



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

El espacio público ampliado: Jóvenes, circulación de voces y tomas de posicionamiento

María Florencia Pannunzio

Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 5, N.º 2, octubre 2019

ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>

FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

La Plata | Buenos Aires | Argentina

El espacio público ampliado: Jóvenes, circulación de voces y tomas de posicionamiento

María Florencia Pannunzio

pannunzioflorencia@gmail.com

Centro de Estudios Sociales
Universidad Nacional del Nordeste
Argentina

Resumen

A partir de un abordaje cualitativo, en este trabajo se analizan los posicionamientos políticos que jóvenes en dos organizaciones de la sociedad civil realizan mediante sus cuentas en espacios digitales, atendiendo a discusiones en torno a lo político que la coyuntura argentina promueve desde las agendas mediáticas. Nos preguntamos de qué modo se apropian de las tecnologías para marcar posición, qué estrategias de comunicación utilizan, qué discusiones al interior de la organización suscitan, y qué aprendizajes de lo político logran al participar en este ámbito de socialización.

Palabras clave

Jóvenes, apropiación, tecnologías digitales, organizaciones.

Introducción

La apropiación de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) por parte de las y los jóvenes es un tema de larga data en los estudios de comunicación digital, donde se los coloca en muchos casos como precursores (early adopters) o como protagonistas (Piotet y Pisani, 2009; Urresti, Linne y Basile, 2015; Reguillo, 2017). Se

reconoce en los espacios digitales, específicamente en las redes sociales digitales, un ámbito propicio para la comunicación, la organización y el encuentro con otras personas y con información, en contextos diferenciales de acceso, que remiten siempre a condiciones personales y sociales situadas. Luciano Galup (2019) resume que, *para la mayoría de los latinoamericanos, las redes sociales son la principal fuente de consumo de información, de participación política y de socialización* (pág. 20)

En este contexto nos preguntamos por los modos de posicionamiento político juvenil en entornos digitales, atendiendo a las potencialidades y limitaciones de este espacio público ampliado, que mixtura los bordes de lo digital y la calle. Nos preguntamos cómo toman la palabra las y los jóvenes agrupados en dos organizaciones de la sociedad civil en la ciudad de Corrientes (TECHO y OAJNU), cómo hacen circular su voz, mediante qué estrategias y recursos se organizan para apropiarse de herramientas y plataformas digitales.

El trabajo se desprende de una tesis doctoral que busca comprender de qué modo dichos jóvenes se apropian y representan a los espacios digitales en el marco de procesos de socialización política. Para el abordaje nos valdremos de una metodología cualitativa, que vincula entrevistas semi-estructuradas a jóvenes entre 18 y 30 años miembros de ambas organizaciones, y observaciones de campo realizadas en una etnografía virtual llevada a cabo en el bienio 2016-2017 atendiendo a distintas cuentas que las organizaciones poseen en plataformas comerciales (Facebook, twitter, instagram).

El escrito se organiza en tres bloques. En un primer momento nos detendremos en el marco teórico utilizado para caracterizar al espacio público ampliado, identificar las formas en que la participación política juvenil puede ser leída. Además, presentaremos los lineamientos metodológicos y a las y los jóvenes de las organizaciones en cuestión. Luego nos ocuparemos de analizar los usos y apropiaciones de las TICs que fueron realizando en el marco de las organizaciones y con relación a discusiones en la esfera pública argentina: #NiUnaMenos #SantiagoMaldonado y Hábitat. Por último, nos detendremos en las formas en que llevaron a cabo sus posicionamientos, indagando en los condicionantes y las potencialidades de su accionar en el espacio digital.

1. Posicionamientos teórico- metodológicos

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 mismos. Esta doble cualidad nos obliga a pensar en términos de apropiaciones -y por ende revisar los usos sociales de las tecnologías-, y a su vez abre el campo a pensar en términos de un espacio público ampliado, en constante vínculo y retroalimentación con *la calle*.

Hacia fines del 2000, en las primeras aproximaciones a los jóvenes con los espacios digitales, enmarcados en la web 2.0, una de las lecturas realizadas por la antropóloga Danah Boyd sugería que *no es la tecnología la que empuja a los jóvenes a pasar tiempo conectados, sino la falta de movilidad y de acceso a un espacio real y físico para los jóvenes, en el que puedan estar juntos sin que los interrumpen ni los observen* (Boyd, en Piotet y Pisani, 2009, pag. 34). En este contexto, se cuestionaban las horas que pasaban frente a las pantallas, como así también las actividades que realizaban estando conectados.

