



**FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
CARRERA DE PERIODISMO**

**“ESTUDIO DE CASO SOBRE EL COLECTIVO DIABLUMA COMO ORGANIZACIÓN
CREADORA DE ESPACIOS PARA LA PARTICIPACIÓN JUVENIL EN EL CIUDAD
DE QUITO”**

**Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de Licenciada en Periodismo**

**Profesora Guía:
Gabriela Muñoz**

**Autora:
Aurelia Belén Romero y Cordero Araus**

**Año
2012**

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

.....
Gabriela Muñoz

C.I.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

.....

Aurelia Romero y Cordero

C.I.

AGRADECIMIENTO

A quienes apoyaron esta tesis, a los que colaboraron para que su existencia sea un hecho y a quienes me ayudaron a formar un pensamiento crítico, dándome las herramientas para poder ejercer mi profesión.

DEDICATORIA

Al rock and roll que me mantuvo despierta. A todo el equipo de amigos que estuvo conmigo. A mis padres por los mimos. A mi hermana por su apoyo sin fronteras. A mi Tío Guillo, porque su guía pudo contra los obstáculos y me llevó a lograr lo imposible.

RESUMEN

La juventud, desde siempre, ha sido una fuerza imparabile dentro del campo social. El poder hegemónico temió y teme sus múltiples formas de resistencia, desafío y expresión en contra de todas las bases que sostienen y justifican las fuerzas dominantes.

Sin embargo, y a pesar de su innegable capacidad de transformar la sociedad, las revoluciones juveniles en lugar de ser estudiadas como un proceso, son estudiadas como fenómenos pasajeros e impulsivos que no suelen dejar huellas más perdurables que el del idealismo utópico.

En el Ecuador, uno de cada tres ecuatorianos es joven, lo que convierte a la juventud en el segmento mayoritario de la población. Su papel como actores sociales define el escenario de toda la sociedad, su naturaleza y su futuro.

El propósito de esta investigación es determinar, a partir del análisis de Diabluma – organización creadora de espacios de participación social y política juvenil – la cuota y las formas de participación de la juventud local, así como la verdadera efectividad en términos de participación diversa que esta representa. Las investigaciones realizadas arrojaron como resultado que, si bien Diabluma se conceptualiza como una Organización con recursos innovadores para atraer a la juventud, no es representativa, no posee verdadera legitimación en el espacio público y no es inclusiva.

Debido a sus propias políticas y formas de proceso, Diabluma deja por fuera a un porcentaje muy alto de la población juvenil de la ciudad, no posee apoyo suficiente para generar verdaderos espacios participativos y no está presente como un referente dentro del imaginario juvenil.

En la investigación se profundiza cómo actúa Diabluma, qué logros ha tenido y cómo sus estrategias no resultan efectivas para convertirse en un verdadero espacio de participación destinado a la juventud. No se preocupa por las necesidades verdaderas de este conjunto y tampoco actúa desde y hacia ellos de forma democrática.

ABSTRACT

Since the beginning of times, youth has been seen as the unstoppable strength within the social dynamic of every civilization. The commanding power had feared and stills fears the multiple forms of resistance that youth can handle, expressing itself against the own basis that support and justify these commanding forces that rule the society.

Regardless of its undeniable ability to transform society, the youth revolutions are not studied as a process; they are usually taken as a momentary, impulsive phenomenon which it's not likely to leave any further heritage than a romantic attachment to a utopian idealism.

In Ecuador, one of each three Ecuadorians is young, which means that youth is the biggest fraction inside the population. Their part as social agents defines the scenery of the entire society, as well as its nature and future.

The purpose of this investigation is to determine, starting from the analysis of the organization Diabluma – self defined as a creator of spaces for the social and political participation of Ecuadorian's youth – the real interference and effectiveness in terms of social contribution that youth has, respecting its natural diversity.

The results of this work show that Diabluma, even though it has creative resources when it comes to attracting the youth, it's not really representative, it doesn't have a true recognized presence inside public space and it is not inclusive.

Because of their own internal policies and the ways they choose to handle their own projects, Diabluma lets outside of their line a high percentage of the youth inside the city. Therefore, it doesn't have enough support among this population, and it can't generate a real participative and democratic space for them. Diabluma it's not clearly inside the imaginary of the youth.

This investigation goes deep inside how Diabluma acts, what their work had achieved and how their strategies are not effective when it come to turning the organization into a real space of participation created exclusively for the youth. It does not care for the truth needs of youth and it doesn't either acts from and for them in a democratic way.

ÍNDICE

Introducción.....	1
Capítulo I: ¿Dónde se mueve el Diablo? Reflexiones sobre espacio público y su importancia dentro de la sociedad.....	3
1.1. ¿Qué es espacio público?	3
1.2. Diferencia entre lo público y lo privado.	5
1.3. Importancia del espacio público.	13
1.4. Espacio público en Quito.....	15
Capítulo II: Mirando al Diablo. Reflexiones sobre la construcción de la juventud	21
2.1. Sin manual de instrucciones: ¿quién es el joven?.....	21
2.2. Sociedad de consumo y la juventud.....	27
2.3. La realidad de la juventud.....	29
2.4. La juventud quiteña.....	32
2.5. Verse en el otro: representación y participación	34
2.6. El espacio público y la juventud.	39
Capítulo III: Apuntando al Diablo. Reflexiones sobre la construcción de la juventud desde los medios de comunicación masiva	43
3.1. Arma silenciosa: Los alcances del periodismo.....	43
3.2. Medios de Comunicación Masiva: ¿Denuncia o catapulta?.....	48
3.3. Dibujando la Juventud	52
3.4. Comunicación en Acción: Juventud enfocada.....	57
Capítulo IV: El Diablo con Diablo. Reflexiones sobre espacios de participación para la juventud.....	62
4.1. ¿Qué son los espacios de participación?.....	62
4.2. Categorización de los espacios de participación.....	66

4.3. Espacios de participación y juventud	69
4.4. Construcción de nuevos espacios de participación.....	74
4.5. Espacios de participación para la juventud en Quito.....	79

Capítulo V: Los secretos del Diablo. Resultados de la investigación y reflexiones sobre Diabluma 82

5.1. Introducción	82
5.2. Metodología de Investigación	85
5.2.1. Enfoque	85
5.2.2. Contenido.....	86
5.2.3. Herramientas Técnicas	87
5.2.3.1. Encuestas	87
5.2.3.2. Entrevistas.....	88
5.2.3.3. Grupo Focal	88
5.3. Análisis de la Información Obtenida.....	89
5.3.1. Encuestas	89
5.3.2. Entrevistas:.....	103
5.3.3. Grupos Focales	108
5.4 Organización Diabluma	109
5.4.1. Introducción.....	109
5.4.2. Diabluma y espacio público.....	110
5.4.3. Diabluma y construcción de juventud.....	117
5.4.4. Diabluma y construcción de jóvenes desde los medios de comunicación	123
5.4.5. Diabluma y espacios de participación para la juventud.....	128

