; TRINCHERI, Romina et. al. (2013) *“Espacios y formas de participación: las organizaciones juveniles”*. En Borobia, R., Kropff, L. y Núñez, P. (Comps.) *Juventud y Participación Política. Más allá de la sorpresa*. Cap. 1. pags.25-45. Ediciones Noveduc. Buenos Aires
- BERGER, Peter y LUCKMANN, Thomas (2003) *La construcción social de la realidad*. Amorrortu Editores, Buenos Aires
- BOMBAROLO, Félix y FERNÁNDEZ, Jorge (2002) *Historia, sentidos e impacto del voluntariado en Argentina*. Organización Poleas. Santiago de Chile. Disponible en http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/334_bom.pdf
- BONIN, Jiani Adriana; MORIGI, Valdir José (2019) *Ciudadanía en las interrelaciones entre comunicación, medios y culturas*. En Rincón Omar (Ed) *Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural*. CIESPAL. Pps. 215-240 Traducción: Alberto Pereira Valarezo
- BONVILLANI, Andrea (2012) “Hacia la construcción de la categoría subjetividad política: una posible caja de herramientas y algunas líneas de significación emergentes” En Piedrahita Echandía, C; Vommaro, P.; Díaz Gómez, A.

- (Compiladores) Subjetividades políticas: desafíos y debates latinoamericanos. Pags. 191-202
- BORELLI, Elizabeth (2014) “Reflexos da Vulnerabilidade Socioambiental nas Manifestações Musicais dos Jovens Paulistanos da Periferia” En Alvarado, Sara Victoria y Vommaro, Pablo (Comps.) “*En busca de las condiciones juveniles latinoamericanas*”. CLACSO, Buenos Aires.
- BOROBIA, Raquel.; KROPFF, L.; NÚÑEZ, Pedro. (comps.) (2013) “juventud y participación política. Más allá de la sorpresa”. Noveduc. Centro de Publicaciones educativas y material didáctico. Buenos Aires.
- BOURDIEU, Pierre; WACQUANT, Loic (2005). *Una invitación a la sociología reflexiva*. Siglo XXI Editores. Buenos Aires.
- BOURDIEU, Pierre (2007) *El sentido práctico*. Trad. Ariel Dilon. Siglo XXI Editores. Buenos Aires.
- BOURGOIS, Phillippe, (2006) ‘*Pensando la pobreza en el Gueto: Resistencia y Autodestrucción en el Apartheid Norteamericano.*’ Etnografías Contemporáneas. Año 2 N°2.
- CABRERA, Daniel. H. (2006) Lo tecnológico y lo imaginario: las nuevas tecnologías como creencias y esperanzas colectivas. 1ra edición. Buenos Aires: Biblos.
- CABRERA, Paula (2017) El estudio de la subjetividad desde una perspectiva antropológica. En Cabrera (comp.) *Antropología de la subjetividad*. Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras. UBA. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- CALETTI, Sergio (1997) Siete tesis sobre comunicación y política. *Revista Diálogos de la Comunicación*. Pps. 36-49
- (2007) Repensar el espacio de lo público; un esbozo histórico para situar las relaciones entre medios, política y cultura en AA.VV. *Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación*. Buenos Aires. n° 123. <http://bcn.gob.ar/uploads/Boletin-123.pdf>
- CALLEJO GALLEGO, Javier; GUTIERREZ BRITO, Jesús (Coords.) (2012) *Adolescencia entre pantallas. Identidades juveniles en el sistema de comunicación*. Editorial Gedisa: Barcelona.

