



ENACOM
2016

Memorias del
**XIV Encuentro Nacional
de Carreras de Comunicación**



Fadeccos
Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social

**MEMORIAS DEL XIV ENCUENTRO NACIONAL DE
CARRERAS DE COMUNICACIÓN**

ENACOM

**MEMORIAS DEL XIV ENCUENTRO NACIONAL DE
CARRERAS DE COMUNICACIÓN**

ENACOM

Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social

Universidad Nacional de Jujuy

Universidad Católica de Santiago del Estero - DASS

San Salvador de Jujuy

2016

Memorias del XIV Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación : ENACOM Jujuy 2016 / Claudio Avilés Rodilla ... [et al.] ; compilado por Carlos Federico González Pérez; Marcelo Andrés Brunet ... [et al.]. - 1a ed . - San Salvador de Jujuy : Universidad Nacional de Jujuy, 2016.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga

ISBN 978-987-3926-18-1

1. Comunicación. 2. Epistemología. 3. Historia. I. Avilés Rodilla, Claudio II. González Pérez, Carlos Federico, comp.

CDD 302.2



UNJu
Universidad
Nacional de Jujuy



Fadeccos
Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social

© 2016 Universidad Nacional de Jujuy
Avda. Bolivia 1239 - CP 4600
San Salvador de Jujuy - Pcia. de Jujuy - Argentina

© 2016 Universidad Católica de Santiago del Estero
Lavalle 333 - CP 4600
San Salvador de Jujuy - Pcia. de Jujuy - Argentina

2016 1ra. Edición

ISBN 978-987-3926-18-1

Diagramación interior: Dr. Claudio Avilés Rodilla
Gráfica y diseño de tapa: Tec. Julio Toconás

Los compiladores, la Universidad Nacional de Jujuy y la Universidad Católica de Santiago del Estero, no se responsabilizan por la actualidad, exactitud, calidad o completitud de la información incluida en este volumen ni por ningún tipo de perjuicio que de lo aquí expuesto se pudiera derivar. La presentación formal de los artículos es responsabilidad de los autores en el marco de los requerimientos establecidos por la organización de ENACOM.

Socialización política juvenil con la mediación de espacios digitales: Techo y OAJNU en la ciudad de Corrientes

María Florencia Pannunzio
Centro de Estudios Sociales UNNE – CONICET
pannunzioflorencia@gmail.com

Introducción

En este trabajo procuro describir las prácticas e interacciones que los jóvenes integrantes de organizaciones de la sociedad civil llevan a cabo en el espacio digital. Partiendo de la premisa que los espacios digitales actúan como escenarios de socialización política, me interesa profundizar cómo los jóvenes se apropian de los mismos en relación a su participación en organizaciones sociales con fuerte presencia territorial en la ciudad de Corrientes, como TECHO y OAJNU, y los sentidos que le atribuyen en sus concepciones sobre la organización a la que pertenecen y a su accionar.

Estas líneas se desprenden de mi proyecto tesis doctoral donde pretendo analizar cómo jóvenes agrupados en organizaciones de la sociedad civil reflexionan con el apoyo de los espacios digitales (como *herramientas* y como *lugar*) en la construcción de su subjetividad política: esto es, la configuración subjetiva con la cual se reconocen a sí mismos y a su capacidad de agencia, y cómo el contacto establecido con otros y con el espacio social habilitado por las tecnologías pueden incidir en sus discusiones sobre lo político y lo público.

Esta propuesta, a su vez, se enmarca en un proyecto de investigación mayor, denominado "*Subjetivación política y juventud. Estudio de casos múltiples y comparados en Corrientes y Resistencia*" (aprobado por la SGCyT UNNE, por el período 2013-2016). Allí uno de los supuestos principales, es que cada espacio interpela de modos distintos a los "jóvenes"¹, por lo cual la descripción de los ámbitos de socialización permite en principio echar luz sobre los condicionantes de la participación.