Capítulo VI: El Diablo en Escena. Justificación y planteamiento de los productos comunicacionales.. 134

6.1 Introducción.....	134
6.2 Estudio Jurídico.....	135
6.3 Plan Financiero	143
6.4 Plan de Difusión	145

6.5	Características y Contenidos de los Productos	145
6.6	Producto de Prensa Escrita.....	146
6.7	Producto Televisivo	149
6.8	Producto Radial.....	157
6.9	Producto Web.....	162
Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones		167
7.1	Conclusiones.....	170
7.2.	Recomendaciones	170
Referencias		171
Anexos		176

Introducción

Comprender que la juventud es un actor importante de los cambios dentro de las sociedades a las que pertenece es el primer paso para determinar la importancia de una labor de interacción con las nuevas generaciones.

Ser joven hoy en día no significa lo mismo que haber sido joven hace 20 años. El y la joven es un actor aislado de la sociedad, la cual construye sus patrones de comportamiento en base a requisitos culturales y técnicos. Por tanto, la juventud ya no puede ser una categorización sistemática, sino un concepto relacional que adquiere sentido dentro de un contexto social determinado y en conjunción con aquello que se clasifica como no juvenil.

¿De dónde proviene esta importancia como actores sociales? En el Ecuador, proviene de su condición demográfica: de acuerdo con los datos procesados luego del Censo Nacional 2010, el promedio de edad en el Ecuador es de 28 años y el 58% de su población total está conformada por jóvenes (entendidos como las personas de 15 a 24 años según la clasificación universalmente aceptada según el decreto de la Organización de Naciones Unidas en 1983).

Este importante segmento de la población enfrenta situaciones críticas como la pobreza, el desempleo, la ausencia de oportunidades de educación y la imposibilidad de inserción social según se señala en los datos publicados por el INEC. Pero además, los y las jóvenes se enfrentan a sí mismos, a la herencia de una cultura social excluyente que desconoce su forma de ser y de pensar, no escucha su voz y desvaloriza su potencialidad ciudadana.

El permanente conflicto entre jóvenes y adultos es la principal causa que limita los espacios de participación, expresión y reconocimiento que necesita la juventud para convertirse en una fuerza de construcción social. La naturaleza y el rol de los y las jóvenes están determinados por las generaciones anteriores, generaciones de ex jóvenes que años atrás también se sentían rebeldes, libres y espontáneos, pero que ahora asumen los prejuicios que antes rechazaron y los utilizan para juzgar a los nuevos jóvenes.

Los mecanismos con los que se ejerce este autoritarismo por parte de los adultos y la rebeldía por parte de los y las jóvenes limitan los espacios de participación, expresión y reconocimiento con los que cuenta la juventud para convertirse en una fuerza de construcción social.

Ante esta situación, el colectivo Diabluma surge hace 10 años como una agrupación para crear espacios que permitan a los y las jóvenes ser los pensadores y los autores de su propio futuro. De aquí surge la importancia de la presente investigación, que busca analizar si la propuesta y el trabajo de este colectivo como motor para la creación de nuevos espacios de participación social y política para la juventud ecuatoriana son o no son efectivos dentro del contexto de la juventud quiteña.

Si los jóvenes tienen espacios que fomenten su creatividad, den voz a su opinión y les permitan sentirse parte de su sociedad, los cambios podrán generarse no solo a nivel colectivo, sino principalmente a nivel personal.

Capítulo I: ¿Dónde se mueve el Diablo? Reflexiones sobre espacio público y su importancia dentro de la sociedad

1.1. ¿Qué es espacio público?

“Paseo por mi ciudad. Un vagabundo duerme en “su banco”. Un grupo de jubilados juegan a las cartas en “su” mesa habitual de “su” bar. Un músico callejero toca en “su” esquina. Dos enamorados se despiden, como cada día, en “su” portal. Atravieso un barrio dando rodeos; el espacio urbano entre bloques de viviendas está restringido a los vecinos previo franqueo de vallas y guardias de seguridad. Cojo el metro. Un hombre se parapeta tras un periódico deportivo tratando de no ser visto por una antigua novia que se encuentra -como él, de pie y apretujada a cuarenta centímetros de distancia. Ella, por su parte, envuelta por el halo sónico que desprende su walk-man y que la aísla del fragor cotidiano, cierra los ojos sin querer ver a nadie. En un restaurante un cartel en la entrada reza "Reservado el derecho de admisión". Una vez dentro, en una puerta se puede leer "Solo personal", en otra "Privado. No pasar" y en un sector de la barra "Reservado camareros". Tres mesas tienen el letrero de "Reservado" y una cuarta tiene los asientos ocupados por sendos gabanes. Sus propietarios deben estar lavándose las manos. Todo lo demás -el resto de espacio público- está ocupado, así que me voy. Por fin llego a casa. Aquí ya no me molestará nadie. Me desnudo, desconecto el teléfono y me meto en la cama. Mañana será otro día” (Valera, 2008, pág. 150).

Lugares comunes para todos, sitios donde hemos estado, situaciones que hemos visto ¿Es esto espacio público? Históricamente, es Aristóteles a quien se le atribuye la primera referencia al término espacio público, con la cual definía al espacio vital y humanizante de función política, donde la sociedad se reunía para compartir sus opiniones, evaluar propuestas y elegir la mejor de ellas.

Mientras avanzó la historia humana, los conceptos cambiaron y el término espacio público no fue la excepción. Según el Diccionario de la Real Academia

Española de la Lengua (2011), “espacio es la parte que ocupa cada objeto sensible” y es también “la distancia entre dos cuerpos”. Según este mismo diccionario, “público es perteneciente o relativo a todo el pueblo. Notorio, patente, manifiesto, visto o sabido por todos”.

Si basados en estas dos definiciones procedemos a definir “espacio público”, el término se refiere a “el espacio que pertenece a todo el pueblo”. De ahí que calles, plazas y parques sean considerados espacios públicos “que no pertenecen a una asociación o persona en particular, sino a todas ellas” (Arturo, 1998) ¿Es esto espacio público? Habermas plantea que esta es una versión reduccionista de lo que en realidad significa el espacio público:

“Por espacio público entendemos un ámbito de nuestra vida social, en el que se puede construir algo así como opinión pública. La entrada está fundamentalmente abierta a todos los ciudadanos. En cada conversación en la que los individuos privados se reúnen como público se constituye una porción de espacio público. Los ciudadanos se comportan como público, cuando se reúnen y conciertan libremente, sin presiones y con la garantía de poder manifestar y publicar libremente su opinión, sobre las oportunidades de actuar según intereses generales. En los casos de un público amplio, esta comunicación requiere medios precisos de transferencia e influencia: periódicos y revistas, radio y televisión son hoy tales medios del espacio público”. (Habermas J. , 1990, pág. 61).