Actualmente esa mirada condenatoria sobre las pantallas se ha suplido con una mirada positiva, que busca verlas no como objetos problemáticos de consumos, sino para identificar las potencialidades y limitaciones de su uso. La generación actual de jóvenes es una generación socializada multi-medialmente, por lo que aprenden o se alfabetizan 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.

Sostenemos junto con Pisani y Piotet (2009) que *la web es, al mismo tiempo, una herramienta relacional y el espacio en el que tienen lugar las relaciones* (pág. 33). Esta doble cualidad, en tanto herramienta y espacio, nos persuade a pensar en términos de usos y apropiaciones de la tecnología, a la vez que como un espacio social en sí mismo, con posibles continuidades y quiebres respecto otros espacios. Por ello es necesario, en primer lugar, caracterizarlo.

Los espacios digitales pensados como espacios públicos dan cuenta de nuevas territorialidades, donde los jóvenes tienen cierto protagonismo. En términos de Florencia Saintout se trata del espacio público mediatizado y extendido: *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* (Saintout, 2011:55). Son espacios sociales plenos, porque contienen en sí mismo un conjunto de posibilidades,

prescripciones y prohibiciones (Morán, 2003) y a su vez, se pueden considerar como identificatorios, relacionales e históricos (Augé, 2000)

Esta lectura de doble cualidad también la realiza Crovi Druetta (2018), para quien *Las redes constituyen un canal expresivo privilegiado y aunque no nos gusten muchos de los contenidos que transmiten, están allí como nuevo espacio social para propiciar el encuentro, romper el aislamiento, reforzar la identidad y también pasar de lo virtual al ámbito del espacio físico cuando las circunstancias así lo permiten y los usuarios así lo deciden. (pag. 13)*

Siguiendo a Magdalena Lemus (2017) entendemos que la *apropiación* es un proceso simbólico y material por el cual un sujeto o grupo social toma el contenido significativo de un artefacto y lo hace propio, al dotarlo de sentido e incorporarlo a la vida cotidiana. *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)

En este trabajo centramos la mirada en jóvenes que forman parte de dos organizaciones de la sociedad civil que se caracterizan como juveniles. En un primer caso, de manera más tajante, OAJNU se presenta a sí misma como una organización *de jóvenes y para jóvenes*. En su página web se definen como *la fuerza de jóvenes voluntarios, empoderando a pares, para construir una sociedad cada vez más inclusiva, democrática y promotora de derechos*¹ mientras que en el caso de TECHO la organización se presenta como propiciadora y potenciadora de procesos comunitarios, donde las y los jóvenes quedan relegados a un segundo plano detrás de los *vecinos*, aunque son quienes ponen el cuerpo para mantener activa a la organización.

Se trata en su mayoría de jóvenes de clase media y media baja, que a la vez que participan en las organizaciones trabajan y/o estudian una carrera universitaria. De las entrevistas se desprende que muchas de las actividades que realizan al interior de las organizaciones como encargarse de la logística, del área de comunicación, del establecimiento de relaciones comerciales o financieras, del área legal, tienen vinculación directa con sus estudios. Incluso, en algunos casos, su paso por la organización les permite re-direccionar su carrera universitaria. Por ejemplo, varios de ellos abandonaron los estudios que habían iniciado optando por estudiar abogacía, asistencia social, ingeniería civil. En ambos casos (OAJNU, TECHO), una de las condiciones para sumarse como voluntario es la de haber cumplido 18 años. Las participaciones de jóvenes de menor edad aparecen bajo la figura de "destinatarios" o "participantes" de las actividades generadas por las organizaciones.

Para la investigación doctoral, además de entrevistas semi-estructuradas, se realizó la sistematización de todos los intercambios comunicativos realizados en los años 2016 y 2017 desde las cuentas en redes sociales comerciales de ambas organizaciones de la sociedad civil. Se tuvieron en cuenta en OAJNU sus cuentas en Facebook, Twitter e Instagram²; y en TECHO el único espacio digital "local" propio, es decir su grupo en Facebook³. Esta sistematización se efectuó mediante una matriz de datos que evidencia: personas (quiénes publican); contenidos (mensajes posteados, textos, estados); soportes (en qué materialidad se publican: fotos, videos, flyers, textos, etc); relación espacio/tiempo; en qué red social (Facebook, twitter, Instagram). En las próximas páginas presentamos algunos datos y análisis que surgen de esta sistematización, utilizando nombres ficticios en los testimonios recabados.

