

CONECTANDO SABERES

**SÍNTESIS DE APRENDIZAJES EN PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN-
ACCIÓN PARTICIPATIVA SOBRE DESIGUALDADES JUVENILES**



SÍNTESIS DE APRENDIZAJES EN PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN-ACCIÓN PARTICIPATIVA SOBRE DESIGUALDADES JUVENILES

Los siguientes proyectos han sido analizados en el Taller internacional “**Conectando saberes**” organizado en el marco del proyecto Digna Juventud, con el objetivo de extraer los aprendizajes clave en las investigaciones y proyectos relacionados con las desigualdades juveniles.

Desigualtómetro. Oxfam Brasil.

Es un proyecto de escucha social en redes sociales sobre la percepción de la desigualdad entre los y las jóvenes en la ciudad de Sao Paulo.

Rostros de la desigualdad. Oxfam México.

Proyecto para generar espacios que involucrasen a las personas jóvenes en el activismo contra la desigualdad y, en concreto, en relación con el trabajo de cuidados en contexto de pandemia.

Youth Act! Joves en lluita per la justícia global. Consell de la Joventut de Barcelona, el Servei Civil Internacional, la Càtedra RE-GENERATION (con el apoyo de la Universidad Pompeu Fabra y el Consorci Barcelona Zona franca) y el grupo de investigación Jovis.com.

Creación de espacios de debate, reflexión y empoderamiento para que los y las jóvenes puedan expresar sus necesidades y alzar su voz.

Garantía juvenil y ocupación. Universidad de Lleida (España).

La investigación centrada en el acceso de las personas jóvenes al mercado laboral en España y, en concreto, seguimiento de la política pública de la garantía juvenil a partir de 2013.

Jóvenes e investigación. Universidad de Valencia (España).

Ponencia que pretende responder a la pregunta: ¿Hay particularidades para investigar con jóvenes?

Digna juventud. Oxfam Intermon y La Càtedra Obra Social “la Caixa” de Estudios sobre Desigualdades Sociales de la Universidad de Lleida (España).

Proyecto que pretende transformar las relaciones de poder que sustentan las desigualdades juveniles.

CONECTANDO SABERES



Principales aprendizajes

Para empezar, algunas **consideraciones generales** comunes a todos los proyectos:

- Es importante **dejar de hablar de jóvenes como si fuesen un colectivo homogéneo**, algo que todavía ocurre en algunos ámbitos.
- Dejar de hablar de los jóvenes sin incluirlos en las investigaciones y sin que formen parte de las propuestas de cambio. Se propone la idea de que los y las jóvenes son **sujetos de derecho** y **deben ser parte de la solución**.
- Al hablar de jóvenes, aún se focaliza en ese colectivo **problemas** que son **estructurales** en la sociedad, como la precariedad laboral. Es importante poner atención y diferenciar entre lo que es específico y lo que es sistémico.
- Dejar de hablar de los jóvenes como el futuro de la sociedad olvidando su **presente actual**.

Es fundamental **contar con la participación real de las y los jóvenes en todas las fases posibles** del proceso de investigación-acción. A ser posible, deberían tener un **papel protagonista**, de actor principal. Los proyectos presentados ofrecen diferentes posibilidades en este sentido:

- Personas jóvenes involucradas **desde la fase inicial**, es decir, en la realización de un estudio etnográfico sobre percepciones en redes sociales. Este estudio dio lugar al diagnóstico a partir del cual se desprendieron las acciones y campañas.
- Involucración en una **segunda fase**, de formación, acción política y diálogo. En el proyecto "Rostros de la desigualdad", de Oxfam México, 5 campañas fueron totalmente diseñadas y difundidas por activistas (más de 60 personas involucradas), de las cuales muchas de ellas nunca habían realizado una campaña.
- Participación en todas las fases del proceso: son los y las propias jóvenes quienes investigan, detectan problemáticas que les afectan y hacen propuestas.
- Por el contrario, también hay ejemplos de mejora, como el proyecto sobre Garantía juvenil, en el que los y las jóvenes no participaron en el diseño de programas supuestamente pensados para ellos y ellas, con el consiguiente distanciamiento de sus necesidades.