El espacio público es, según esta concepción, un espacio intangible e imaginario de dimensiones sociales, culturales y políticas. En este espacio se lleva a cabo la relación y la identificación de diversas manifestaciones políticas, expresivas y de contacto entre los seres humanos.

Además, el espacio público está determinado por la calidad de las relaciones sociales, la capacidad de interacción entre los diversos grupos que participan en él, sus comportamientos y la capacidad de estas relaciones para estimular la identificación simbólica entre los grupos, a través de la expresión y la integración cultural. “Para que exista espacio público, deben existir el dominio

público, el uso social colectivo y la diversidad de actividades” (Carrión, 2008, pág. 10).

Es dentro del espacio público donde la opinión pública toma lugar y se genera. “La opinión pública no es otra cosa que el eje de la cohesión social, de la construcción, legitimación y deslegitimación política” (Boladeras, 2001, pág. 53).

De acuerdo con esto, las libertades y políticas de los individuos dependen de la dinámica que genera en el espacio público, las cuales son construidas a través de la opinión pública.

La formación de la opinión pública y su naturaleza se tratará de manera amplia a lo largo del capítulo tres de la presente tesis, en relación con la Teoría de la Acción Comunicativa, también planteada por Habermas.

Habermas sostiene que el espacio público no tiene naturaleza política, que su comportamiento no responde a un sistema o a una estructura social y que esto es precisamente su mayor garantía: el ser un espacio ciudadano, civil y perteneciente al mundo de la vida.

Por ello, “todo grupo de diálogo que genere opiniones alrededor de cuestiones diversas tiene un carácter constitutivo y fundamental para la generación de políticas públicas” (Boladeras, 2001, pág. 53).

El espacio público se convierte en el lugar clave e indispensable donde se forja no solo la sociedad, sino cada uno de sus individuos, a través de su interacción y su discurso ¿Existen materias o tópicos donde el espacio público no pueda ser ejercido?

1.2. Diferencia entre lo público y lo privado.

Diversas sociedades a lo largo de los años han creído no solo que existen temas sensibles que no deben entrar a la esfera de lo público por ser consideradas carentes de interés común para el grupo, sino que existen incluso grupos sociales que por sus características de comportamiento no deben formar parte de los consensos que se pueden generar al ejercer la opinión pública dentro del espacio público.

Según plantea Arendt (2009, pág.39) en su obra *La Condición Humana*, la modernidad cambió radicalmente la manera de entender lo público, lo privado, lo político y lo social ¿Qué es la modernidad?

Se trata de una de las épocas de la humanidad, donde se busca lograr un progreso planificado de las sociedades a través de una constante conexión entre ellas en varios campos: la revolución tecnológica, las revoluciones políticas (el marxismo por ejemplo) y el desarrollo de nuevas expresiones artísticas en pos de la educación son algunos de los fenómenos que permiten y sostienen a la Modernidad.

Esta etapa se caracteriza por la idea de que el conocimiento se basa en la razón, no en la autoridad ni en la tradición. También explica al progreso como un proceso que no es lineal, sino que se basa en el estudio profundo en busca de la comprensión ya sea de algo nuevo o de algo antiguo. Otro aporte de la modernidad es la crítica, es decir, el cuestionar cualquier teoría para probar su veracidad.

Es también aquí donde se implanta la idea de universalidad, según la cual todas las ideas son válidas para todos los seres humanos, con el objetivo de mejorar la civilización a través de reformas con bases racionales.

Según Berman, autor de *Todo lo Sólido se Desvanece*, los modernos viven en una constante innovación de sí mismos y del mundo que les rodea. Pero es esta misma innovación la que amenaza con destruir lo que los modernos son:

“Ser modernos es encontrarnos en un entorno que nos promete aventuras, poder, alegría, crecimiento, transformación de nosotros y del mundo y que, al mismo tiempo, amenaza con destruir todo lo que tenemos, todo lo que sabemos, todo lo que somos. Los entornos y las experiencias modernas atraviesan todas las fronteras de la geografía y la etnia, de la clase y la nacionalidad, de la religión y la ideología; se puede decir que en este sentido la modernidad une a toda la humanidad. Pero es una unidad paradójica, la unidad de la desunión: nos arroja a todos a una vorágine de perpetua desintegración y renovación, de lucha y contradicción, de ambigüedad y angustia. Ser modernos es formar

parte de un universo en el que, como dijo Marx, todo lo sólido se desvanece en el aire”. (Berman, 1993, pág. 5).

Una vez comprendida la modernidad como un concepto filosófico, sociológico e histórico donde cada quien se propone sus metas según su voluntad y las cumple siguiendo una lógica racional, mientras que a la vez se encuentra en constante contacto con el resto de seres humanos (propios y ajenos a su cultura o sociedad en particular), se puede comprender de manera más sencilla cómo la llegada de la Modernidad cambió los conceptos de público y privado.

Los conceptos de público y privado varían según las épocas y las sociedades. Por ejemplo - según plantea Arendt (2009, pág. 40) - en la Grecia antigua, lo público era lo político, es decir, el espacio común de las actividades de trascendencia histórica compartido por los hombres libres. Lo privado era el espacio vital particular de un “dueño y señor”, donde habitaban todos los seres que dependían de él y estaban privados de derechos políticos, por ende públicos.

Habermas toma de base los estudios de Arendt, pero amplía su explicación partiendo también de un análisis histórico sobre lo público y lo privado para identificar su naturaleza y su papel actual.

Según su planteamiento, en Grecia antigua se identifica el espacio de la actividad política para todo ciudadano libre (*polis*) y también el espacio donde cada quien se ocupa de lo suyo (*okis*). La igualdad y la libertad griega equivalen a tener derecho a ejercer la discusión. Habermas sostiene que esta distinción entre lo público y lo privado es la piedra angular de la sociedad griega.

“El orden político depende de una economía esclavista patrimonial. Los ciudadanos están descargados del trabajo productivo, pero la participación en la vida pública depende de su autonomía privada como señores de su casa. La posición en la polis se basa en ser un okisdéspota. Bajo la cobertura de su dominio se realiza la reproducción de la vida, el trabajo de los esclavos, el servicio de las mujeres, acontece la vida y la muerte; el reino de la necesidad y la transitoriedad permanece anclado en las sombras de la esfera privada. Frente a ella se

alza la publicidad, según la autocomprensión de los griegos, como un reino de libertad y de continuidad". (Habermas J. , 1990, pág. 43).