- CALVO, Ernesto; ARUGUETE, Natalia (2020). *Fake News, trolls y otros encantos. Cómo funcional (para bien y para mal) las redes sociales*. Siglo XXI Editores: Argentina.
- CAMPO SÁNCHEZ, Carlos; MANSILLA MORALES, José Manuel (2015) “La socialización política en la sociedad del conocimiento” *Revista Internacional de Tecnología, Conocimiento y Sociedad* 4 (1), (pp. 57-67) <https://journals.epistemopolis.org/index.php/tecnoysoc/article/view/896> (última consulta, 28/06/19)
- CASTELLS, Manuel (1997) *La era de la información: economía, sociedad y cultura*, Volumen I, La Sociedad Red. Editorial Alianza: Madrid.
- CASTORIADIS, Cornelius (2006) *Figuras de lo pensable*. Fondo de Cultura Económica, México.
- CEFAI, Daniel (2011) Diez propuestas para el estudio de las movilizaciones colectivas. De la experiencia al compromiso. *Revista de Sociología* N° 26, 2011, pp. 137-166. Disponible en <https://revistas.uchile.cl/index.php/RDS/article/view/27491/29165>
- (2003) «Acción asociativa y ciudadanía común: ¿La sociedad civil como matriz de la res pública?» En Benedicto, Jorge; Morán, María Luz. *Aprendiendo a ser ciudadanos. Experiencias sociales y construcción de ciudadanía entre los jóvenes*. (91-115). Madrid: Injuve.
- CHAVES, Mariana (2009) “Investigaciones sobre juventudes en la Argentina: estado del arte en ciencias sociales 1983-2006.” *Papeles de trabajo. Revista electrónica del Instituto de Altos Estudios Sociales de la Universidad Nacional de General San Martín*. ISSN: 1851-2577. Año 2, n° 5, Buenos Aires, junio de 2009
- (2010) *Jóvenes, territorios y complicidades. Una antropología de la juventud urbana*. Espacio editorial, Buenos Aires.
- CHAVES, Mariana; SEGURA, Ramiro (2015) *Hacerse un lugar. Circuitos y trayectorias juveniles en ámbitos urbanos*. Editorial Biblós: Buenos Aires.
- CHOMNALEZ, Valeria. y PALAZZO, Georgina. (2014) *Eje jóvenes, comunicación y tecnologías*. En Borobia Raquel Carmen (Coord) *Estudio sobre juventudes*

- en Argentina III: de las construcciones discursivas sobre lo juvenil hacia los discursos de las y los jóvenes. Publifadecs, Neuquén, Argentina. Pps. 95-126.
- COBO ROMANÍ, Cristóbal; PARDO KUKLINSKI, Hugo. (2007). Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF
- CROVI DRUETTA, Delia (2013a) *Matrices digitales en la identidad juvenil*. En Francisco Sierra Caballero (Coord) Ciudadanía, Tecnología y Cultura. Nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital. Editorial Gedisa, Barcelona. Pps. 211-231
- (2013b) *Repensar la apropiación desde la cultura digital*. En Susana Morales y María Inés Loyola (compiladoras) Nuevas perspectivas en los estudios de comunicación. La apropiación tecno-mediática. 1a ed. Buenos Aires: Imago Mundi. Pps. 11-24.
- (2018) De jóvenes, redes digitales y utopías no resueltas. En Crovi Druetta (Coord) Prácticas Comunicativas en entornos digitales. D.R. Universidad Nacional Autónoma de México: CDMX.
- DE CERTEAU, Michel (2000) La invención de lo cotidiano. 1- Artes de Hacer. Universidad Iberoamericana: México.
- DELGADO SALAZAR, Ricardo; ARIAS HERRERA, Juan Carlos. La acción colectiva de los jóvenes y la construcción de ciudadanía Revista Argentina de Sociología, vol. 6, núm. 11, noviembre-diciembre, 2008, pp. 272-296 <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26911765014>
- DUKUEN, Juan (2018) Socialización política juvenil en un colegio de clases altas (Buenos Aires, Argentina). Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, 16(2), 867-880. doi:<https://doi.org/10.11600/1692715x.16215>
- ECHEVERRÍA, Martín; MEYER, José Antonio (2017) Internet y socialización política. Consecuencias en la participación juvenil. Anagramas. Vol 15, Num 30, pp. 29-50. DOI: 10.22395/angr.v15n30a1
- ESTALELLA, Adolfo; ARDÉVOL, Elisenda, y Otros (Coords) (2006). “Etnografías de lo Digital”. Grupo de Trabajo. III Congreso Online- Observatorio para la Cibersociedad “Conocimiento Abierto, sociedad libre”. Del 20/11/2006 al

03/12/2006 Disponible en <http://mediacions.net/wp-content/uploads/etnografias-digital-actas.pdf> última fecha de consulta: 8/4/2019

FEIXA, Carles (2014) *De la Generación @ a la # Generación. La juventud en la era digital*, Ned Ediciones, Barcelona

----- (2006) "Generación XX. Teorías sobre la juventud en la era contemporánea". *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud. Vol. 4, N° 2*.

----- (1998) *De jóvenes, bandas y tribus. Antropología de la juventud*. Editorial Ariel S. A: Barcelona.

----- (2000) "*Generación @. La juventud en la era digital*", *Nómadas, Bogotá, 13 (octubre): 76-91*.

FEIXA, Carles; FERNÁNDEZ-PLANELLAS, Ariadna (2014) "*Generación @ versus Generación #. La juventud en la era hiperdigital*". En Amparo Huertas; Mònica Figueras Maz (Eds.) (2014): *Audiencias juveniles y cultura digital*. Bellaterra : Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona. I. pps. 35-54.