2. Usos y apropiaciones en espacios digitales

Una de los presupuestos desde los cuales partimos para el abordaje de este trabajo, es que las organizaciones dotan de un discurso en torno a lo público-político y a modalidades de intervención en territorio, que provee a las y los jóvenes de herramientas para desenvolverse en la sociedad. En ambos casos son organizaciones que se proponen transmitir herramientas de participación e intervención activa a otros (jóvenes / vecinos), según el caso.

TECHO es una organización orientada al desarrollo comunitario, cuyo accionar principal es enfrentar la pobreza estructural que está presente en toda América Latina. Entre sus actividades principales está la conformación y consolidación de mesas de trabajo en barrios periféricos de la ciudad de Corrientes (como el barrio Punta Taitalo, Molina Punta, La Tosquera, entre otros) a los que denominan como asentamientos informales, por no poseer servicios básicos como agua, alumbrado municipal, trazado de calles, recolección frecuente de residuos o incluso llegada de líneas de colectivos. La actividad por la cual se la conoce socialmente, es la construcción masiva de viviendas de emergencia, hecho que toma lugar dos o tres veces al año, dependiendo las fuentes de financiamiento y organización interna. Otras de sus actividades están orientadas a establecer convenios con gobiernos y empresas para mejorar la calidad de vida en dichos asentamientos. También realizan actividades de concientización y de captación de socios y voluntarios, ubicándose en puntos estratégicos de la ciudad (plazas, supermercados, la costanera, entre otros lugares).

Por su parte, OAJNU es una organización cuya principal actividad está vinculada al ámbito educativo, llevando adelante capacitaciones y ejercicios recreativos en escuelas y universidades. Mediante la puesta en práctica de “modelos” donde los jóvenes destinatarios “juegan” a tomar decisiones políticas y formar parte de discusiones imitando actividades de los adultos, como el modelo de naciones unidas o el modelo de cámara de senadores, la apuesta radica en fomentar en estudiantes secundarios y universitarios el pensamiento crítico y la ciudadanía juvenil. También realizan actividades extra-áulicas, vinculadas a proyectos de desarrollo comunitario y a capacitaciones en oratoria, diseño, planificación de proyectos, entre otros. A partir de observaciones sistemáticas en torno a sus usos y apropiaciones por parte de ambas organizaciones, pudimos identificar que en su mayoría las publicaciones realizadas entre 2016 y 2017 referían a invitaciones a participar en las actividades que acabamos de mencionar, con un tono informativo, más que contando o mostrando las causas sociales que movilizan a ambas organizaciones. Repasar algunas de las publicaciones nos permite dar cuenta de ello:

En OAJNU:

- *En nuestra #CapacitacionAbierta, realizamos la puesta en común de los resultados de la #Negociacion #MasVoces. Facebook OAJNU, 28 de mayo 2016*
- *El equipo de CJ se junta para su reunión de mitad de año 🍀👯 #MásFuerza. Facebook OAJNU, 29 de julio 2016.*
- *Hoy tuvimos la última evaluación para cerrar el hermoso Proyecto Convivencial Ohana 2016 📝 @oajnucorrientes. Twitter, OAJNU. 23 de octubre 2016*
- *¡Ya se acerca el lanzamiento del Concurso Literario!! Una nueva oportunidad para que pongas a prueba tu creatividad con muchas ganas y nuevas temáticas. 📢📢 ¿Querés saber más? Escribinos a concurso.literario@oajnu.org. Instagram, OAJNU, 27 de marzo 2017*
- *¡Inicio el IV Modelo de Naciones Unidas Junior! Con 230 participantes listos para comenzar a ser protagonistas. Están aprendiendo, debatiendo, y generando ideas que promueven la democracia y la resolución pacífica de conflictos. Facebook, OAJNU, 24 de julio 2017.*
- *¡CJ esta en movimiento! Lunes primera hora, el equipo de CJ fue al colegio UOCRA para dar un nuevo aula taller. ¡Seguimos empoderando! Facebook OAJNU, 28 de agosto 2017.*