Si continuamos con la tesis de Habermas, durante la época medieval se aplicaron los principios del derecho romano para establecer la diferencia entre público y privado. Para el siglo XVI, se considera que lo privado es aquello que no ocupa ningún cargo público y que no está relacionado tampoco con los asuntos públicos. De esta forma, el Estado se convierte en la única garantía de interés común, pues el interés privado se contrapone al interés público, que de aquí en adelante es considerado como sinónimo de interés estatal. Lo público se vuelve representativo.

Ante esta posición absolutista que confiere plenos poderes y supremacía al cuerpo del Estado, Habermas sugiere la aparición de movimientos que cambiarán una vez más la concepción de público y privado. La ruptura eclesiástica con la aparición de la Reforma rompe con la concepción de la Iglesia como algo público, convirtiendo a la religión en algo privado. Esta posición es apoyada por otros autores: "la llamada libertad religiosa caracteriza históricamente la primera fase de autonomía privada: la iglesia prolonga su existencia como una corporación de derecho público" (Boladeras, 2001, pág. 8).

Adicionalmente, el crecimiento de las ciudades y su establecimiento como centros mercantiles promueve la creación de bancos y negocios, lo cual abre las puertas a la comunicación masiva a través del correo, situación que también pasa a ser privada.

Con este cambio en las dinámicas sociales, se genera un cambio en el pensamiento de la humanidad: frente a lo público como representativo de lo estatal, surge la idea de lo público como una fuerza que puede alzarse contra el poder soberano. Así nacen dos tipos de publicidad (entendido como lo público, aquello que se difunde a la mayor cantidad posible de personas y nace de estas): la gubernamental, nacida de la estructura de lo público y la nacida directamente del público, el cual está conformado por personas privadas, que son jueces de las decisiones políticas a través de su razonamiento y consenso con respecto a estas.

“La publicidad propiamente dicha hay que cargarla en el haber del ámbito privado, puesto que se trata de una publicidad de personas privadas. En el seno del ámbito reservado a las personas privadas distinguimos, por consiguiente, entre esfera privada y publicidad. La esfera privada comprende a la sociedad burguesa en sentido estricto, esto es, al ámbito del tráfico mercantil y del trabajo social: la familia, con su esfera íntima, discurre también por sus cauces. La publicidad política resulta de la publicidad literaria; media, a través de la opinión pública, entre el Estado y la necesidad de la sociedad”. (Habermas J. , 1990, pág. 68).

Los romanos armonizaban los intereses públicos y privados. “Nunca sacrificaron lo privado a lo público, sino que por el contrario comprendieron que estas dos esferas solo podían existir mediante su coexistencia” (Arendt, 2009, pág. 68).

Pero para la Modernidad, los derechos políticos se universalizan y lo social se adueña de todos los aspectos de la vida. Lo privado pasa a ser lo íntimo. Para Arendt (2009, pág. 59), algunos de estos conceptos cambiantes sobre público y privado a lo largo de la historia son los siguientes:

Público:

- **Publicidad**

Referido a todo aquello que puede ser oído y/o visto de forma que llegue a la mayor cantidad de personas. Dentro de este concepto, lo público es la apariencia que construye la realidad, puesto que puede ser oído y visto por los demás.

- **Identidad en la diversidad**

Lo público se genera cuando algo puede ser visto por varias personas y desde una variedad de aspectos sin cambiar su identidad. Es ver algo de la misma forma aunque sea visto o escuchado desde la diversidad (cada quien lo hace desde una posición distinta y aún así, el objeto en cuestión mantiene su naturaleza, por lo que todos los que ven y escuchan terminan viendo lo mismo).

- **Ámbito de actividad compartido**

Conceptualizando lo público dentro de este campo, se trata de la esfera directamente relacionada con los objetos fabricados por la mano del hombre y

por el lugar que comparten todos los asuntos relacionados con el hombre y con el mundo creado por él.

- **Permanencia**

Lo público no puede ser exclusivo ni restringido a un solo grupo, un tiempo particular y mucho menos un estado o un espacio. A través de los siglos, lo público tiene la facultad de recuperar aquello que quiera salvarse de ser perdido en el tiempo.

Privado:

- **Sentido privativo**

Referido a aquello que está vetado o excluido de ser visto y oído por los demás. No puede entrar a relacionarse con los demás y está separado de ellos. Al no intervenir, no tiene existencia dentro del mundo de la vida.

- **Sacralidad de lo privado**

Se trata de colocar ciertos temas y hechos bajo el concepto de privado por considerarlos inentendibles o inaceptables para los demás. El conocimiento humano de este conjunto que conforma a “los demás” juzgará de oculto o incomprensible aquello que se deja en lo privado para no exponerlo a críticas. Por ende, este conjunto “privado” se convierte en algo sagrado.

- **Propiedad privada**

Entendido bajo el enfoque de propiedad, lo privado se refiere a lo propio, a aquello de lo que se es dueño, a ser capaz de cubrir las necesidades de la vida y ser libres. Por ello, se consideraba que quienes carecían de una propiedad privada (es decir absolutamente propia) no eran seres humanos, pues era necesario tenerla para superar la vida propia y entrar así en interacción con los demás dentro del mundo de la vida.

La Modernidad logra extinguir la esfera pública y la privada. La privada se extingue cuando el interés privado queda transformado en propiedad privada dentro de un interés público. La pública se extingue cuando queda convertido en una función de los procesos de creación de riqueza y a su vez también se legitima como el único interés en común que queda. Pero este interés en común no creó espacios de significado vital, puesto que su único objetivo es la acumulación de capital (Boladeras, 2001, pág. 6)

Según plantea claramente Arendt:

“Esta disolución de lo privado dentro de lo social puede observarse en la transformación extremista donde propiedad y riqueza pierden su significado distintivo. La cosa tangible se convierte en un objeto de consumo (perdiendo su valor de uso anteriormente determinado por su posición) y adquiriendo un valor exclusivamente social determinado por su capacidad de ser intercambiable” (Arendt, 2009, pág. 75).

Esta disolución se da por los fenómenos que acarrea la Modernidad: nuevas dinámicas monetarias en el mercado de intercambio y multiplicación de negocios para generar riqueza. La propiedad privada se convierte en un equivalente de riqueza, por lo que la política se centra en la economía. En lo social, algunos aspectos antes considerados como privados empiezan a entrar en la esfera pública (la discriminación de género por ejemplo) debido al cambio de concepto de aquello que es privado y aquello que es público.

“La sociedad es la forma en que la mutua dependencia en beneficio de la vida y nada más adquiere significado público, donde las actividades relacionadas con la pura supervivencia se permiten aparecer en público” (Arendt, 2009, pág. 57).