FERNÁNDEZ, Mariano; LÓPEZ, Matías David (Eds) (2013) "*Lo público en el umbral. Los espacios y los tiempos, Los territorios y los medios*". Universidad Nacional de La Plata: La Plata. https://perio.unlp.edu.ar/iicom/sites/perio.unlp.edu.ar/iicom/files/lo_publico_en_el_umbral_final_1.pdf

FREIDIN, Betina. (2007) *El proceso de construcción del marco teórico en el diseño de una investigación cualitativa*. En Ruth Sautu (comp.) *La práctica de la investigación cuantitativa y cualitativa. Articulación entre la teoría, los métodos, y las técnicas*. Buenos Aires: Lumiere.

----- (2016) *La elaboración de matrices cualitativas y esquemas conceptuales*. Clase Unidad 5. Curso Estrategias de Análisis cualitativo: Codificación, matrices y esquemas conceptuales. CIES.

FREIRE, Paulo (2012) *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI Editores. Buenos Aires

GALUP, Luciano. (2019) *Big data y política. De los relatos a los datos. Persuadir en la era de las redes sociales*. Ediciones B: Buenos Aires.

- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1995) Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. Grijalbo: México.
- (2004) Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad. Editorial Gedisa, Barcelona.
- GÓMEZ ESTEBAN, J. (2012). Los meandros de las narrativas políticas juveniles. En P. Echandía, D. Gómez, & Vommaro, Subjetividades políticas: desafíos y debates latinoamericanos (págs. 131-154). Bogotá: Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- GONZALEZ FOUTEL, Laura Marcela (2013) “Acción colectiva, construcción de espacio público y participación”. En Pérez Rubio y Oraisón “Estudios sobre participación. Procesos, sujetos y contextos.” Moglia Ediciones, Corrientes, Argentina. pps. 95-120.
- (2014) Presupuesto Participativo y cultura política: Análisis del caso de la ciudad de Corrientes. VIII Jornadas de Sociología de la UNLP, 3 al 5 de diciembre de 2014, Ensenada, Argentina. En Memoria Académica. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.4370/ev.4370.pdf
- GORDO LÓPEZ, Ángel; et al (2018) Jóvenes en la encrucijada digital. Itinerario de socialización y desigualdad en los entornos digitales. Ediciones Morata, Madrid, España.
- GUBER, Rosana (2001) La etnografía. Método, campo y reflexividad. Grupo Editorial Norma: Bogotá. Disponible en <https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/guber-r-2001-la-etnografia.pdf>
- (2015): “El registro de campo en ciencias sociales: Consignación textual y reflexiva en la constitución analítica de la realidad empírica”. En Métodos Cualitativos para la Investigación Social Contemporánea: técnicas y claves en etnografía y análisis del discurso, IDES (<http://cursos.ides.org.ar/>), Argentina.
- (2015): “La articulación etnográfica”. En Métodos Cualitativos para la Investigación Social Contemporánea: técnicas y claves en etnografía y análisis del discurso, IDES (<http://cursos.ides.org.ar/>), Argentina.

- HABERMAS, Jürgen (1982) *Historia y crítica de la opinión pública*, Gustavo Gili, Barcelona,
- HINE, Christine (2004) *Etnografía virtual*. Editorial UOC: Barcelona.
- HUBERMAN, M. A. y M.B. MILES (1994) “Manejo de datos y métodos de análisis”, en Denzin, N. y Y. Lincoln (eds.) *Handbook of Qualitative Research*, Londres, Sage (Documento Nro. 1 de la cátedra Sautu de Metodología de la Investigación Social I, II y III de la Carrera de Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, traducción resumida por García Hamilton Julieta).
- JACOBO CAMBIASO, Guillermina; MESTRES, Mercedes (2015) *La sede TECHO Corrientes Chaco como espacio de encuentro de sus voluntarios para formarse colectivamente en aspectos institucionales y crítico-reflexivos*. Tesis para optar por el título de Licenciadas en Comunicación Social, Facultad de Humanidades, Universidad Nacional del Nordeste.
- JENKINS, Henry (2008) “*Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*”. Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona.
- KEANE, J. (enero-abril, 1997). Transformaciones estructurales de la esfera pública. *Estudios Sociológicos*, 43, 47-77.
- KYMLICKA, Will (1997). El retorno del ciudadano. Una revisión de la producción reciente en teoría de la ciudadanía. *Ágora*, núm. 7, pp. 5-42. University of Ottawa.
- KRAUSKOPF, Dina (2008) “Dimensiones de la participación en las juventudes contemporáneas latinoamericanas”, en Revista *Pensamiento Iberoamericana*, num 3, segunda época.
- KRIGER, Miriam (2013). “La invención de la Juventud, entre la muerte de las naciones y su resurrección”. En “Juventudes en la Argentina y América Latina: cultura, política e identidades del siglo XX al XXI”. CAICYT CONICET (<http://cursos.caicyt.gov.ar>), Argentina.
- LAGO MARTÍNEZ, Silvia; MÉNDEZ, Anahí y GENDLER, Martín (2017) *Teoría, debates y nuevas perspectivas sobre la apropiación de tecnologías digitales*. En Cabello, R. y López, A. (Eds) *Contribuciones al estudio de procesos de*

