

LES JÓVENES, ABORDAJE DE UNA PROPUESTA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

Lagneaux, Milagros Andrea

CILE, FPyCS – UNLP

lagneauxma@gmail.com

RESUMEN

Este trabajo pretende indagar acerca de las distintas estrategias que utiliza la propuesta de comunicación política de la organización Les Jóvenes, a partir del uso de las redes sociales Facebook, Instagram y Twitter en el escenario electoral de la Argentina.

Este escrito también retoma parte de mi trabajo “Escribir desde la identidad” de la beca CIN de entrenamiento a las vocaciones científicas, que se encuentra en proceso de investigación y que focaliza en la práctica del lenguaje inclusivo como una herramienta de inclusión y de reconfiguración de la ciudadanía. Esta investigación entiende que las juventudes ocupan un lugar indiscutible de transformación ciudadana, a partir de la disputa por los espacios de poder político. En ese sentido, se analizarán las distintas herramientas que la cuenta utiliza para interpelar a las juventudes, protagonistas de la política y del espacio público en la coyuntura actual del país.

Les Jóvenes se posiciona en las redes como una cuenta que articula distintas problemáticas e invita a la participación política desde el abordaje de temáticas particulares que interpelan al público al que se dirige.

A partir de lo retomado, se hará hincapié en el análisis de las distintas herramientas que utiliza, tales como la apropiación del lenguaje inclusivo y el abordaje de los tópicos de interés.

El objetivo general es estudiar a *Les Jóvenes* como producto comunicacional y político dirigido a la juventud. Y en cuanto a los objetivos específicos, resulta necesario: indagar sobre las estrategias de interpelación que utiliza la cuenta, problematizar la

discursividad propia de *Les Jóvenes*, articular los tópicos con las demandas actuales del público al que se dirige y analizar la importancia del uso de las redes sociales en la campaña electoral. Respecto a la metodología, a partir de la construcción del corpus de análisis conformado por las publicaciones de las cuentas, se toman herramientas el análisis del discurso y la revisión de contenidos.

Palabras clave: Les jóvenes - lenguaje inclusivo - comunicación política - redes sociales

ABSTRACT

This paper intends to investigate the different strategies used by the proposal of political communication of the Les Youngs organization, based on the use of social networks Facebook, Instagram and Twitter in the electoral scene of Argentina.

This paper also takes up part of my work “Writing from the identity” of the CIN scholarship for training scientific vocations, which is in the process of research and focuses on the practice of inclusive language as a tool for inclusion and reconfiguration of the citizenship. This investigation understands that the youth occupy an indisputable place of citizen transformation, based on the dispute over spaces of political power. In that sense, the different tools that the account uses to challenge young people, protagonists of politics and public space in the current situation of the country will be analyzed.

Les Youngs is positioned in the networks as an account that articulates different problems and invites political participation from the approach of particular themes that challenge the public it addresses.

From the retaken, emphasis will be placed on the analysis of the different tools used, such as the appropriation of inclusive language and the approach of topics of interest. The general objective is to study Les Youngs as a communicational and political product aimed at youth.

And as for the specific objectives, it is necessary: to inquire about the interpellation strategies used by the account, to problematize the discursiveness of Les Youngs, to articulate the topics with the current demands of the public to whom it is addressed and

to analyze the importance of the use of Social networks in the election campaign. Regarding the methodology, based on the construction of the analysis corpus formed by the publications of the accounts, discourse analysis and content review tools are taken.

Keywords: Les Youngs - inclusive language - political communication - social networks

Les Jóvenes, abordaje de una propuesta de comunicación política

En el marco de la campaña electoral 2019, el usuario *Les Jóvenes* aparece en el ámbito político a partir del uso de las redes sociales y se posiciona como una organización política destinada a abordar las problemáticas que más interpelan a las juventudes.

Desde las cuentas de Facebook, Instagram y Twitter, la propuesta comunicacional de *Les Jóvenes* crea diversos contenidos como flyers, videos, imágenes e invitaciones y comparte publicaciones de otros usuarios que se articulan a través de tópicos precisos que son dirigidos a la juventud de la provincia de Buenos Aires y particularmente, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

En ese mismo sentido, como punto en común respecto al uso de las redes, en todas las plataformas son utilizados dos hashtags con las frases “No se banca más” e “Inventemos el Futuro”.