En TECHO:

- *Nos ponemos los guantes! Este SÁBADO, cuando volvamos de detectar en los barrios, vamos todos al depósito a dejarlo listo y a ordenarlo para cuando lleguen los paneles, chapas, pinturas que usaremos en próximas construcciones! Grupo en Facebook. 29 de julio 2016*
- *iSábado de Descarga! Voluntarios! Este finde vamos a poner todas nuestras fuerzas en la descarga de materiales que utilizaremos en la próxima y última construcción. En esta oportunidad haremos la carga de los paneles, pinturas y demás materiales en el depósito de Corrientes para luego realizar la descarga en el Barrio 2 de Septiembre en Resistencia. Grupo en Facebook. 9 de noviembre 2016*
- *Reunión de área Desarrollo de fondos. Para hablar sobre los objetivos del área y las expectativas y proyectos. Están todos invitados a sumarse! Grupo en Facebook, 25 de febrero 2017*
- *Detectamos en Corrientes y hacemos rastrillaje en Resistencia. Grupo en Facebook, 1 de junio 2017*

En el caso de OAJNU puede identificarse que en las publicaciones no se explicitan con detalles sobre el fin de las actividades. Incluso no hay deseos de clarificar de qué van los proyectos CJ (Ciudadanía Juvenil), Proyecto Convivencial Ohana, Modelo de Naciones Unidas... esto hacía que los jóvenes a menudo discutan sobre a quiénes se hablaba desde sus cuentas, ya que notaban que aquellos jóvenes o adultos que no habían pasado por la organización o no tenían familiares o amigos directos que les permitan estar al tanto de estas experiencias, estarían en desconocimiento de las actividades y no podrían comprender simplemente con leer tales enunciados. Pareciera que los principales destinatarios de sus mensajes en redes sociales son los propios voluntarios y participantes de los proyectos y no "la sociedad" en su conjunto, como aspiran en las entrevistas.

Por su parte, en TECHO, ocurre lo mismo, con el agravante del tipo de cuentas y perfiles digitales que están posibilitados de habilitar en nombre de la sede Chaco-Corrientes. Por definición, los "grupos" cerrados en Facebook permiten aglutinar, valga la redundancia, grupos de personas que poseen afinidades ideológicas, temáticas, o en torno a actividades puntuales que puedan ser de interés. Así, se fueron haciendo cada vez más útiles, por ejemplo, grupos que promueven compra y venta de objetos,

prestaciones de servicios, intercambios de discusión académica, o como en el caso de TECHO, como una herramienta propicia para la organización social, para la distribución de roles y para recordatorios de actividades y puntos de encuentro.

Mariana, una voluntaria de OAJNU, contaba que en la organización debaten mucho sobre redes sociales y cuentan con un manual de estilo que orienta sobre qué cosas publicar en cada red, asumiendo que cada una de ellas posee un tipo diferencial de público y de lógicas de publicación. El manual les provee indicaciones sobre composición de imágenes en flyers atendiendo a colores y formas del logo propio, y sobre el tono de los textos, debiendo resaltarse los valores de la organización vinculados al a-partidismo, la pluralidad y la promoción de derechos de jóvenes.

"En facebook, por ejemplo, no vamos a poner tantas publicaciones y las publicaciones pueden ser un poco más extensas, más informativas, digamos; pero también empezamos a debatir que no comunicábamos nada a través de Facebook. Era una gran problemática (...)" (Mariana, OAJNU, entrevista)

En ese sentido, ella mencionaba que no querían publicar solo álbumes con fotos o videos de los proyectos, o continuar con las publicaciones donde saludan a los voluntarios por el cumpleaños, sino que se habían propuesto a partir del año 2016 empezar a publicar notas, editoriales o artículos con opiniones de jóvenes voluntarios de la organización OAJNU, sobre temas específicos de actualidad o coyunturales. La idea era que estos escritos posean un "lineamiento OAJNU", y que estas publicaciones les permitan llegar a la comunidad "para que deje pensando". En la práctica, fueron estas publicaciones las que se corrieron del carácter "informativo" que mencionábamos recién, pero que en cantidad no remiten a muchas intervenciones.