- apropiación de tecnologías*. Rada Tilly : Del Gato Gris ; Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Red de Investigadores sobre Apropiación de Tecnologías
- LAHIRE, Bernard. Infancia y adolescencia: De los tiempos de socialización sometidos a constricciones múltiples. *Revista de Antropología Social*, 2007, 16, pps. 21-38. <https://revistas.ucm.es/index.php/RASO/article/view/9963>
- LEMUS, Magdalena (2017) Jóvenes frente al mundo. Las tecnologías digitales como soporte de la vida cotidiana. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud 2017, vol. 15, nro. 1, p. 161-172*
- LEVY, Pierre. (2007) *Cibercultura*. México: Anthropolos
- (2000) Las tecnologías de la inteligencia. El futuro del pensamiento en la era informática. Disponible en <https://elsudamericano.files.wordpress.com/2012/03/las-tecnologias-de-la-inteligencia-pierre-lc3a9vy.pdf>
- LIPOVETSKY, Gilles (2000) *“La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. 13ª Edición. Editorial Anagrama, Barcelona.
- LÓPEZ, Silvina; et. al (2018) Dinámica y tendencia en la expansión urbana del Gran Corrientes y su área de influencia. *Revista Geográfica Digital*. IGUNNE. Facultad de Humanidades. UNNE. Año 15. N° 30. Julio – Diciembre 2018. ISSN 1668-5180 Resistencia, Chaco. DOI: <http://dx.doi.org/10.30972/geo.15303543>
- MARCALETTI, Mariana. (2011). “Londres. La revancha 2.0 de los excluidos.” Columna de opinión. *Newsweek*. 17 de agosto de 2011, p.28.
- MARCUS, George. (2001) “Etnografía en/del sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal.” *Alteridades* 11 (22): Págs. 111-127. Primera Edición (1995)
- MARCÚS, Juliana (2011) “La ciudad múltiple. Percepciones, usos y apropiaciones del espacio urbano” en Mario Margulis; Marcelo Urresti; Hugo Lewin y otros (Coords.) *Las tramas del presente, desde la perspectiva de la sociología de la cultura*. Editorial Biblos, Buenos Aires. Pps. 137-150
- MARINAS, José Miguel (1995) Estrategias narrativas en la construcción de la identidad. En revista *Isegoría* N° 11. Págs. 176-185

- MARRADI, Alberto; ARCHENTI, Nélica; PIOVANI, Juan Ignacio (2007) *“Metodología de las ciencias sociales”*. Emecé editores, Buenos Aires.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (2015) ¿Desde dónde pensamos la comunicación social hoy? Revista Chasqui. Num 128. Pps. 13-29. Recuperado de <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2545>
- (2017) Jóvenes. Entre el palimpsesto y el hipertexto. Edición a cargo de Carles Feixa y Mónica Figueras. NED Ediciones, Barcelona.
- (1983) *“Memoria, Narrativa e industria cultural”*. En Comunicación y cultura N° 10, UAM-Xochimilco, México.
- (2002) Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Fondo de Cultura Económica, México.
- (2006 a) “Pensar juntos espacios y territorios” en: [Des] Territorialidades y [No] Lugares, D. Herrera y C. E. Piazzini (eds.). Universidad de Antioquia, Medellín
- (2006 b) “Nuevas visibilidades políticas de la ciudad y visualidades narrativas de la violencia” en Revista Crítica cultural, N° 33, Santiago de Chile.
- MARTINEZ PINEDA, María Cristina; CUBIDES, Juliana (2012) Sujeto y Política: vínculos y modos de subjetivación. Revista Colombiana de educación, N°63, pp. 67-88
- MARTUCCELLI, Danilo (2007). *Cambio de rumbo: la sociología a escala del individuo*. Santiago: LOM Ediciones.
- MATA, María Cristina (2012). Comunicación, Ciudadanía y poder. Pistas para pensar su articulación. Revista Diálogos de la Comunicación. N° 56. Págs. 65-75. Disponible en: <http://www.dialogosfelafacs.net/comunicacion-ciudadania-y-poder-pistas-para-pensar-su-articulacion/>
- MAXWELL, Joseph Alex (1996) A model for Qualitative Research Design. En Qualitative Research Design. An interactive approach. (pp. 1-13). Thousand Oaks: SAGE.
- MEAD, George Herbert (1953) *Espíritu, persona y sociedad*, Buenos Aires, Paidós.
- MEAD, Margaret (1980) Cultura y compromiso. Estudio sobre la ruptura generacional. Gedisa: Barcelona