Ariadna, estudia y trabaja. Le preocupa su inestabilidad laboral presente y futura.
@Pablo Tosco/Oxfam Intermon



Josefina, mujer mexicana, lleva 7 años viviendo en Barcelona. @Pablo Tosco/Oxfam Intermon

Es clave **transferir conocimientos y recursos** a las personas jóvenes para que puedan ser ellas quienes **lideren** las campañas, desde su experiencia y habilidades, y poder capacitarse con aprendizajes compartidos entre todos los actores involucrados

Además de investigar de forma más participativa, se destaca la particularidad de que **trabajar con jóvenes implica que se debe ser más participativo aún que con otros colectivos**, ya que incluso Naciones Unidas recoge la participación como **un derecho** de la juventud. Esta participación no debe manipular ni cooptar a los y las jóvenes, usándolos solo para la recolección de datos y dejándolos fuera del resto del proceso (muy importante no ser extractivistas).

EL NIÑO TIENE DERECHO A EXPRESAR SU OPINIÓN Y A SER ESCUCHADO CADA VEZ QUE SE TOMA UNA DECISIÓN QUE LE AFECTE.

Art. 12 Convención sobre los derechos del niño y la niña.

La participación de los y las jóvenes en las investigaciones aporta **ventajas** claras que, aunque puedan resultar evidentes, no siempre se tienen en cuenta:

- Aumenta la motivación y la dedicación. Cuando se sienten parte del proceso, la involucración es muy alta y aportan mucha energía
- Surgen propuestas más creativas y proactivas
- Se garantiza la mirada no adulto-céntrica
- Se produce mayor eficiencia y calidad en las respuestas de grupos diversos

La interdisciplinariedad es imprescindible. se valora muy positivamente la colaboración entre disciplinas que aporten una mirada amplia y complementaria, ya que resulta mucho más enriquecedor. En el caso del proyecto Youth Act! se combinó perfiles del ámbito académico y del ámbito asociativo en las fases de investigación y propuestas, mientras que el caso de la investigación sobre Garantía juvenil lo hizo combinando lo jurídico-laboral y lo socio-económico para la publicación de un monográfico. Las diferentes voces multiplican y dan riqueza tanto al análisis como a las propuestas de cambio.

La interseccionalidad es imprescindible. Es importante no asumir el grupo social joven como homogéneo, sino desde toda su heterogeneidad. Para ello, utilizar la herramienta de la interseccionalidad desde la fase de diseño, ayuda a identificar diversas realidades y opresiones. En el proyecto Digna Juventud se tuvo en cuenta este enfoque desde la fase de investigación, en la que se diseñaron grupos de discusión diferenciados por los ejes clase, origen/racialización, identidad sexual y de género, rural/urbano, y diversidad funcional.

Actualmente, **la digitalización** permite tener acceso a herramientas que facilitan la participación, por ejemplo, aquellas que muestran los resultados de una encuesta *in situ* o *a posteriori* para que sean las y los propios jóvenes quienes se autoanalicen, combinando lo cuantitativo con lo participativo.

ESCUCHAR LO QUE OCURRE EN LAS CALLES Y DARLE ESPACIO Y VOZ

El proyecto *Youth Act!* arranca a partir de unas reivindicaciones callejeras que duraron días, en las que participaron mayoritariamente jóvenes indignados/as en el contexto catalán. Cuando las manifestaciones cesaron y los medios dejaron de hablar de ellas, silenciándolas de nuevo, se crearon espacios para que las propias personas jóvenes pudiesen liderar el proceso participativo y decidiesen las propuestas a tratar y las soluciones.