Ante esta posición, Fraser (1999, pág. 102) refuta basándose en los estudios de Eley que afirman que “la esfera pública se constituyó siempre a través del conflicto” (Eley, 1990, pág. 105). Para Fraser, esta posición considera solamente el espacio público burgués y no los espacios públicos de los contra-públicos (grupos de personas no burguesas o no incluidas dentro de la esfera burguesa, pero que sostienen también su propia opinión pública) y se apoya en Eley al afirmar que “cada esfera es una noción ideológica que sirve para legitimar el dominio, lo que lleva a la transformación histórica de la naturaleza de la dominación política” (Eley, 1990, pág. 106) y por ende, de la creación de espacios públicos y espacios privados.

Fraser (1999, pág. 106) sostiene que público y privado son términos utilizados para deslegitimar y valorizar tanto acciones como discursos. Así, se desestiman temas por considerarlos privados, los cuales no pasan a la discusión pública porque aparentemente no son de interés común, cuando en

realidad sí lo son (por ejemplo, las mujeres maltratadas en su hogar era hasta hace poco un tema privado de cada hogar; hoy en día está legitimado como un tema de interés común sobre el cual debe haber un accionar público).

No todo interés privado es indeseable, dado que son los participantes (por lo general parte del grupo que domina el espacio público y por ende controla el intercambio de información que en él se suscita) quienes determinan qué es de interés común y qué no lo es. La publicidad representativa debe pasar a ser una publicidad democrática, que garantice a las minorías una oportunidad para convencer al resto de que sus asuntos son también asuntos del bienestar común social.

La autora propone que una esfera pública funcional debe contar con la eliminación de la desigualdad social, debe multiplicar el número de públicos que en ella participan, debe incluir diversos intereses y debe promover la participación de públicos débiles (los que opinan pero no tienen poder de decisión para lograr cambios) y fuertes (los que además de opinar, pueden accionar los cambios) por igual (Fraser, 1999, pág. 137).

Lo público entonces está caracterizado por generar interés común entre los grupos de personas que se interrelacionan en el mundo de la vida. Lo privado pasa a ser aquello que no le es común a todos. Sin embargo lo privado también es público a su manera: resulta un tema de interés común entre un grupo más pequeño de personas que lo discuten (por ejemplo, la familia).

En teoría, no existen temas que no puedan ingresar al espacio público debido a razones relacionadas con su naturaleza. Naturalmente, todo tema debería tener la capacidad de ser tratado como público. Pero en realidad esto depende de lo que se acepta como público y lo que se relega como privado, de las reglas de juego que se imponen dentro de la esfera pública y son no solo aceptadas, sino ejercidas por todas las sociedades en respuesta a un poder hegemónico o dominante.

Lo público y lo privado no solo están contenidos en el espacio público. Son además los gestores que determinan la dinámica que se vive dentro de este

espacio público, determinando a la vez la existencia validada o deslegitimizada de la opinión pública.

Lo que se considera público y lo que se considera privado marcan el ritmo y los temas del espacio público, generando corrientes, anti-corrientes, líneas de pensamiento, resistencias y luchas que dan forma al mundo de la vida donde todos los seres se interrelacionan. Entonces, ¿radica en su naturaleza dinámica la importancia del espacio público?

1.3. Importancia del espacio público.

Por naturaleza el espacio público es dinámico, cambiante e identitario. Existe una estrecha relación entre la organización social de los diversos grupos humanos y la forma como estos construyen y conciben las relaciones con sus semejantes y con su alrededor. “La comprensión del espacio habitado es, como el lenguaje, una expresión simbólica de un comportamiento humano” (Leroi, 1985, pág. 20).

Esto convierte al espacio público en el lugar donde se ejerce la alteridad y la otredad, por ende, es el espacio donde la existencia de cada ser queda legitimada al ser reconocida por los otros.

Por alteridad se entiende “el conjunto de relaciones que se desarrollan entre los individuos en función de compartir los espacios públicos” (Bauman, 2005, pág. 40) enriquecidos de forma particular por visiones culturales, sociales, políticas y mediáticas diversas. Se trata de alternar la perspectiva propia por la perspectiva del otro.

El miedo o la resistencia a este intercambio social provocan una falta de enriquecimiento personal. Al no mezclarse con las diferencias presentes en el otro, el sujeto no puede tampoco aportar con su propia riqueza y por ende, no forma parte de las relaciones dentro del espacio público, circunstancia por la cual no existe. Al no reconocer al otro, tampoco es reconocido.

En cuanto a la otredad, se trata de “la construcción del otro representada en una forma de deseo” (Girard, 1985, pág. 76). Es la percepción del otro en

cuanto a lo que este representa, a lo que es apreciable mediante cómo se ve, cómo piensa y qué prefiere. Se trata de una proyección ficticia que puede tener (como no tener) un asentamiento verdadero.

Existen dos maneras de ver al Otro: sin entrar en contacto con él en cuyo caso hay influencia de prototipos para evitar el contacto. De nuevo, si no se entra en contacto, no se conoce al Otro y si no se conoce al Otro, tampoco él conoce, por lo que la existencia de quien se niega a entrar en contacto queda eliminada.

La segunda manera consiste en entrar en contacto, a partir de lo cual se crean juicios de valor, estereotipos, mitos y se da cabida a que exista el espacio de discusión, dando a la par vida al espacio público a través de la relación con otros entes sociales.

La importancia del espacio público consiste en que su construcción define la forma de pensar – y con ella la forma de vivir – de los individuos. Además, es la plataforma donde, a través de la discusión y el consenso, se construyen y se reconstruyen las políticas públicas, los modelos de comportamiento (lo que es aceptable y lo que no), los estilos de vida, las corrientes de pensamiento y las revoluciones de cualquier tipo.

Sin espacio público, sin el mundo de la vida, no existe la interrelación entre los seres, ni el aprendizaje, ni el desarrollo. Sin espacio público, no hay lugar donde generar opinión pública, crítica ni consenso.

“La publicidad crítica permitirá la expresión de los conflictos sociales reales y su posterior superación a través de generar consensos de voluntad común. Esta es la única resistencia existente frente a las formas de presión y coacción del poder, que tiende siempre a superponerse sobre la realidad social: un método de controversia pública llevado del modo descrito podría relajar las formas de coerción de un consenso obtenido bajo presión e igualmente podría suavizar las formas coercitivas del conflicto sustraído, hasta el presente, a la publicidad” (Habermas J. , 1990, pág. 274).

Es el espacio público la única y final garantía de la existencia de la libertad, la autonomía y la conservación cultural de las diversas sociedades.