- MITCHELSTEIN, Eugenia (2017) Ciudadanía digital. En Levy Yeyati, E (Comp) 100 políticas para la Argentina del 2030. Ciudad de Lectores, Buenos Aires. <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/100-politicas-para-la-argentina-del-2030.pdf>
- MILES, M. B; HUBERMAN A. M., y SALDAÑA J. (2014) “Designing Matrix and Network Displays”, en *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Los Angeles: Sage. En “Diseñando matrices y redes para el despliegue de los datos cualitativos”. Documento Nro. 96 de la cátedra Sautu de Metodología de la Investigación Social I, II y III de la Carrera de Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, traducción resumida por Freidin Betina.
- MORALES, Susana; LOYOLA, María Inés (2013) La dinámica de la apropiación tecno-mediática. En Morales y Loyola (Comps) *Nuevas perspectivas en los estudios de comunicación. La apropiación tecno-mediática*. Imago Mundi: Buenos Aires.
- MORÁN, María Luz (2003) “Aprendizajes y espacios de la ciudadanía: para un análisis cultural de las prácticas sociopolíticas”. *Revista Íconos* N° 15. Pags. 31-43
- MORENO GÁLVEZ, Francisco Javier (2015) Ciudadanía y apropiación tecnológica. Herramientas para el análisis de las prácticas comunicativas de los sujetos en torno a las nuevas tecnologías. *Revista Internacional de Pensamiento Político – I Época - Vol. 10 - 2015 - [71-83] - ISSN1885-589X*
- MUROLO, Norberto Leonardo (2014) Hegemonía de los sentidos y usos de las tecnologías de la comunicación por parte de jóvenes del conurbano bonaerense sur. Estudio realizado en Quilmes 2011-2014. Tesis para optar al título de Doctor en Comunicación, FPyCS UNLP. Disponible en http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/43080/Documento_completo.pdf?sequence=2
- NATALUCCI, Ana (2018) El neoliberalismo en acto: políticas sociales y experiencias organizativas en Argentina (2009-2016). *Polis. Revista Latinoamericana*, N° 49, 2018, pp. 103-125. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/polis/v17n49/0718-6568-polis-17-49-00103.pdf>

- NÚÑEZ, Pedro. (2013). “La política en la escuela: Sensibilidades juveniles, justicia y derechos” En “Juventudes en la Argentina y América Latina: cultura, política e identidades del siglo XX al XXI”. CAICYT CONICET (<http://cursos.caicyt.gov.ar>), Argentina.
- ORAIÓN, María Mercedes; et. al. (2014) “*Acercamientos a la subjetivación política y a la socialización política. Una propuesta de análisis*” En AA.VV. *Entrecruzamientos: Perspectivas disciplinares y filosofía*. Editorial El Autor, Corrientes. (pags. 265-274)
- ORAIÓN, María Mercedes (2015) *La subjetivación en clave de individuación. La perspectiva de J. Habermas*. I Congreso Latinoamericano de Teoría Social. Instituto de Investigaciones Gino Germani. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Disponible en: <https://www.aacademica.org/000-079/25>
- ORTÍZ-RUIZ, Nicolás (2011) *Producción de sentidos en jóvenes y organizaciones juveniles del municipio de Santiago de Cali-Colombia*. Tesis para optar al grado de Magister en Ciencias Sociales con mención en Sociología de la Modernización. Santiago de Chile.
- (2016) ¿Qué mueve a las organizaciones juveniles? *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 14 (1), pp. 531-543.
- PALACIOS-MENA, Nancy y HERRERA-GONZÁLEZ, José Darío (2013). Subjetividad, socialización política y derechos en la escuela. *magis, Revista Internacional de Investigación en Educación*, 5 (11), 413-437.
- PANNUNZIO, María Florencia (2013) “Utilización de Facebook como herramienta de comunicación: El caso de la Usina Cultural”. Tesis para optar por el título de Licenciada en Comunicación Social. Universidad Nacional del Nordeste.
- (2016) “Ser y estar juntos en tiempos de inmediatez”. En *Revista NEXUS* N° 20. Universidad del Valle, Cali, Colombia. Pps. 36-51. Disponible en <http://nexus.univalle.edu.co/index.php/nexus/article/view/1833/1938>. DOI <https://doi.org/10.25100/nc.v0i20.1833>
- (2017) *Imaginarios tecnológicos. Socialización y espacios digitales en jóvenes de la ciudad de Corrientes, Argentina*). XVI Encuentro Latinoamericano de

