



Question

Periodismo / Comunicación
ISSN 1669-6581

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



Aprendizajes de lo político y tecnologías digitales. Una tipología posible en
relación a usos y apropiaciones de redes sociales en organizaciones juveniles

María Florencia Pannunzio

Question/Cuestión, Vol. 2, N° 66, Agosto 2020

ISSNe 1669-6581

<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/index>

ICom-FPyCS-UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e472>

**Aprendizajes de lo político y tecnologías digitales.
Una tipología posible en relación a usos y apropiaciones de
redes sociales en organizaciones juveniles**

**Politics learning and digital technologies.
A possible typology in relation to uses and appropriations of social media
in youth organizations**

María Florencia Pannunzio

Centro de Estudios Sociales, Facultad de Humanidades,
Universidad Nacional del Nordeste,
Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas,
Argentina

pannunzioflorencia@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-5587-1936>

Resumen

La socialización política en/con entornos digitales puede entenderse como aquellos aprendizajes de lo político que logramos reconstruir a partir de diversas dimensiones (subjetivación política, socialización, apropiación de tecnologías) que hacen parte de nuestro vínculo con las redes sociales digitales. Aquí expondremos una tipología de aprendizajes de lo político por parte de jóvenes en el marco de dos organizaciones de la sociedad civil en la ciudad de Corrientes (Argentina): Oajnu y Techo.

Palabras clave

Jóvenes, Socialización política, Redes sociales, Conexión.

Abstract

Political socialization in / with digital environments can be understood as those politics learnings that we be able to to reconstruct from various dimensions (political subjectivation, socialization, appropriation of technologies) that are part of our relation with digital social networks. Here we will present a typology of politics learning by young people within the context of two civil society organizations in the city of Corrientes (Argentina): Oajnu and Techo.

Key Words

Youth, Political socialization, Social media, Connection.

Introducción

En este trabajo, analizaremos lo que jóvenes miembros de dos organizaciones sociales (Techo, Oajnu) radicadas en la ciudad de Corrientes, identifican como aprendizajes de lo político mediante los usos y apropiaciones de redes sociales en el marco de la organización. Tendremos en cuenta en Oajnu los usos que realizan en *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* (@oajnucorrientes) y en el caso de Techo, a un grupo abierto en *Facebook* («Voluntarios Techo Chaco-Corrientes»). A partir de una sistematización realizada observando sus redes durante el periodo 2016-2017 y del cruce con entrevistas semi-estructuradas a jóvenes de entre 19 y 29 años, pertenecientes a clase media, 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. Los datos forman parte de una tesis doctoral en proceso.

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 artículo 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 los/las jóvenes perciben a partir de los usos de TIC.

Socialización digital y socialización política con entornos digitales. Algunas características y tipologías

En una investigación realizada en España por Ángel Gordo López, et. al (2018) sobre itinerarios de socialización y desigualdades en los entornos digitales, los/las autores/as 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 TIC (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).

Sus principales aportes derivan en identificar a la desigualdad social como el principal riesgo de la socialización digital (1) 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 los jóvenes con los entornos digitales (Gordo López, et al, 2018, p. 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/as 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, p. 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 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, p. 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; (b) es la capacidad de forjar y acceder a ciertos tipos de estados emocionales; y (c) es disponer de un nuevo haz de cursos de acción posibles (p. 453).

Estas tipologías y caracterizaciones nos hablan de jóvenes conectados/as 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, p. 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 TIC, siendo una cultura política caracterizada por un nivel deficitario de conocimiento, atención e involucramiento ciudadano en los asuntos públicos (2).

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, 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, p. 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 cuatro características:

- 1) El valor que adquieren los grupos de pares como agentes socializantes por el «factor confianza», donde la legitimidad como dadores de sentido radica en compartir un lugar social y epistémico similar al propio.
- 2) El apartidismo 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 expresiva, 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, construimos una guía para entrevistas semi-estructuradas, 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. 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 analizar 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 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)

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. Vení 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
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*

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 llamotón 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 espectacularrrrrr; 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. 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 «transparencia» 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.

Los usos y apropiaciones de TIC que hacen estas organizaciones demandan 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 dan Likes, pero no se logra exponer lo que nosotros pensamos” (Melina, OAJNU).

El tipo de uso como vidriera puede ejemplificarse en algunos posts:

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

¿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 estas publicaciones, ubicamos a aquellas en las que se realizan de manera más explícita los posicionamientos políticos de los/as 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)

Consideramos que estas tipologías (Calendario; Vidriera de las actividades; Reafirmación de las prácticas políticas) nos permiten pensar en aprendizajes de lo político, en el sentido que interpelan a los/as 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 organizaciones de la sociedad civil.

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 Tic para difundir cuestiones vinculadas a sus actividades, como así también para organizarse. Implica que estos/as 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/as 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 *grooming* (3) pero nada más». Sobre este registro, varios/as autores (Scolari, Wincour, Pereira, Barreneche, 2018) subrayan la necesidad de pensar en una alfabetización transmedia (4), 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) 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”.

“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. 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 TIC 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 (voluntarios/as potenciales, docentes, funcionarios/as públicos, vecinos/as) 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 sugestionar 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).

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)

A modo de cierre

A lo largo de estas páginas nos propusimos presentar una tipología de aprendizajes de lo político que los usos y apropiaciones de Tic habilitan a jóvenes miembros de organizaciones sociales.

Partimos de compartir aquellos análisis que indagan las potencialidades y/o limitaciones de usos de TIC 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 los/las jóvenes a pensar en término de sus públicos específicos y los/las obliga a llegar a acuerdos entre voluntarios/as 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.

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.

Bibliografía:

- Campo Sánchez, C; Mansilla Morales, J. M. (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>
- Echeverría, M; Meyer, J. A. (2017) Internet y socialización política. Consecuencias en la participación juvenil. *Anagramas*. Vol 15, Num 30, pp. 29-50. DOI: 10.22395/anqr.v15n30a1
- Gordo López, Á.; et al (2018) *Jóvenes en la encrucijada digital. Itinerario de socialización y desigualdad en los entornos digitales*. Ediciones Morata, Madrid, España.
- Pariser, E. (2017) *El filtro burbuja. Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Editorial Taurus: España.
- Reguillo, R (2017) *Paisajes insurrectos. Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio*. NED Ediciones. España.
- Saintout, F (2011) Política y juventud: transformaciones en el cruce de siglos en M. C. Chardon, (coord.) *Transformaciones del espacio público: los actores, las prácticas, las representaciones*. Pp. 53-64. La Crujía: 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.
- Welschinger Lascano, N. (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>
- Wincour, R. (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.
- -----(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*. Pp. 45-55.

Notas

(1) 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)

(2) Remarcamos que estas caracterizaciones realizadas sobre la sociedad mexicana pueden ser extrapolables a la cultura política argentina, tomando como base la Encuesta Nacional de Jóvenes de 2014. Allí, las cifras indicaban “baja” o “escasa” participación política por parte de jóvenes entre 15 y 29 años.

(3) 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)

(4) 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)