Por otro lado, a mediados del año 2016, en la organización OAJNU decidieron dividir en dos su Secretaría de Promoción, añadiendo una Secretaría de Comunicación. Al ser consultados sobre esta decisión, Soledad remarcaba que "necesitaban incidir en cuestiones de agenda pública" y en relación con esto querían "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" (Soledad, OAJNU).

Decíamos que para Morán (2003) los espacios sociales contienen un conjunto de prescripciones y prohibiciones que marcan la cancha de cómo proceder allí en cada contexto. Ella hace mención a los ámbitos de socialización (familia, amigos, escuela, club) en que diversos jóvenes se mueven al llevar a cabo sus prácticas socioculturales.

Para hacer extensiva la caracterización a los espacios digitales, debemos poner en perspectiva las particularidades que tienen las prescripciones y prohibiciones aquí, no solo sus posibilidades.

En lo que refiere a las prescripciones, los usos sociales de las tecnologías están condicionados en ambas organizaciones por lineamientos institucionales que “bajan” de las cúpulas y deben ser cumplidas. Por caso, en TECHO, Gastón planteaba que *“En líneas generales se decide todo allá en Comunicación Central, digamos. Después acá baja. Y nosotros no tenemos hashtags locales. Nosotros solo tenemos grupo de Facebook”*. Estas limitaciones que a primera vista parecen banales son importantes considerando el lugar que ocupan los hashtags actualmente en las conversaciones en espacios digitales. Los recursos fundamentales para interactuar en redes sociales son: chats; crear, editar e intercambiar imágenes y videos; twitear, comentar, “dar toques” y recomendar contenidos (Urresti et al; 2015; López y Ciuffoli, 2012). Se suman a estos recursos los usos de hashtags y las etiquetas, que funcionan como modos de posicionar un tema, de entablar conversaciones y de consolidar una imagen (Reguillo, 2017).

Antes que el interés por los contenidos en sí, nos interesan las dinámicas de discusión y producción de publicaciones que, en nombre de las organizaciones, realizan estos jóvenes. Lo que se hace visible esconde un proceso de discusión al interior, que los hace recapitular sobre el orden de los “valores” y “misión” de las organizaciones y cómo incidir en cuestiones del orden de lo público-político. A continuación, iremos revisando algunas publicaciones que se corrieron del carácter “informativo”, e intentaron plasmarse como tomas de posicionamiento organizacional.

En el año 2016 OAJNU se pronunció en relación al #NiUnaMenos, publicando el 3 de junio un Flyer con el logo de la organización y el ícono del movimiento Ni una menos de esa campaña. Sumaban allí una frase de Adriana Marisel Zambrano, una de las referentes del observatorio de femicidios, 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.

Esta publicación fue postada en sus tres redes: Twitter, Facebook e Instagram, utilizando en los tres casos el mismo flyer y texto (*Figura 1*) 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 gustas” y 2 “compartir” (Facebook), 2 “me gusta” y un “retwit” (Twitter) y 18 “me gusta” en Instagram, sin ningún comentario en ninguna de las tres plataformas. Transcribimos la totalidad del comunicado:



Figura 1. Ni una menos. Posicionamiento de OAJNU en redes.

Fuente: archivo propio. Captura de imagen. 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, puedes comunicarte con una línea de atención gratuita y segura que es el 144 para contarles lo que estás sufriendo, o si estás en Corrientes puedes 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.”

Como puede observarse, en consonancia con el movimiento feminista que grita #NiUnaMenos en las calles y en las redes, la organización trata de ensalzar sus valores (inclusión, promoción de derechos) haciendo un llamado de atención ante situaciones de violencia de género que pueden abarcar actos y palabras. Se brindan los medios locales de contacto ante dichas situaciones. Lo interesante es ver cómo colocan el accionar individual ante los cambios sociales, asumiendo que “el compromiso comienza desde nuestra casa”. Hay un deseo por interpelar en primera medida a otros jóvenes, y luego a toda la sociedad, y una mirada sobre los jóvenes como agentes de cambio, cuya participación puede modificar la “realidad”.