Facultades de Comunicación Social FELAFACS Re-Evolución: Mundos Reales y Virtuales en la Comunicación y el Periodismo. Del 18 y 20 de octubre del 2017 en Valparaíso, Chile

----- (2019) El espacio público ampliado: jóvenes, circulación de voces y tomas de posicionamiento. *Actas de periodismo y comunicación. Vol 5, Num 2.* Disponible en <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/5763/4987>

----- (2020) Aprendizajes políticos en organizaciones juveniles: Abordajes territoriales en la calle y en las redes digitales. En PANNUNZIO, María Florencia y CAMPUSANO, Marina Noemí. (Coords) *Interpelaciones y militancias juveniles. Estudios sobre juventudes en escenarios provinciales.* En Prensa

PARISER, Eli (2017) El filtro burbuja. Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos. Editorial Taurus: España.

PARDO KUKLINSKY, Hugo (2010) Geekonomía. Un radar para producir en el postdigitalismo. UBe, colección transmedia.

PÉREZ RUBIO, Ana María; ORAISON, Mercedes (2013) Estudios sobre participación. Procesos, sujetos y contextos. Moglia Ediciones, Corrientes, Argentina.

PIEDRAHITA ECHANDÍA, Claudia; DÍAZ GÓMEZ, Álvaro; VOMMARO, Pablo (Comps.) (2013). "*Acercamientos metodológicos a la subjetivación política: Debates latinoamericanos*". Universidad Distrital Francisco José de Caldas, CLACSO, Bogotá. Disponible en: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20140425024728/AcercamientosMetodologicosALaSubjetividad.pdf>

PIEDRAHITA ECHANDÍA Claudia; DÍAZ GÓMEZ Avaro; VOMMARO Pablo. (2012). *Subjetividades políticas: desafíos y debates latinoamericanos.* Bogotá: Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

PISANI, Francis; PIOTET, Dominique (2009) La alquimia de las multitudes. Cómo la web está cambiando el mundo. Paidós Comunicación. México.

PRENSKY, Marc (2001) Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon* (NCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001

- RABOTNIKOF, Nora (1993) Lo público y sus problemas: notas para una reconsideración. *Revista internacional de filosofía política*, ISSN 1132-9432, N° 2, 1993, págs. 75-98 http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:filopoli-1993-2-C04E1B1F-B9D9-F0CB-DF7D-185DF6E5C990/publico_problemas.pdf
- RANCIÈRE, Jacques (2007). *El desacuerdo. Política y filosofía*. Argentina: Nueva Visión.
- REGUILLO, Rossana (2012) “Culturas juveniles: Formas políticas del desencanto.” Siglo veintiuno editores: Buenos Aires.
- (2017) *Paisajes insurrectos. Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio*. NED Ediciones. España.
- (2004) Los estudios culturales. El mapa incómodo de un relato inconcluso. En Portal de la Comunicación Incom. Barcelona. Disponible en: <http://www.portalcomunicacio.com/download/16.pdf>
- (Febrero, 2013) Jóvenes en la encrucijada contemporánea: en busca de un relato de futuro. En Asamblea Plenaria del Concejo Pontificio de la Cultura. Guadalajara, Jal.
- REGUILLO, Rossana.; FEIXA, Carles; BALLESTÉ, Eduard. (2018) Rossana Reguillo, Carles Feixa y Eduard Ballesté conversan sobre paisajes juveniles sumergidos, emergentes e insurrectos. *Metamorfosis, Revista del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud*. N° 9. - Diciembre, 2018. Págs. 2-26
- RODRÍGUEZ, María Graciela (2019) Del mediocentrismo a un mirar antropológico sobre los medios. Ciudadanía, democracia y mediatización de lo público. *REVCOM* N° 9, 2019. DOI: <https://doi.org/10.24215/24517836e018>
- RUEDA, Yolanda (2016) Hacia un voluntariado abierto, innovador y conectado. *Revista Estudios de Juventud*, N° 114, pp. 83-94. Recuperado de http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/28/publicaciones/documentos_6_hacia_un_voluntariado_abierto_innovador_y_conectado.pdf
- SAINTOUT, Florencia (2009) Jóvenes: el futuro llegó hace rato. Percepciones de un tiempo de cambios: familia, escuela, trabajo y política. Prometeo Ediciones, Buenos Aires.