¹ No hablamos de jóvenes como si existiera una categoría homogénea, pero sí nos interesa remarcar que en cada espacio se pre-figura modos de interpelación a los jóvenes: se les otorga un lugar, piensan unas prácticas y posibles discursos para nombrarlos, aunque en los procesos empíricos hayan tensiones y negociaciones con esas ideas. Por el contrario, reconocemos que hay diversos modos de ser jóvenes. Como decía Borelli "jóvenes con edades iguales viven juventudes desiguales" (Borelli, 2014, p. 128)

Parto de dos premisas: que los espacios digitales actúan como escenarios de socialización política; y que los espacios digitales se complementan de múltiples modos con lo “no digital”, es decir con los encuentros cara a cara, sin mediaciones técnicas. Este posicionamiento responde a *“la superación de la asociación de lo tecnológico con la “novedad”*² (Chomnalez, Valeria; Palazzo, Gabriela, 2014), intentando focalizar más bien en los procesos comunicacionales que se producen y las continuidades y discontinuidades que presenta en relación con los modos de comunicación “tradicionales”.

La pregunta por la socialización política en los contextos actuales.

Es preciso detallar algunas consideraciones sobre la importancia del estudio de los procesos de socialización política de jóvenes hoy, especialmente cuando en Latinoamérica están sucediendo fuertes procesos de cambio en los gobiernos políticos, y cuando el estallido del orden social (específicamente en las concepciones de tiempo/espacio como contiguas) nos llevan a actualizar el debate sobre el aprendizaje de las disposiciones básicas con las que nos sumamos, en tanto sujetos, a una cultura política.

En los estudios sobre la temática 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”, con un giro a gobiernos de derecha, que accedieron a los gobiernos tanto por medio de las urnas (como en el caso de Argentina) como por medio de juicios políticos (Brasil) o por la finalización de mandatos (Bolivia). 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)

² Esta afirmación fue remarcada desde la Red Nacional de Investigadores en Juventudes de Argentina, al sistematizar las distintas ponencias recibidas en los últimos años en las Reuniones RENIJA, puntualmente en el eje sobre “tecnologías y juventudes”.

La socialización política es un proceso dinámico que tiene lugar a lo largo de toda la vida del sujeto y que no debe enmarcarse, como se hacía en los estudios sobre socialización de la década del '80, en los primeros años de vida de los sujetos. Hay acuerdos con que el aprendizaje político es informal y latente, e involucra un componente cognitivo más una dimensión afectiva/evaluativa. Por ello la socialización implica aprendizaje no sólo en términos de información y conocimiento sino sobre todo de 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)

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 autores 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.

El espacio social aparece como un vector básico de la vida social, y justamente los cambios en la percepción del tiempo/espacio que el avance tecnológico trajo aparejado incrementaron las discusiones sobre el valor de los espacios y la re-significación de los lugares. En este marco, los espacios digitales se fueron constituyendo no sólo como “herramientas de comunicación” sino como “lugares” sociales en sí mismo.

No está de más recordar que los primeros estudios sobre socialización estaban orientados a describir y comprender cómo los agentes de transmisión de “sentimientos, valores y normas” (familia, escuela, iglesias y grupos de pares) cumplen su misión en la promoción del “orden social” y participan en la adaptación del individuo a la sociedad; y que más adelante los estudios se ampliaron al 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)

“La construcción de lo político pasa por otros ejes: el deseo, la emotividad, la experiencia de un tiempo circular, el privilegio de los significantes por sobre los significados, las prácticas arraigadas en el ámbito local que se alimenta incesantemente de elementos de la cultura globalizada.” (Reguillo, 2012)

La fragmentación y consecuente pérdida de procesos de integración social, permiten asumir que no existen procesos de socialización unívocos, del mismo modo que no existen sujetos plenamente socializados. Esto, que remarcaron con claridad Benedicto y Morán, nos permite pensar en 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)

La particularidad de la socialización que se jacte de ser “política”, refiere a que las prácticas se doten de contenidos eminentemente políticos y por lo tanto que promuevan la construcción de ciudadanía. Los contenidos

“tienen que versar sobre temas que afecten a asuntos que tengan 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 que remiten directamente a la distribución y el ejercicio del poder político” (Benedicto & Morán, 2002)