Otra publicación que apareció con un claro posicionamiento en OAJNU, fue la que disparó la aparición del cuerpo de Santiago Maldonado⁴, el 17 de octubre de 2017. 4 días después, desde los tres perfiles en plataformas comerciales (Facebook, twitter, Instagram), desde OAJNU publicaron un *flyer* tomando posición (*Figura 2*). Recordando la cocina de este comunicado, Mariana recuerda que se había hecho circular un mail en cadena desde la secretaría de promoción que es la encargada de la comunicación interna, para que los voluntarios expongan si estaban de acuerdo o no con dicha publicación. Esto generó fuertes discusiones.

Se hizo al final (la publicación) porque no tenía nada de político, estaba bien redactado, se pedía por Santiago y nosotros los jóvenes y además se hablaba

de cada causa que pasa todos los días... también se discutió la necesidad de pronunciarnos, para no ser tibios y jugárnosla (Mariana, Oajnu)



Figura 2. #JusticiaPorSantiago. 21 de Octubre 2017. Fuente: archivo propio

Como puede verse, el argumento de la organización se apoyaba en el trabajo que realizan de manera cotidiana en torno a los derechos, y reclamando respeto, verdad y justicia para clarificar el caso. Esto entronca con uno de los objetivos principales que tiene la organización, que es el de formación en valores democráticos.

En lo que refiere a TECHO, la organización no se pronunció en torno a estas dos temáticas (NiUnaMenos, SantiagoMaldonado), pero tomó posición en instancias donde su principal preocupación: el hábitat digno y superar la situación de vulnerabilidad en la que miles de familias viven, fue motivo de debate en la agenda mediática. Una ocasión fue en mayo de 2017, ante el anuncio oficial por parte del gobierno nacional de la entrega de Certificados de Vivienda Familiar (Figura 3). Transcribimos el comunicado:



Figura 3. TECHO - Comunicado sobre el certificado de vivienda familiar. 24 de mayo 2017 Fuente: Archivo propio.

Nuestros barrios, las villas y asentamientos de la Argentina, no figuran en el mapa: somos una mancha. Hay casas, calles, familias, pero no hay ninguna ley nacional ni organismo público que reconozca nuestra existencia. Al menos, hasta ahora.

Las organizaciones sociales trabajamos durante meses en la construcción del primer Registro Nacional de Barrios Populares (RENABAP). Miles de vecinas y vecinos fueron casa por casa para encuestar a las familias que viven en los 4100 barrios relevados.

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.

Hasta ahora, parece que nosotros vivimos en los barrios, pero nuestros derechos no. Así que salimos a buscarlos. Pateando la calle, organizándonos, trabajando y luchando para que nos reconozcan como ciudadanos de plenos derechos, con una cultura propia que debe ser respetada. No necesitamos que nos digan cómo vivir, sobrevivimos cada día, con el sudor de nuestra frente. Somos parte de este pueblo. Nuestros hijos son el futuro de la patria. El Certificado de Vivienda Familiar es el primer paso en un largo camino hacia la integración plena de nuestros barrios. Pero sabemos que no basta con un documento -ni siquiera con una ley- para lograr tierra, techo y trabajo para todos. Es una tarea que implica compromiso, unidad y solidaridad. Los movimientos populares y organizaciones sociales estamos para impulsar este proceso, junto a todos los vecinos y vecinas de los Barrios Populares que no se resignen a ser tratados como ciudadanos de segunda. Esta es una reivindicación que se inscribirá entre las grandes conquistas de nuestro pueblo. Es saldar una deuda histórica. Pero esto recién empieza.

CTEP – TECHO – Barrios de Pie – CCC

Esta publicación fue una de las pocas que a lo largo de dos años de relevamientos rompió la lógica de invitar a actividades de la sede "Cocha" de Techo (llamada así por abarcar las provincias de Chaco y Corrientes). Puede identificarse que no es una toma de posición que compete únicamente a la organización, sino que es un documento elaborado por una red de organizaciones que toman parte de discusiones sobre hábitat y derecho a la ciudad.

3. Posicionamientos políticos

"No es lo mismo tener la libertad de opinar que tener legitimidad para acceder a la esfera pública, por eso asistimos a una reconfiguración de las condiciones para el ejercicio de la ciudadanía política." (Galup, 2019, pág. 25)

Con esta cita damos pie a la pregunta que atraviesa todo nuestro trabajo, y refiere en última instancia a las limitaciones y potencialidades al tomar la palabra en entornos digitales, y lograr en algunos casos ser palabra autorizada en el espacio público ampliado, entendiendo que allí y desde allí se están reconfigurando los modos de conversación social.