- (2011) “Política y juventud: transformaciones en el cruce de siglos” en Chardon, María Cristina (coord.) *“Transformaciones del espacio público: los actores, las prácticas, las representaciones”*. La Crujía. Buenos Aires. pags. 53-64
- (2013) Los jóvenes en la Argentina. Desde una epistemología de la esperanza. Editorial Universidad Nacional de Quilmes. Bernal
- SAUTU, Ruth. (2005). *Todo es Teoría. Objetivos y Métodos de investigación*. Editorial Lumiere: Buenos Aires.
- SCOLARI, Carlos (2008) *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa, Buenos Aires.
- SCOLARI, C; WINCOUR, R; PEREIRA, S.; BARRENECHE, C (2018) Alfabetismo transmedia, una introducción. *Comunicación y Sociedad*, 33, septiembre-diciembre, 2018, pp. 7-13.
- SERNA, L. (2000) “Las organizaciones juveniles. De los movimientos sociales a la autogestión” En Jóvenes. Revista de Estudios sobre juventud. Nueva época. Año 4, Nº 11, 114-130. México DF. Abril-junio
- SERRANO PUCHE, Joaquín (2013) Vidas conectadas: tecnología digital, interacción social e identidad. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 18 Nº Especial Noviembre. Págs. 353-364.
- SIBILIA, Paula (2008) *“La intimidad como espectáculo”*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires
- STRAUSS, William; HOWE, Neil (2000) *Millennials Rising: The Next Great Generation* Knopf Doubleday. Publishing Group
- SVAMPA, Maristella (2000) *Desde abajo: La transformación de las identidades sociales*. Editorial Biblos, Universidad Nacional de General Sarmiento. Primera reimpresión (2003). Buenos Aires.
- TAPSCOTT, Dan (1998). *Growing Up Digital. The Rise of the Net Generation*. New York: McGraw Hill
- TASSIN, Etienne (2012) De la subjetivación política. Althusser/Rancière/Foucault/Arendt/Deleuze Revista de Estudios Sociales No. 43. Bogotá. Págs. 36-49

- TAYLOR, Charles (1996) *Fuentes del yo: La construcción de la identidad moderna*. Ediciones Paidós, Barcelona.
- URRESTI, Marcelo; LINNE, Joaquín; BASILE, Diego. (2015) *Conexión Total. Los jóvenes y la experiencia social en la era de la comunicación digital*. Grupo Editor Universitario, Buenos Aires.
- URTEAGA, Maritza y GARCÍA CANCLINI, Néstor (2017) Diálogos: Maritza Urteaga y Néstor García Canclini conversan sobre la juventud en las ciencias sociales: delincuentes, consumidores, migrantes o actores alternativos. En *Metamorfosis*, revista del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. N° 6. Pags. 2-27
- VAN DIJCK, José (2016) *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI Editores, Buenos Aires.
- VÁZQUEZ, Mariano (2018) *Esfera Pública Virtual, una lectura política y comunicacional de lo público en la web*. *Inmediaciones de la Comunicación*. Vol.13 N°1. Pags. 49-69 DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2018.13.1.2825>
- VÁZQUEZ, Melina (2007). “Apuntes sobre la socialización política de jóvenes piqueteros”, en Villanueva, E. y Massetti, A. (Comps.), *Movimientos sociales y acción colectiva hoy*. Prometeo: Buenos Aires, pp. 136-147. ISBN: 978-987-574-204-8.
- VOMMARO, Pablo (2012) “Los procesos de subjetivación y la construcción territorial: un acercamiento desde experiencias de organizaciones sociales en Buenos Aires”. En Piedrahita Echandía, C; Vommaro, P.; Díaz Gómez, A. (Compiladores) *Subjetividades políticas: desafíos y debates latinoamericanos*. Pags. 63-76
- (2013) “Relaciones entre juventudes, políticas y culturas en la Argentina y en América Latina actuales: Miradas desde las formas de participación política de los jóvenes en movimientos sociales y desde las políticas públicas”. En “*Juventudes en la Argentina y América Latina: cultura, política e identidades del siglo XX al XXI*”. CAICYT CONICET (<http://cursos.caicyt.gov.ar>), Argentina.