En las narrativas de los jóvenes aparece con frecuencia la mención a temas públicos y a la necesidad de comprometerse y ser parte de eso:

“OAJNU te hace crecer como persona, yo siempre dije que OAJNU te cambia la visión hacia afuera, pero también te cambia la visión hacia adentro... hacia afuera porque ves al mundo de manera diferente....odio cuando alguien dice “qué país de mierda”... nosotros en vez de decir eso decimos “el país necesita un cambio”... ¿ves el cambio de enfoque?... y después hacia uno mismo. Un OAJNU se ve a sí mismo como un agente de cambio...Uno de las principales cambios que he notado en mí es el nivel de motivación.” (Silvio, OAJNU)

“TECHO sobre todo te permite ser más empático, a ponerte en el lugar del otro, a cuestionar las cosas... porque aquel vecino no tiene agua potable, o no puede tener una casa de material... cómo puedo revertir esas situaciones” (Matías, Techo)

TECHO y OAJNU: El compromiso con lo público y con la formación

Para comprender los intercambios que estos jóvenes efectúan en los espacios digitales describiremos brevemente las organizaciones en cuestión.

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. A Argentina (provincia de Córdoba) llega en el año 2003, y puntualmente a la provincia de Corrientes llegó en el año 2013, donde se instaló una “sede” que abarca las provincias de Chaco y Corrientes (Sede “CoCha”)³. 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.

Techo se presenta como una organización de la sociedad civil que busca superar la situación de pobreza que se vive en los asentamientos informales a través de la acción conjunta entre sus pobladores y jóvenes voluntarios. Su actividad principal es el trabajo en territorio, donde realizan actividades como el relevamiento de la situación socioeconómica y familiar en los asentamientos, encuestas, construcciones masivas de viviendas de emergencia, asambleas junto a los vecinos, promoción de conformación de comisiones vecinales; y a la par, se realizan actividades en distintos espacios públicos de la ciudad (plazas, paseo costanera, vía pública) mediante lo que llaman “colectas”, donde además de pedir ayuda monetaria, buscan dar a conocer la organización para sumar más voluntarios. Dado que el componente principal es el trabajo de jóvenes voluntarios, se proponen actividades de formación para una reflexión crítica respecto la realidad. Sus

³ Los datos expuestos fueron recabados por medio de entrevistas y por la página web (www.techo.org) y la página en Facebook de la sede Chaco-Corrientes.

fuentes de financiamiento son grandes empresas multinacionales, empresas locales, colectas, aportes mensuales de socios, entre otras.

Los objetivos de la Organización son:

-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. 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 los relevamientos y encuestas) y recursos materiales y humanos para trabajar sobre la problemática estructural de la pobreza.

Actualmente la sede está trabajando en cinco asentamientos en la ciudad de Corrientes (La Tosquera, Río Paraná, Mendoza al sur, Punta Taitalo y Molina Punta). Lleva construidas 267 viviendas de emergencia en esos barrios. Cuenta con 27 voluntarios que coordinan áreas de trabajo, y aproximadamente 100 voluntarios permanentes. (Jacobo Cambiaso & Mestres, 2015)

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. La Sede Corrientes comenzó a funcionar en el año 2010, y hoy cuenta con más de 60 voluntarios activos. Dos de los principales lemas de esta organización son “empoderamiento de pares” y la “fuerza joven”, haciendo referencia a su visión y misión.

A partir de sus proyectos instalan a la educación como un factor necesario en los cambios sociales y en la implicación de los jóvenes en dicho cambio, y buscan fomentar un involucramiento con debates de alcance mundial: como el desarme regional, el terrorismo, las guerras, las telecomunicaciones, la pobreza y desnutrición, etc. pero desde las lógicas de funcionamiento y las normativas de las naciones unidas. Un ejemplo de ello es el proyecto Modelo de Naciones Unidas Junior, donde los estudiantes del nivel secundario entre 14 y 16 años son invitados a ponerse en el rol de embajador de un país, y representarlo ante los otros países en la Asamblea General de la ONU. En este caso 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.