“Las formas emancipadas de vida no se producen por intervenciones administrativas. De la vitalidad del espacio público y la autonomía de voluntad de los ciudadanos expresado en él dependen la legitimación de las decisiones políticas y la regulación de la cohesión social” (Boladeras, 2001, pág. 12).

No solo que se convierte en el espacio donde los seres humanos pueden interactuar y compartir – lo cual se transforma en su método para conservar y modificar sus conductas y su riqueza – sino que además el espacio público se transforma en un lugar común necesario y requerido por todos como espacio vital para asegurar el progreso a cualquier nivel.

La existencia del espacio público ofrece acceso a una crítica de la situación presente, estableciendo objetivos a futuro en función del desarrollo concreto de las situaciones compartidas por los ciudadanos.

Tomando en cuenta que el espacio público es donde se garantiza la libertad de los individuos y la permanencia de las ideas, ¿cómo es el espacio público de nuestra ciudad?

1.4. Espacio público en Quito.

Fraser sostiene que el espacio público le es propio a cada sociedad y de acuerdo con su pertenencia funciona diferente. Sin embargo, todo espacio público debe contener múltiples públicos. “Las identidades culturales se tejen con muchos hilos diferentes y algunos de ellos pueden ser comunes a personas cuyas identidades difieren en otros sentidos” (Fraser, 1999, pág. 120).

Para la autora, esta multiplicidad es la única manera de asegurar la igualdad social, la diversidad cultural y la democracia participativa. Sin embargo, la existencia de esta multiplicidad no asegura nada a menos que estos grupos puedan participar de igual manera dentro del espacio público.

Resulta necesario comprender cómo está construido el espacio público de la ciudad de Quito actualmente, para comprender el por qué del funcionamiento de su dinámica social, punto que será ampliado en el capítulo cuatro de la presente tesis.

“Quito es una ciudad rebelde. Sus habitantes son testigos de importantes jornadas de protesta que, más de una vez, terminaron con el gobierno de turno. Al ser la ciudad capital, es también la ciudad donde se centralizan las principales funciones del estado. Es un escenario de activismo y movilización” (Romero, 2011, pág. 8).

A partir del 2005, luego de la movilización que desencadenó en la caída del presidente Lucio Gutiérrez, la actoría social en Quito tomó un nuevo rumbo donde los partidos políticos tradicionales fueron dejados de lado.

Según señala el catedrático de la FLACSO (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales), Simón Pachano, “Quito se encuentra en una etapa de agotamiento de la protesta social”, la cual se mantuvo con fuerza durante casi una década: desde 1997 con en régimen de Abdalá hasta el 2005.

“Las continuas jornadas de protesta en las calles de la capital, protagonizadas generalmente por movimientos de izquierda, agrupados en organizaciones de trabajadores, estudiantes, indígenas, no cuentan ahora con la misma fuerza y poder de convocatoria de años atrás” (Romero, 2011, pág. 8).

Una buena parte de sus integrantes se sumó a la nueva fuerza política que nació, liderada por el movimiento PAIS y por el actual Presidente de la República. “PAIS capitalizó el descontento de los tradicionales sectores de izquierda, por naturaleza irreverentes al poder, y encumbró la figura de Correa a través de su posición de izquierda y su discurso revolucionario” (Romero, 2011, pág. 8).

Para Pachano (2011), se deben analizar varios escenarios antes de comprender la forma en que se desarrolla y se vive la esfera de lo público (el mundo de la vida) en Quito.

Primero está la heterogeneidad y la fragmentación de las organizaciones tanto políticas como sociales de la ciudad, las constantes decepciones luego de los procesos electorales y el antes ya mencionado cansancio de permanecer en las calles. Estas se convierten en situaciones que debilitan la política y a su vez fortalecen el surgimiento concluyente de la nueva corriente política de PAIS.

Según afirma Pachano (2011) “Hay cansancio en la gente. Una persona vota por un partido, se decepciona, vota por otro, por un tercero. Después de que prueba con todos se decepciona de todos. Eso pasa en Quito”.

Pero Quito no puede ser representado solo desde su característica de ciudad en permanente agitación social, según indica el historiador Ayala Mora (2011): “La capital es una ciudad rebelde, epicentro de explosiones sociales pero no todo el tiempo, sino como producto de severas crisis en todo el país”.

Entonces Quito es un escenario de protesta, donde los movimientos y organizaciones tradicionalmente se tomaban las calles para exponer su punto de vista, para ejercer su acceso a la opinión pública. Pero ahora la situación es diferente, puesto que el número y la intensidad de estas protestas están reducidos.

Para Jorge Albán (2011), vicealcalde de la ciudad, Quito sí sigue teniendo una posición crítica ante el poder, pero la falta de protestas es debido a que existe inclusión de todos los sectores sociales en la administración y en la toma de decisiones de carácter público.

“Cultivamos valores de participación y elementos de construcción social democrática. Quito no ha perdido su visión crítica. Es una ciudad organizada, y con ello hablamos de independencia, autonomía, capacidad de intervención y de gestión”, opina Albán.

Según Ayala Mora (2011), “una de las políticas perversas del Gobierno ha sido dividir al movimiento social: estudiantes, empleados públicos, trabajadores, indígenas, que en términos inmediatos le da réditos, porque desmoviliza a la gente, pero que a largo plazo hace que se pierda un acumulado histórico de organización social”.

Al momento, la ciudad vive una tensión constante. El espacio público está dominado por el poder que encabeza lo político (en la práctica, el poder dentro del espacio público está determinado por el poder hegemónico dentro de la sociedad, sin importar su tendencia política. Así funciona en la mayoría de casos).

Esta tensión se genera a nivel social entre quienes están a favor de las políticas públicas y quienes están en contra. Sus espacios de expresión son distintos: mientras los primeros dominan las plataformas de expresión pública (medios masivos de comunicación y manifestaciones en las calles) los segundos dominan los espacios considerados como privados (conversaciones, espacios de opinión en la web, redes sociales, apariciones mínimas en la calle).

El verdadero problema de esta situación radica en la separación civil. Fraser sostiene que la división entre sociedad civil y Estado hace que la sociedad civil “sea incapaz de concebir: autodeterminación, coordinación de inter-públicos y responsabilidad política, condiciones esenciales para la democracia” (Fraser, 1999, pág. 132).

Si bien esto se cumple dentro del espacio público de Quito, donde sí existe unidad entre sectores de la sociedad civil y el Estado, también es cierto que aquellos sectores que no cumplen con esta relación de apoyo para con el Estado, quedan por fuera de las decisiones políticas.

Para Habermas, el espacio de libertad dentro del espacio público es el motor de una política democrática en la práctica y también en un sentido normativo. “El conocimiento de sus características y sus posibilidades (del espacio público) es el que permite replantear los procedimientos políticos y sociales” (Boladeras, 2001, pág. 15).