En el apartado anterior revisamos las prácticas comunicativas de estas/os jóvenes en torno a los tópicos de discusión que influyeron en las agendas mediáticas en Argentina (#NiUnaMenos, #SantiagoMaldonado, #Vivienda), identificando el escaso (y prácticamente nulo) lugar que tuvieron las interacciones en torno a sus publicaciones. Pero, sin embargo, reconocimos que discusiones del orden de lo público-político están presentes permanentemente en estas organizaciones, en sus vínculos cara a cara, en sus actividades, en sus vínculos con la calle.

Claudia, una voluntaria activa en OAJNU, que incluso llegó a formar parte del comité directivo nacional, mencionaba que ellos no se esfuerzan 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..." (Claudia, Oajnu).

Ella expresaba que lo que veía en algunas publicaciones, en sus redes personales más amplias, es mucha violencia, que con total liviandad se canaliza en entornos digitales. En ese sentido, destacaba que las personas no se ponen a reflexionar sobre lo que publican, y tiran ahí toda su bronca acumulada, escondidos detrás de una pantalla *porque pueden hacerlo, yo no sé si alguien cara a cara diría esas cosas*, planteaba. En esta misma línea, Gastón (TECHO) esbozaba que para él las redes sociales nos han deshumanizado: *por ahí vos antes tenías una conversación en persona con alguien y era diferente, pero las redes sociales permiten amplificar mensajes de odio... no se puede crear algunas cosas que se leen...* Este malestar estuvo presente en algunas entrevistas, en que los voluntarios de ambas organizaciones remarcaron la necesidad de obtener instancias de educación en el uso de redes. Se reconocen como válidos los ámbitos de discusión en el terreno digital, pero aún no se consideran con herramientas (ni tiempo) suficiente para hacerse cargo de dichas redes.

Sobre la publicación a favor del esclarecimiento del caso #SantiagoMaldonado, Mariana (OAJNU) subrayaba que significó un cambio en los usos sociales de las redes por parte de la organización, e incluso lo pensaron en términos de su vínculo con la ciudadanía. Las discusiones generadas en torno a dicha publicación fueron importantes e implicaron que muchos voluntarios soliciten su ficha para darse de baja de la organización, ya que consideraron que la causa y el reclamo por Santiago Maldonado

se relacionaba con posicionamientos políticos cercanos al Kirchnerismo, mientras que la organización se presenta como a-partidaria. Este hecho marcó un quiebre dentro de la organización. Mariana planteaba enojada que, *si los voluntarios pensaban de esa forma, no deben estar en la organización, porque no trabajan en lo que nosotros buscamos: fortalecer la democracia y resguardar los derechos humanos.*

"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 dan Likes, pero no se logra exponer lo que nosotros pensamos." (Mariana, OAJNU)

En el apartado anterior mencionábamos que la pobreza estructural es una de las principales problemáticas a las que TECHO hace frente. Uno de los objetivos, sobre los que vuelcan esfuerzos planificando y llevando adelante campañas de concientización, es intentar mostrar realidades que están invisibilizadas. A nivel más pragmático, buscan que jóvenes que nunca fueron a un asentamiento informal conozcan de cerca esa realidad, para involucrarse e intentar cambiarla. Al respecto Alfredo (TECHO) mencionaba que *el trabajo en territorio es para tratar de concientizar y romper ciertos paradigmas; más que nada tratar de humanizar o empatizar a la gente sobre este problema, que muchas veces se naturaliza.*

En términos de apropiación, vale decir que se los considera útiles en tanto herramientas de comunicación y de organización interna, y están incorporados en las rutinas de estos jóvenes, pero aún el carácter de ampliación del espacio público no se sopesa. Prevalece, por lo tanto, un carácter instrumental y siguiendo la lógica de que es necesario "estar" en las redes sociales. Considerando lo expuesto, coincidimos con Rosalía Wincour (2018) quien plantea 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” (pág. 46).

A partir de los datos relevados, podemos decir que aún estas organizaciones no logran constituirse en palabras autorizadas en el terreno digital, para ser consideradas voces juveniles significativas en términos de intercambios y generación de debates públicos.