En el ejercicio de sus actividades articulan con organismos estatales, entes públicos (universidades, escuelas secundarias), colegios privados y semi-privados. Si bien el proyecto más conocido y por el cual la organización adquiere mayor visibilidad es el del Modelo de Naciones Unidas (donde convocan alrededor de 400 estudiantes de escuelas secundarias de la ciudad de Corrientes), también realizan otros proyectos como “Ciudadanía de jóvenes”, donde colaboran con espacios curriculares en las escuelas públicas realizando proyectos de intervención comunitaria, y “proyecto Ohana”, donde trabajan desde diversos juegos con niños de 6 a 10 años aspectos sobre lo público y los derechos sociales.

Espacios digitales: ¿Conversan sobre lo político y lo público?

Mediante una etnografía multi-local, observaciones participantes y entrevistas realizaré un acercamiento a las prácticas e interacciones 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 de la sociedad civil (Techo y OAJNU). Tendré en cuenta principalmente lo publicado durante el mes de Julio 2016, con algunas observaciones a grandes rasgos de lo observado hasta el momento. Con ello pretendo describir (parcialmente) 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 está en las formas del registro que se llevarán a cabo en la producción de evidencia empírica, en la definición de los observables, no solo por la multiplicidad de espacios sociales que abarcará 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 posibles), sino por las características principales del espacio digital, es decir: su fluidez, los contenidos “efímeros”...

Para el abordaje etnográfico de estos espacios digitales se considera fundamental el aporte de Christine Hine, en una obra pionera titulada “Etnografía virtual” (2004). De aquel trabajo se retoman lineamientos básicos sobre un abordaje de este tipo, ya que allí, Hine establece un análisis sobre Internet como artefacto (que vendría a ser la base material que envuelve las prácticas, en consonancia con Manuel Castells y su espacio de los flujos) e

internet como cultura (las prácticas y sentidos que habilita, así como los cambios sobre las concepciones de tiempo y espacio que promueve, donde resaltan aspectos como la inmediatez, la conexión, las hipermediaciones).

Hine establece diez (10) principios básicos a considerar. Entre ellos 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)

En este caso una de las estrategias es 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 permitan. También es menester utilizar como estrategia de registro a la captura de imágenes de pantalla, que permitan “condensar” y “guardar” los intercambios generados, como así también las publicaciones efectuadas. Posteriormente de allí se podrá derivar un análisis de contenido y se generarán algunas de las evidencias empíricas de dichos espacios.

Un beneficio de esta decisión de observar lo que publican e ir guardando capturas de pantalla, estaría dado en la posibilidad de ir comprendiendo paulatinamente los intercambios que se producen y las prácticas que tienen lugar en los espacios digitales, identificando si existen recursos que se van haciendo propios de un modo de narrar; si hay imágenes, palabras o temáticas que acompañan con frecuencia a las publicaciones; identificar también quiénes toman la palabra en los espacios digitales, quienes se animan a “participar” en los espacios digitales.

En lo que refiere a los espacios digitales “apropiados” por las organizaciones que estoy analizando, cabe destacar que en ambos casos se trata de datos puestos en circulación por los propios jóvenes de las organizaciones, en los espacios que ellos crearon para difundir actividades sobre las organizaciones y promover la participación de otros.

Ambas organizaciones otorgan un uso bastante instrumental de los espacios digitales, y tienen áreas específicas que se encargan de manejar las cuentas. En el caso de Techo, Matías Moreira es el encargado de comunicación, y lo ayudan distintos voluntarios. Por otro lado, 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), a cargo de Marcela López Sachini, y colaboran Agustín Insaurrealde y Gustavo Mexner (encargado de hacer los flyers).

Matías Moreira explicaba que a nivel local, el único espacio digital que es producido directamente por ellos es un grupo abierto en Facebook (Voluntarios Techo Chaco-Corrientes). 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, no disponen de vía libre para publicar en nombre de la organización.

“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 Moreira, encargado de comunicación TECHO Corrientes).