En el presente, es difícil suponer que en el espacio público no existe manipulación ni influencia real del poder comunicativo sobre el poder político.

El poder comunicativo se transforma en poder administrativo (político) cuando tiene la facultad de promover la creación de leyes. Habermas sostiene que la manera de definir el límite entre poder comunicativo en acción y abuso de

poder comunicativo dentro de lo político es que las instituciones reconozcan variedad de opiniones para regular y corregir los excesos, efectivizando así el respeto y la promoción de los derechos humanos.

“Uno tiende a valorar con muchas reservas las oportunidades que la sociedad civil pueda tener de ejercer influencia sobre el sistema político. Sin embargo, esta estimación solo se refiere a un espacio público en estado de reposo. En los instantes de movilización empiezan a vibrar las estructuras, en las que se apoya la autoridad de un público que se decide a tomar posición. Pues entonces, cambian las relaciones de fuerza entre la sociedad civil y el sistema político” (Habermas J. , 1985, pág. 460).

El espacio público de Quito está configurado entonces como una serie de dinámicas continuas de choque, un vértigo político y social donde los actores viven a mil por hora, deciden a mil por hora y actúan a mil por hora.

Quito es una ciudad que funciona a toda velocidad, por lo que los fenómenos sociales y las decisiones políticas son digeridos de forma rápida: causan impacto y reacción durante los primeros días, para luego desaparecer de la memoria al ser reemplazados por nuevos fenómenos o decisiones.

Es una ciudad donde lo antiguo y lo nuevo conviven, lo que marca el pensamiento social y por ende el manejo del espacio público. Muchos temas no forman parte del denominado espacio público por ser considerados todavía como materia privada, perteneciente a grupos pero no a toda la sociedad (por ejemplo las políticas de blanqueamiento no son consideradas como interés común; sin embargo sus rasgos discriminativos las convierten en un tema que debería ser público, pero se sigue abordando como privado).

Es en este escenario donde hay constante luchas ideológicas, donde existen parámetros marcados de lo aceptado y lo que no lo es, donde hay un alto índice de racismo, de machismo y de división social donde los individuos viven y conviven.

Al ser el Ecuador un país eminentemente joven (uno de cada tres ecuatorianos son jóvenes, según los datos rescatados por la división SIJOVEN del Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador), resulta necesario comprender cómo viven ellos el espacio público. Al ser el grupo mayoritario del país, es necesario comprender su realidad para así evidenciar el manejo de políticas públicas y encontrar soluciones a los procesos sociales nacionales a través del poder de discusión en el espacio público ¿Cómo son y cómo viven los jóvenes del Ecuador?

Capítulo II: Mirando al Diablo. Reflexiones sobre la construcción de la juventud

2.1. Sin manual de instrucciones: ¿quién es el joven?

"¿Qué entendemos por adolescentes? Y... ¿por jóvenes? ¿Desde qué edad y hasta qué edad se extiende la adolescencia y la juventud? Clasificar por edades estrictas los libros para jóvenes y/o adolescentes puede constituirse en una forma de poner límites, de provocar un orden en el que cada quien se debe mantener y ocupar su lugar, el que otros nos señalan. Hablar de jóvenes puede tornarse en una generalización muy simplificadora... Hay jóvenes y jóvenes..." (Boland, 1998, pág. 12).

La juventud es la edad donde hombres y mujeres se construyen como seres humanos, afirmando rasgos de su personalidad y relacionándose con otros. Los retos y las vivencias de cada grupo juvenil dependen de una serie de factores, como la influencia cultural, temporal, social y personal que experimentan. Además, su comportamiento responde también a la construcción de juventud vigente que la sociedad aprueba, construye o critica.

“Los estudios realizados desde la perspectiva de juventud como agente de cambio tienden a tener una visión muy idealista de la juventud, ubicando a este grupo como «agentes» y como motores de la revolución, destacando y reconociendo su aporte en procesos de cambio social significativos (el Mayo francés, el movimiento estudiantil en Estados Unidos, la revolución cubana, el movimiento pacifista, etc.). Algo significativo en estos estudios es el cambio de visión sobre los jóvenes, que tiende a ser más positivo que algunas de las perspectivas anteriores. Sin embargo, pareciera que en esta perspectiva se deposita en la juventud la esperanza de cambio de la realidad social imperante” (Alpízar & Bernal, 2003, pág. 112).

En el mundo actual, ser joven es serlo todo y a la vez no ser nada. Hablamos de jóvenes que viven una generalización como producto de pertenecer a una generación, de jóvenes concretos y diversos, de jóvenes que son pensados

desde otras generaciones de ex jóvenes. De jóvenes que heredaron algún sello de dominación extranjera y desconocen su procedencia. Jóvenes que se piensan a sí mismos como parte de una edad de tránsito entre la inocencia y la responsabilidad, pedagógicamente estacionados en un tiempo de aprender o de sujetos legalmente reconocidos como personas de entre los 18 y los 29 años.

Cuando hablamos de ser joven, ¿hablamos de una condición jurídica, biológica o social? En realidad, según se sostiene en el estudio de SIJOVEN, hablamos de todas ellas. Según la publicación, la definición de juventud no implica únicamente características biológicas, psicológicas y sociales. Además de esto, se debe tomar conciencia sobre este grupo como una fuerza social con capacidades y potencialidades propias, con visión y propuestas específicas. Convertirlos en un grupo social con identidad y con posibilidades de intervención social.

“Durante esta etapa se producen cambios intelectuales, afectivos y sobre todo de manera física, los adolescentes siguen patrones de belleza de su época y se preocupan mucho por su aspecto, en lo intelectual desarrollan el pensamiento abstracto y logran resolver ya problemas de tipo lógico. En esta etapa empiezan a definir su identidad y surge en ellos una necesidad de aceptación para su forma de ser. Una característica propia de esta edad es romper las barreras sociales por las que no están de acuerdo” (Osuna, 2008, pág. 56).

Sagrera sostiene que existen cinco usos para la palabra juventud (1992, pág. 46):

- Un grupo de edad comprendido entre los 15 y los 24 años.
- Un sector de la población con un desarrollo psico-biológico determinado.
- Una clase social con un estatuto jurídico diferenciado.
- Un valor cultural positivo o negativo.
- Un sector u conjunto cultural, marcado por este valor.

Serrano (1998) en su estudio sobre jóvenes y cultura, otorga otro enfoque a la definición de “ser joven”, que es la que se tomará en cuenta durante el desarrollo de esta tesis:

"Lo que vamos a proponer es pensar en jóvenes como sujetos sociales y a la juventud, o más bien las juventudes, como las condiciones que se desprenden de ello; consideramos que hoy lo joven se convierte en un modo de estar en el mundo, en la construcción de un mundo de la vida" (Serrano, 1998, pág. 275).