- (2015) *Juventudes y políticas en la Argentina y en América Latina: tendencias, conflictos y desafíos*. Grupo Editor Universitario: Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- WELSCHINGER LASCANO, Nicolás (2015) *Nuevas tecnologías digitales en acción: “Estar conectado” en la experiencia de jóvenes de sectores populares en el marco del Programa Conectar Igualdad en el Gran La Plata* en *Astrolabio, Nueva Época*. N° 14. pps. 435-460. Disponible en: <http://revistas.unc.edu.ar/index.php/astrolabio/article/viewFile/11024/12053>
- WILLIAMS, Raymond. (2011) *Televisión: tecnología y forma cultural*. Buenos Aires: Paidós.
- (1992) *Historia de la Comunicación*. Vol 2. Bosch, Madrid. Capítulo 4 “tecnologías de la comunicación e instituciones sociales”. Pps. 181-209
- WINCOUR, Rosalía. (2006) Internet en la vida cotidiana de los jóvenes. *Revista Mexicana de Sociología*. 68, N° 3 (julio-septiembre 2006) DOI: <http://dx.doi.org/10.22201/iis.01882503p.2006.003.6069>
- (2009) *Robinson Crusoe ya tiene celular*. México: Siglo XXI Editores.
- (2012). “La intimidad de los jóvenes en las redes sociales. Transformaciones en el espacio público y privado”. En: *TELOS: cuadernos de comunicación e innovación*, n° 91, abril-junio, pp. 79-88
- (2018) “Desafíos teóricos, políticos y metodológicos para abordar el estudio de la participación ciudadana en la convergencia mediática”. En *REVCOM. Año 3, #6, julio de 2018*. Encuentros. ISSN 2451-7836. Pps. 45-55.
- ZAMPANI, Roberto (2003) *La sociedad civil organizada. Revisando conceptos para su comprensión*. IV Conferencia Regional ISTR-LAC. Costa Rica. Disponible en <http://www.lasociedadcivil.org/wp-content/uploads/2014/11/robertozampani.pdf>
- ZEMELMAN, Hugo (1989) *De la historia a la política. La experiencia de América Latina*. Siglo veintiuno editores: México.

Documentos de las organizaciones:

AA.VV. (2013) III Foro Nacional de la Juventud “Yvytu Mita”- Informe final. OAJNU.

https://issuu.com/marvelaz/docs/foro_nacional_de_la_juventud_oajnu_

AA.VV. (2016) Relevamiento de Asentamientos Informales 2016- Techo.

[https://www.techo.org/argentina/wp-](https://www.techo.org/argentina/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/Informe-Relevamiento-de-Asentamientos-Informales-2016-TECHO-Argentina.pdf)

[content/uploads/sites/3/2019/04/Informe-Relevamiento-de-Asentamientos-Informales-2016-TECHO-Argentina.pdf](https://www.techo.org/argentina/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/Informe-Relevamiento-de-Asentamientos-Informales-2016-TECHO-Argentina.pdf)

Informes:

Area de Desarrollo Social y Sociedad Civil del CEDES (2002) “Prácticas y representaciones del voluntariado. Una investigación cualitativa sobre perfiles en Argentina”. Recuperado de https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/8.practicas_y_representaciones_del_voluntariado.pdf

Corporación Latinobarómetro. (2018) Informe 2018. Recuperado de <http://www.latinobarometro.org/lat.jsp>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INDEC (2018) Acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación. EPH. Informes técnicos vol. 2, N°92. Ciencia y Tecnología. Recuperado de https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mautic_05_18.pdf

ANEXOS

Los materiales anexos se encuentran disponibles en la siguiente **carpeta de Drive**:

<https://drive.google.com/drive/folders/1wwcY4R4KdapIdbmS9ZaaWoB94IobHPdV?usp=sharing>

Allí podrán encontrar:

- A) Modelo de las entrevistas semi-estructuradas
- B) Las transcripciones de las entrevistas
- C) Los registros de espacios digitales por cada organización (Sistematización en cuadros de Excel)
- D) Capturas de imagen de momentos relevantes
- E) Fotos propias tomadas durante el trabajo de campo
- F) Documentos de las organizaciones

Listado de Codificación final en Atlas Ti:

- Adultos
- Apropiación
- Ciudad
- Ciudadanía
- Datos/edad/estudios/profesión
- Democracia
- Difusión
- Estrategias de Aprendizaje (EA)
- Espacio digital
- Espacios presenciales
- Facebook
- Ingreso a la organización
- Interrelación (presencial-digital)
- Jóvenes, juventudes, juvenil (JJJ)
- Lo público
- Mail
- Normas/valores (N/V)
- Oajnu
- Posicionamientos/visiones (P/V)
- Lo político/la política (Pol)
- Políticas públicas
- Roles / Competencias (R/C)
- Techo
- Voluntariado (Vol)
- Whatsapp