OAJNU cuenta con una página web de carácter nacional, donde las sedes aparecen como “pestañas” (www.oajnu.org). En Facebook cada Sede cuenta con su propia página. 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/>) su perfil en más reciente, cuenta con 170 seguidores. 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.”*

“Con el tema de las redes sociales hay un equipo que se encarga de manejar las redes sociales. Cualquier voluntario que pide manejar las redes sociales porque no están los encargados no hay ningún problema, se le dan las claves. Por ejemplo incluso pueden hacerse cargo de publicar cosas durante las actividades. Eso pasó con la segunda capacitación del Modelo de Naciones Unidas” (Alexis Pérez, OAJNU).

La página de la sede Corrientes de OAJNU principalmente funciona como un recordatorio de las actividades previstas, y las publicaciones tienen como principales destinatarios a los mismos voluntarios. Los materiales que producen refieren a imágenes, en especial flyers, con los que presentan a modo de agenda las actividades por venir: Por ejemplo durante Julio difundieron sobre la segunda capacitación para el modelo naciones unidas regional, fotografías sobre el tercer modelo Junior de Naciones Unidas (del cual participaron más de 200 chicos y 12 instituciones educativas), saludos a los voluntarios que cumplieron años

durante el mes. A su vez compartieron varias publicaciones de la página de OAJNU a nivel nacional: los “Objetivos de Desarrollo Sostenible” (ODS), como parte de las metas que la organización se fijó –en consonancia con las Naciones Unidas- para el año 2030; Un álbum de fotografías de lo que fue el encuentro nacional de voluntarios OAJNU realizado en la ciudad de Santa Fé.

En la conmemoración del Bicentenario de la Patria hicieron explícito su deseo de construir juntos un país mejor: *“Vos podés ayudarnos a que a través de la educación formemos jóvenes líderes con compromiso social”* (Publicación en Facebook). Aludiendo a que pueden sumarse como “agentes de cambio”, invitan a sumarse no sólo como voluntarios sino también como donantes (ya sea con dinero en efectivo o con tarjetas) para colaborar con la organización.

Pudo observarse en las publicaciones, -y como pudo corroborarse con las observaciones realizadas durante la aproximación al “campo” desde una etnografía virtual (recorriendo con la mirada este espacio social, y confeccionando a la par un registro propio con capturas de pantalla) durante los primeros meses del 2016- los modos de nombrarse remiten en mayor frecuencia a categorías como “compromiso”, “coordinación”, “organización”, “proactividad”. A la vez, se implementaron los usos de “hashtags” #MásPares #MásVoces, tópicos utilizados no sólo por la sede Corrientes, sino también desde la cuenta oficial de la organización a nivel nacional, por las sedes Chaco y San Juan, y por otras organizaciones como el Parlamento Juvenil. También remitieron varias veces a la #FuerzaJoven.

“Uno de los fines del modelo son las distintas herramientas que pueden incorporar para cuando van a la sociedad. A mí por ejemplo el Modelo me dio la posibilidad de hablar ante miles de personas, poder pararme frente al público, a dar un discurso, a aprender a escribir un discurso y demás... y también me dio muchos valores. Nosotros tomamos a las herramientas como valores, así como la escucha, saber hacerse escuchar también” (Alexis Pérez, OAJNU)

Si bien las publicaciones fueron frecuentes (al menos cada día y medio) no se produjeron muchos intercambios con comentarios. A lo sumo algunas felicitaciones, o etiquetando en los comentarios a “amigos”. Primó la utilización de “me gusta”, con las nuevas variantes que ofrece Facebook (“Me encanta”, “me gusta”, “me divierte”, “me enfada”, cada uno con su correspondiente ícono). Esto indicaría que la página funciona meramente como un espacio de difusión de las actividades, más que como un espacio de intercambios y discusión sobre lo político y lo público.