Dejar el tiempo necesario para que el proceso fluya con naturalidad. En ocasiones, se quieren acelerar procesos participativos por miedo a que las personas jóvenes se desmotiven o se marchen, perdiendo oportunidades de ahondar en el trabajo. Involucrar a las personas también en la decisión de los tiempos a dedicar. Si sienten involucradas, difícilmente abandonarán el proceso.

Buscar perfiles de **jóvenes no tan accesibles**, que no suelen estar en espacios participativos. Puede ser muy enriquecedor y ampliar la mirada habitual.

Generar alianzas con entidades juveniles, tanto de acción política, como de intervención social, amplía la participación a perfiles de jóvenes muy diversos. En el proyecto Digna Juventud se consiguió la participación de jóvenes con diversidad funcional, colectivo LGTBIQ+, migrantes, etc.

Proponer **campañas artísticas** con un componente de participación en lugar de campañas de difusión al uso. Varios aprendizajes:

- **Apuesta por el arte**, más que por campañas de difusión hechas por una agencia o similar. El arte abre otras oportunidades de participación y de colaboración, las personas se apropian del proyecto y esto lleva a otras formas de difusión, más implicadas. El proyecto Digna Juventud contó con jóvenes influencers ilustradores y músicos, que partiendo de sus respectivas vivencias y ampliando conocimiento a través de las investigaciones generadas, diseñaron y crearon la campaña pública en redes sociales.
- **Dar libertad a las personas creadoras** para que el resultado sea auténtico y el proceso genuino. Se dejará clara la estrategia, pero no se interferirá en la creación.
- **Los medios artísticos**, a diferencia los convencionales, además de permitir una amplia variedad de formatos, recogen no solo los datos de lo que ha sido o lo que es, sino que también permiten soñar, imaginar lo que puede ser. Pensando en jóvenes, es importante esta mirada a futuro.
- **El mundo artístico es más inspirador**, no se basa tanto en la palabra y por tanto facilita el acceso a personas que no se expresan tan bien verbalmente, es más inclusivo.

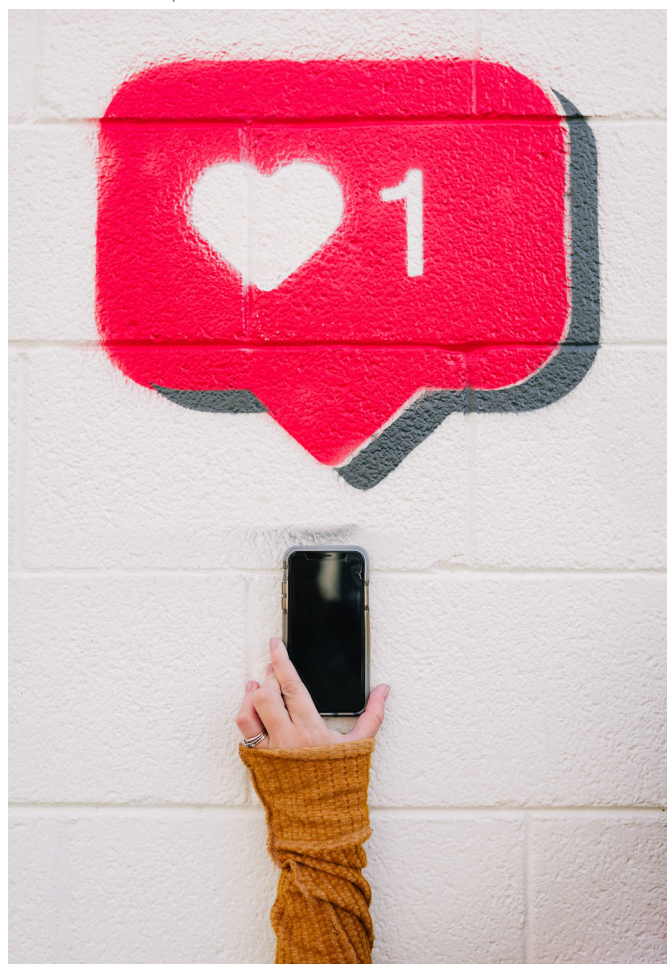
David nació en Extremadura.
Migró a Barcelona en busca
de oportunidades.
@Pablo Tosco/Oxfam Intermón