Resulta interesante destacar que una de las particularidades del proceso electoral actual es la participación política de las juventudes no sólo desde el ejercicio del sufragio, sino, esta vez, desde la disputa por el poder político.

Las juventudes, el poder político y el futuro

Ofelia Fernández es una de las figuras políticas más retomadas por la organización al momento de compartir ideas, y es entonces en donde se vuelve interesante vincular un fragmento de su discursividad con el hashtag de *Les Jóvenes* “Inventemos el Futuro”.

Ofelia es una de las referentes que disputa el poder político a partir de su candidatura a legisladora porteña en las listas del Frente de Todos, encabezadas por Alberto

Fernández y hoy es la legisladora porteña electa más joven de la historia; una de sus frases de cabecera es “si los jóvenes somos el futuro entonces denos un lugar en el presente”.

La idea de inventar el futuro y pelear por un lugar en el presente, tienen una vinculación directa: inventar es un término que pretende buscar una raíz, un acontecimiento voluntario que produzca intencionalmente un resultado y esa noción articulada a lo que Ofelia Fernández menciona, es una invitación a la participación política en tiempo presente.

En vinculación a esto, en una entrevista realizada para *Diario Publicable* (2019), Lucas Noya, uno de los integrantes de *Les Jóvenes*, aseguró que la participación de “les pibes” es importante porque las decisiones que se toman en el presente tienen que ver con qué país, ciudad o barrio van a dejarles los políticos en el futuro.

A razón de lo mencionado, Saintout (2013) menciona que cuando los jóvenes hablan de poder, este tiene un carácter instrumental: para poder hacer, para poder intervenir. Dicen: “es necesario el poder, el poder no solamente negativo”. Están, por un lado, los poderes de otros, con mayúscula, los “poderosos” (“poderosos intereses”), y está el poder que debe ser construido como alternativa. No tienen temor a hablar de poder (p. 91).

Es preciso indicar que la vinculación de las juventudes con la política tiende a tratarse de manera novedosa en el plano mediático, como si existiera alguna ruptura evidente. Podemos precisar que la articulación jóvenes/política no es, en materia de tratamiento mediático, una categoría hegemónica.

Respecto a esto, Javier Franzé (2014) define a la hegemonía como la capacidad de volver universal un punto de vista particular y asimismo sostiene que parte de su lógica es la despolitización, pero el efecto de ésta no es la parálisis de la lucha, sino demostrar que el discurso contrahegemónico es inverosímil, carente de legitimidad, un puro ruido (p. 9).

Estrategias de comunicación y contenidos

La página de Facebook de Les Jóvenes tiene 2114 likes y 2014 seguidores, la cuenta de Twitter 3.233 y la de Instagram 39.800, en las tres, como habíamos mencionado, los hashtags que acompañan a la mayoría de las publicaciones son “#NoSeBancaMás” e “InventemosElFuturo”.

Todas las publicaciones utilizan el lenguaje inclusivo, al que podemos describir como una estrategia política y discursiva para nombrar sin discriminar y visibilizar que el género no es binario.

Ya desde ese lugar, la propuesta comunicacional de la organización mantiene una línea de concordancia con el respeto a la diversidad y a las identidades disidentes.

Por otro lado, los tópicos más utilizados son el cambio climático y la defensa del medio ambiente, el aborto y el proyecto de legalización y despenalización de la interrupción voluntaria del embarazo, la cuestión del desempleo juvenil, el autocultivo de cannabis, la defensa de la educación pública, la salud, la diversidad y los sectores populares; todas interpelaciones directas a las preocupaciones y problemáticas que afectan o movilizan a las juventudes.

De manera conjunta con el tratamiento de estas temáticas a partir de entrevistas, videos e imágenes, *Les Jóvenes* realiza invitaciones a distintos eventos culturales y festivos, para las que utiliza con consignas políticas.