En lo que refiere a TECHO, la página web oficial es www.techo.org. Si bien en Facebook aparecen diversas cuentas asociadas a los países donde hay sedes (“Techo”, “Techo Argentina”, “Techo Colombia”, etc.), en la ciudad de Corrientes el perfil más activo es un grupo público que en Facebook se llama “Voluntarios TECHO Corrientes- Chaco” que cuenta con más de 2400 miembros. A diferencia de lo que ocurre con OAJNU, la sede correntina de Techo no cuenta con perfiles propios en Instagram ni en Twitter, ya que por una política de comunicación hay cuentas que se manejan a nivel nacional que centralizan la información.

En el grupo público de TECHO, al igual que ocurre con OAJNU, la utilización principal remite a una suerte de agenda de actividades. Se realizan permanentemente convocatorias para participar de las actividades de la organización: Detección, revisión de encuestas, colecta (la acción en espacios públicos más “masiva” de la organización, donde los jóvenes salen con alcancías, disfraces, música, cotillón, a “contar” lo que hacen y puntualmente a difundir sobre la situación de pobreza en que viven miles de familias. También difundieron sobre los Trabajos de Invierno (construcción masiva que realizaron durante una semana en las ciudades de Goya y Bella Vista, construyendo viviendas junto a 39 familias). También se realizan convocatorias para cubrir cargos específicos dentro de la organización, por ejemplo invitaban a postularse al cargo “coordinador DyA” (de Detección y Asignación), de “Asuntos públicos” (para dar seguimiento y asesoría a aspectos vinculados a relaciones interinstitucionales y con el gobierno)

Al respecto Enrique (encargado de Fondos de TECHO) mencionaba que muchas veces estas publicaciones son más bien parte de la comunicación interna, porque se utilizan palabras muy específicas de las actividades, que muchas veces no explicitan del todo la finalidad de la acción y son como “códigos” internos, que sólo un voluntario comprende.

“Todo lo que se comparte en Facebook es más informativo. Igual yo creo que no te informa completamente. Por ejemplo “estamos detectando”... por ahí para el que estuvo alguna vez o escuchó porque tiene un amigo metido en techo, entonces por ahí entiende, pero el que no, queda muy colgado...” (Enrique)

Desde TECHO también utilizan flyers, donde difunden las campañas ejecutadas a nivel nacional, donde muestran los asentamientos precarios y a la vez los acompañan con frases breves y contundentes: “Lluvia es emergencia y el barro es indiferencia. Vos construís la diferencia”, decían al invitar a sumarse a los trabajos de invierno realizados del 15 al 23 de julio. La idea de capacitación permanente aparece a menudo en las publicaciones. De hecho, a principios de mes invitaban a proponer temas a discutir en la que sería la capacitación en el “Encuentro de Voluntarios”.

A diferencia de OAJNU puede evidenciarse el uso de herramientas de trabajo colaborativo o de plantillas que habilitan los espacios digitales: googles docs, formularios para descargar... pero no son recursos propios de la sede, sino parte de una estrategia de comunicación nacional. En este sentido, los recursos económicos con los cuales cuentan en la organización se hacen visibles en los materiales que producen.

En el día a día las distintas herramientas (correo electrónico, plataformas como Facebook, Twitter, Instagram -estas dos en el caso de OAJNU- y redes de microchats como Whatsapp) son utilizadas de manera permanente, pero como un medio de organización y difusión más que como un espacio en sí mismo de aprendizaje. En las distintas entrevistas quedó en evidencia que tanto TECHO como OAJNU utilizan como principal medio de comunicación al interior de las organizaciones al correo electrónico, y que, a la par, se utilizan otras *herramientas* para agilizar los avisos:

“El mail es nuestro canal institucional, nuestro medio. Nosotros tenemos grupo de whatsapp, grupo de facebook, pero es muy gracioso porque por ejemplo nosotros lo utilizamos para escribirnos por ahí y avisarnos que tenemos un mail. A su vez hay varios grupos de whatsapp. Por ejemplo, yo estoy en un grupo con mis seguidores (las escuelas que están a su cargo en el Modelo de Naciones Unidas), OAJNU general de Corrientes, el Modelo Regional, el modelo Junior...” (Alexis Pérez, OAJNU)

Matías Moreira también mencionaba que en TECHO una de sus herramientas principales de difusión es el correo electrónico, donde tienen una base de correos de voluntarios, de socios, de asociados, y desde allí con antelación informan e invitan a las actividades.