En **contexto de pandemia**, se realizaron varios aprendizajes en torno a las redes sociales y al trabajo impulsado con la participación de jóvenes:

- Las emociones negativas dominaban la conversación en redes sociales, y se observó que hablar de desigualdad como problema abstracto, desmovilizaba o irritaba. Este input dio la pista para trabajar en **ejemplos concretos, narrativas positivas y esperanzadoras**, como acceso a agua o visibilizar cuidados. Las personas **respondieron mejor** ante propuestas concretas.
- Sobre el **comportamiento** de las personas en **redes sociales**: en contextos políticamente muy polarizados, se detectó que el público joven que potencialmente tenía intención de hacer algo para cambiar la situación, tenía miedo de ser criticado en las redes, un espacio ya de por sí polarizado. En ese sentido, ayudó simplificar el debate y lanzar campañas con enfoque popular y neutro (como la de Oxfam Brasil, con la astrología como excusa para, a partir de ahí, poder debatir sobre temas más serios). También se observó que más personas se animaban a entrar en la conversación a partir del debate impulsado por perfiles que se podían percibir como **más neutrales**, como ciertos *influencers*.

@karsten116/Unsplash



En cuanto a los **proveedores** contratados para las campañas: en caso de trabajar con agencias, que no sean tradicionales, que cuenten con **personas jóvenes en su equipo**. En el proyecto Digna Juventud se priorizó trabajar con cooperativas sociales gestionadas por gente joven.

Sobre **propuestas o formatos innovadores**:

- Destaca por su componente innovador la campaña de Oxfam México *Cuidar es chamba*, ya que usó **tres tipos de formatos** para la campaña, uno tradicional, otro realizado con activistas y otro con alianzas estratégicas con dos medios digitales de gran alcance y dirigidos al público joven, Chilango y Pictoline. De esta forma aseguraron una buena difusión y llegar al público con el que querían conversar.
- La presentación de los datos de una investigación a partir de **fotografías** permite ilustrar de forma más intuitiva y aterrizada como se vive la desigualdad. En el caso de Oxfam México, la apuesta por fotografías de **objetos**, en lugar de personas, facilitó la entrada en las casas particulares y acceder a habitaciones o refrigeradores, que hablaban por sí mismos, mostrando la realidad más cotidiana.
- Facilitar la participación y dar cabida a la creatividad en la fase de investigación a través de técnicas cualitativas audiovisuales, como por ejemplo en el proyecto Digna Juventud, a través de la **recogida de experiencias** distintivas cotidianas a través de fotografías, vídeos y audios.
- Para llegar al público joven, también destacan como innovadores los **foto-audios**, una animación en loop como las que aparecen en Spotify o YouTube al escuchar música, algo que funciona bien porque estamos acostumbrada/os a mirar un material visual en redes mientras escuchamos audio. Es una manera de anclar a las personas para que se queden escuchando lo que queremos comunicar.
- Novelas gráficas, cómics, diarios audiovisuales donde los y las jóvenes cuenten sus experiencias a partir de diferentes formatos (vídeos, tiktoks, dibujos...), decidiendo colectivamente una serie de palabras clave. Las posibilidades son múltiples, pero, en cualquier caso, se buscará la participación desde el inicio hasta el final del colectivo joven, de forma auténtica y genuina.

CONECTANDO SABERES

**SÍNTESIS DE APRENDIZAJES EN PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN-
ACCIÓN PARTICIPATIVA SOBRE DESIGUALDADES JUVENILES**



Universitat
de Lleida



OXFAM
Intermón

CON LA COLABORACIÓN DE:



Agència Catalana
de Cooperació
al Desenvolupament



Generalitat
de Catalunya