Es importante indicar que, si bien la idea de inventar el futuro es una invitación a la participación política, la organización utiliza el hashtag “NoSeBancaMás” con motivo de criticar la gestión del gobierno de la alianza Cambiemos, particularmente respecto a todas aquellas medidas que afecten a la juventud.

Los videos y las imágenes que son compartidos desde las distintas plataformas, tienen como protagonistas a jóvenes, o a referentes juveniles populares tales como Ofelia Fernández, Pedro Rosemblat, Noelia Custodio, Señorita Bimbo o Wos y si bien en un principio no era expreso el apoyo a una candidatura en particular, en el marco de las elecciones primarias y luego, en las generales, la figura de Matías Lammens, candidato a Jefe de Gobierno porteño, adquirió mayor relevancia en las publicaciones y asimismo, una de las invitaciones de *Les Jóvenes* refería a un encuentro público y abierto con el candidato del Frente de Todos.

Redes para decir, lugares para hacer

El uso de las redes sociales en las campañas electorales, ocupa un papel preponderante para gestionar contenidos con el propósito de que sean dirigidos al mayor público posible y a su vez, obtener reacciones inmediatas.

También es necesario mencionar que las mismas posibilitan que las organizaciones cuenten con una herramienta de difusión más democrática que no exige más requisitos que un e-mail y una contraseña.

En este aspecto, *Les Jóvenes*, como propuesta comunicacional y política, adquirió en menos de un año casi 40 mil usuarios seguidores sólo en Instagram. De esta manera, comenzó a tener relevancia, en un principio como un grupo incógnito, pero con posterioridad, los festivales y las invitaciones a actividades culturales supieron articular los usos comunicacionales con un espacio político concreto que también ocupa un lugar en las calles.

El nombre que utilizan expone no sólo un posicionamiento político sino, además, una huella coyuntural que atraviesa a las juventudes de este entonces a partir de una nueva configuración de la ciudadanía. En un texto fijado en la cuenta de Facebook se describen “estudiantes, trabajadores, villeros, colectivos de la ola verde, artistas LGTBTTTIQA, deportistas, soñadores, juntas”, una descripción propia que involucra la inclusión y la diversidad como punto de partida.

Consideraciones finales

Este escrito retoma el rol de las juventudes en la coyuntura actual y en el escenario electoral para dar cuenta de cómo son protagonistas de un evento político que les convoca para demandar, exigir y reclamar espacios de organización, comunicación y poder.

Les Jóvenes como organización, conformada precisamente por jóvenes, utiliza y explota las redes sociales para elaborar una propuesta comunicacional que interpela a pares a través de la exposición de sus demandas y problemáticas cotidianas y a partir de la búsqueda de la participación y de la organización.

En ese sentido esa exposición buscada también ocupa un lugar de transformación de lo hegemónico; *Les Jóvenes* ya no esperan que les otorguen un lugar o invitaciones para participar, sino que es parte de sus búsquedas, crear sus propios espacios políticos de participación.

Referencias bibliográficas

Equipo Latinoamericano de Justicia y Género (2019) ¿Qué dicen las plataformas electorales y los spots de campaña sobre los derechos de las mujeres y las disidencias? Recuperado de: <http://www.ela.org.ar/a2/index.cfm?muestra&codcontenido=4109&plcontempl=12&aplicacion=app187&cni=4&opc=47>

Franzé, J. (2014). “La política: ¿Administración o creación?”. Universidad Complutense de Madrid.

Melconian, V, Mantovano, S, y Alvez, J. (25 de septiembre de 2019). Les jóvenes, la militancia se reinventa. En *Diario Publicable*. Recuperado de: <https://diariopublicable.com/2019/09/25/les-jovenes-la-militancia-se-reinventa/>

Saintout, F. (2013). *Los jóvenes en la Argentina, desde una epistemología de la esperanza*. Bernal. Universidad Nacional de Quilmes Editorial

Rodríguez, J. (31 de julio de 2019) Les Jóvenes, les verdes, la izquierda y los otros. *El cronista*. Recuperado de: <https://www.cronista.com/columnistas/Les-jovenes-les-verdes-la-izquierda-y-los-otros-20190731-0056.html>