Todos los entrevistados aludieron a “compartir” en sus respectivas cuentas los materiales producidos y publicados en las cuentas de las organizaciones. Pero, como decía Enrique (TECHO), sus propios amigos ya saben en qué está metido, porque se pasa hablando de Techo todo el tiempo, y los invitó varias veces a participar. *“A veces comparto fotos que yo mismo saco en el momento, por ejemplo cuando estamos por arrancar una construcción, pero no es siempre”* (Enrique)

La pregunta por el uso de los espacios digitales para aprender sobre las organizaciones en las que participan y sobre política fue esquiva, ya que prima la percepción instrumental sobre estos medios. Son herramientas de difusión y colaboran en la organización en tiempo real de las actividades. Esto obliga a replantear el enfoque del proyecto de investigación, que pretendía problematizar sobre procesos de socialización con la mediación de estos espacios.

A modo de cierre

Con este trabajo intenté describir los intercambios que se producen en los espacios digitales de dos organizaciones de la sociedad civil en Corrientes, problematizándolos como espacios de aprendizaje de lo político. Los espacios digitales, lejos de ser centrales en los procesos de aprendizaje, son percibidos por los jóvenes como una herramienta de comunicación para la organización de las actividades. En sus narrativas aparece el valor de la participación en las organizaciones y en el encuentro con sus pares como principal causa del cambio de percepción sobre la realidad que los rodea y sobre las potencialidades de acción en lo público, pero los espacios digitales no aparecen como centrales en estos procesos.

Este acercamiento a los jóvenes miembros de las organizaciones OAJNU y TECHO, permitió “poner a prueba” algunas estrategias metodológicas de aproximación a la compleja complementariedad entre espacios digitales y presenciales, con vistas a la realización de mi tesis doctoral. Queda clara la dificultad para pensar cómo se da la socialización con la mediación de estos espacios, al querer distinguirlas de la participación misma de la organización.

Bibliografía

ALVARADO, S. V.; VOMMARO P. A (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.

AUGE, M. (2000) “Los “no lugares” espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad”. Gedisa.

Benedicto, J., & Morán, M. L. (2002). La construcción de una ciudadanía activa entre los jóvenes. Madrid: INJUVE .

BOROBIA, R.; KROPFF, L.; NÚÑEZ, P. (comps.) (2013) “juventud y participación política. Más allá de la sorpresa”. Noveduc. Centro de Publicaciones educativas y material didáctico. Buenos Aires.

Chomnalez, Valeria; Palazzo, Gabriela. (2014). Eje jóvenes, comunicación y tecnologías. En R. C. Borobia, Estudio sobre Juventudes en Argentina III: de las construcciones discursivas sobre lo juvenil hacia los discursos de las y los jóvenes (págs. 95-107). Neuquén: Publifadecs.

Hine, C. (2004). Etnografía Virtual. UOC.

Jacobo Cambiaso, G., & Mestres, M. (2015). La sede TECHO Corrientes como espacio de encuentro de sus voluntarios para formarse colectivamente en aspectos institucionales y crítico-reflexivos. Corrientes: Tesis de grado. Universidad Nacional del Nordeste.

MORÁN, María Luz (2003) "Aprendizajes y espacios de la ciudadanía: para un análisis cultural de las prácticas sociopolíticas". Revista Íconos Nº 15. Pags. 31-43

MORÁN, María Luz y BENEDICTO, Jorge (2002). La construcción de una ciudadanía activa entre los jóvenes", Madrid: INJUVE.

Reguillo, R. (2012). Culturas Juveniles. Formas políticas del desencanto. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

SAINTOUT, Florencia (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

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

VÁZQUEZ, M. (2007) "Apuntes sobre socialización política de jóvenes piqueteros" en Villanueva y Massetti "Movimientos Sociales y acción colectiva hoy". Prometeo Ediciones.