Conclusiones

La pregunta por los modos de apropiación y de posicionamiento estuvo dada para matizar la idea de que la participación juvenil se da necesariamente en las redes. Muchas de las expresiones de participación de las organizaciones analizadas quedan ancladas en lo territorial, 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.

Sin embargo, pudimos dar cuenta que estos jóvenes, al sentirse interpelados por discusiones conyunturales como el #NiUnaMenos o el caso #SantiagoMaldonado, y al reconocerse a sí mismos como organizaciones de la sociedad civil con fuerte peso en tanto actores políticos y como referentes juveniles, se vieron obligados a tomar un posicionamiento político. Ello demandó discusiones al interior de la organización y el armado de estrategias de comunicación para visibilizar esos posicionamientos. Las publicaciones que fueron posteadas en tono de editoriales o notas de opinión tuvieron escasas interacciones en el terreno digital, con algunos *likes* y pocos comentarios, aplacando las posibilidades de *conversar*, con idas y vueltas, en las redes.

Sostenemos que estas prácticas, si bien no habilitaron discusiones en redes sociales, fueron importantes como instancias de reconocimiento al interior de las organizaciones y operaron, en términos de aprendizajes de lo político, esto es, en relación directa con sus nociones sobre redistribución del poder y construcción de ciudadanía, como ejercicios de posicionamiento personal por parte de los jóvenes voluntarios. Más que a entablar discusiones hacia afuera, estos ejercicios les permitieron repensar sus vínculos con la sociedad y el lugar que cada uno/a ocupan en ella como actores sociales capaces de proponer cambios en el entorno inmediato.

Bibliografía

- Alcoceba Hernando, J. A. (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*. (pp- 181-210) Barcelona, España: Editorial Gedisa.
- Auge, M. (2000) *Los "no lugares" espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona, España: Editorial Gedisa.
- Crovi Druetta, D. (Coord) (2018) *Prácticas Comunicativas en entornos digitales*. Universidad Autónoma de México. Recuperado de http://ciid.politicas.unam.mx/www/wp-content/uploads/2018/10/praccomm_crovit-min.pdf
- Galup, L. (2019) *Big Data. De los relatos a los datos. Persuadir en la era de las redes sociales*. Argentina, Buenos Aires: Ediciones B.
- Gordo López, Ángel; et al (2018) *Jóvenes en la encrucijada digital. Itinerario de socialización y desigualdad en los entornos digitales*. Madrid, España: Ediciones Morata.
- Lemus, M. (2017) Jóvenes frente al mundo: Las tecnologías digitales como soporte de la vida cotidiana. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 15 (1), 161-172.
- López, y Ciuffoli (2012). *Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después*. Buenos Aires: La cruzía Ediciones.
- Morán, M. L. (2003) Aprendizajes y espacios de la ciudadanía: para un análisis cultural de las prácticas sociopolíticas. *Revista Íconos* Nº 15. 31-43.
- Pisani, F; Piotet, D (2009) *La alquimia de las multitudes. Cómo la web está cambiando el mundo*. México. Paidós Comunicación.
- Reguillo, R (2017) *Paisajes insurrectos. Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio*. España: NED Ediciones.
- Saintout, F (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*. pags. 53-64. Buenos Aires. La Cruzía.
- Urresti, M; Linne, J; Basile, D (2015) *Conexión total. Los jóvenes y la experiencia social en la era de la comunicación digital*. Buenos Aires: Grupo Editor Universitario.

Wincour, R (2018) Desafíos teóricos, políticos y metodológicos para abordar el estudio de la participación ciudadana en la convergencia mediática. *RevCom*. Año 3, N° 6. 45-55

Notas

¹ Frase de presentación en la portada de su página web <https://oajnu.org/> [18/10/2019]

² Organización Argentina de Jóvenes por las Naciones Unidas (OAJNU), Sede Corrientes. En Facebook: OAJNUCTes; En Twitter: @oajnucorrientes; En Instagram: oajnucorrientes

³ TECHO. Comunidad Chaco-Corrientes. Grupo en Facebook:
<https://www.facebook.com/groups/voluntarios.corrienteschaco>

⁴ Santiago Andrés Maldonado, un joven de 28 años, desapareció el 1º de agosto de 2017 en el marco de la represión llevada a cabo por Gendarmería Nacional durante una protesta 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.