La diferencia entre ser joven y tener juventud es una cuestión de una perspectiva sociológica:

"Jóvenes siempre ha habido, están en todas las culturas y en todas las realidades sociales. Juventud, sin embargo, no. La juventud, como larga etapa de la vida en la que uno o una se dedica a sentirse joven y ejercer de joven, es una construcción social. No es algo necesario, ni espontáneo". (Funes, 2001).

El conflicto generacional, presente a lo largo de la historia humana, se centra en un conflicto de visiones e intereses. Los jóvenes piensan que los adultos que los rodean no logran entender sus manías, sus ideas ni su forma de vida. Esto se debe a que los adultos enfocan la situación desde las paredes exteriores, las cuales no pueden ser atravesadas por ellos, pues los mismos jóvenes se oponen.

Como cita Goldberg (2007):

"Los jóvenes se convierten en extraños para sus padres. Lo que hace algunas épocas era considerado anormal ahora es normal. Los jóvenes por naturaleza son rebeldes y no les gusta acatar las órdenes de sus padres. Las personas evolucionan, al adquirir un nuevo cuerpo adquieren una nueva identidad. Son falibles, vulnerables, contradictorios, arbitrarios, injustos, hipócritas, frustrados. Su imagen de sus padres cambia: en la infancia ven a sus padres como súper héroe, ahora sienten que son sus enemigos puesto que les contradicen en todo" (Pág. 100).

"Para los jóvenes, cada vivencia constituye una aventura en su mundo interior, por eso para ellos una entrada a un concierto equivale a una obra de arte. Todo en ellos es una forma de expresión, todo tiene un carácter funcional que constituye su propia rebelión al status quo

impuesto por los mayores. Los jóvenes no creen en el milagro del lustra muebles ni en las bondades del jabón. El desorden es para ellos una forma de orden” (Goldberg, 2007, pág. 75).

Hoy en día estos mayores son los ex jóvenes, son los adultos frente a los nuevos jóvenes. Esto crea una dinámica dual: existe un proceso de culpabilización hacia los jóvenes, pero también desde los jóvenes, lo que crea una suerte de círculo vicioso que obvia la importancia de los jóvenes como actores sociales y generadores de cambios. En medio de este conflicto generacional, se pierde al joven como un sujeto social de cambio, condición inherente de este sujeto. Como cita Brunner:

“Una de las mayores fuentes de cambio cultural han sido los jóvenes, cuya rebeldía colectiva manifiesta habitualmente un profundo desajuste con las estructuras de autoridad y con las prácticas de valores adultos y su transmisión social. De allí, asimismo, el carácter de conflicto generacional que de ordinario acompaña a los movimientos juveniles, apenas disimulado tras motivos de orden participativo o democratizador. Lo que estos movimientos revelan es, ante todo, un malestar generacional con la cultura establecida, especialmente con aquellos aspectos más vinculados a sus instancias formativas” (Brunner, 2006, pág. 45).

Históricamente, los jóvenes se transformaron en una fuerza de cambio social, pasando por un proceso que empezó hace dos siglos:

“La historia de la cultura juvenil se remonta a finales del siglo XIX, cuando distintas bandas urbanas en Estados Unidos y Europa empezaron a provocar escándalos a causa de sus actitudes y vestimentas. Tenemos a los Hooligans en Londres, los Apalaches en París, los Scuttlers en Manchester y los Hudson Dusters en Manhattan. Estos grupos carecían de ideología alguna, pero hubo un grupo de disposición totalmente distinta. Surgidos en Alemania en los primeros compases del siglo XX, los Wandervögel (Aves Errantes) rechazaban el avance del materialismo, el consumismo y la sociedad de la producción

en masa, a favor de investigar el folklore y de vagabundear por el campo” (Savage, 2011).

El movimiento Wandervögel es considerado como el primer intento de actoría política colectiva juvenil, según indica Cospito (2002):

“¿Qué diferenciaba el Wandervögel de las organizaciones coetáneas y las que le precedieron? Dos diferencias sustanciales saltan a la vista. La primera y más característica fue su autonomía con respecto a asociaciones privadas y organismos públicos; esto es, con respecto a la sociedad de los adultos. El Wandervögel nace, se organiza y se desarrolla como movimiento al margen y claramente enfrentado a la sociedad de sus padres y abuelos, particularmente a las autoridades escolares y al sistema político dominante. Y la segunda fue que el Wandervögel se dotó de un discurso radical en el que se entremezcla el desprecio sin paliativos de la ideología liberal-burguesa, un exacerbado amor a la naturaleza y un nada disimulado culto a las tradiciones autóctonas precristianas, al nacionalismo pangermanista y a un sui generis militarismo” (pág. 35).

“No estamos, empero, ante un mero fenómeno de rechazo, sino que el joven Wandervögel, lejos de conformarse con el manido y episódico papel de iconoclasta incomprendido, se considera a sí mismo como miembro de una elite, como un guía popular, portador de unos valores nuevos y renovadores con los que pretende regenerar su familia, su escuela, su pueblo o barrio y, en definitiva, su país” (Cospito, 2002, pág. 37).

El principal problema que enfrenta la juventud al momento de ejercerse a sí misma como agente social de cambio radica es que no encuentra un lugar propio dentro del espacio público, pues está ampliamente vigilada y contenida:

“La indefensión experimentada como un dato cotidiano por los ciudadanos y ciudadanas, tanto frente a la impunidad de las autoridades o frente a su incapacidad para abatir los niveles de inseguridad, como frente a una violencia latente y amorfa cuyas fuentes no son

objetivamente identificables, está dando paso a la reconfiguración de un discurso autoritario y a un incremento de los dispositivos de vigilancia y control en diferentes esferas de la vida social. Un discurso que engendra su propio orden y que se ofrece a sí mismo como discurso de la certidumbre y que se alimenta precisamente del miedo (al otro especialmente), de la duda y contribuye a erosionar el vínculo social” (Reguillo, 1997, pág. 26).

Los mecanismos que limitan el accionar de los jóvenes limitan también sus espacios de participación, expresión y reconocimiento como miembros activos de una sociedad cambiante. Hoy en día los y las jóvenes se constituyen en un grupo humano de importancia para enfrentar los nuevos y viejos desafíos. Su creatividad, inventiva y vitalidad junto con su irreverencia frente a lo socialmente constituido deben ser valorados, escuchados y encauzados dentro de propuestas que impulsen su organización y agrupación, para que sean reconocidos como colectivos formales en busca de fortalecer su actoría social. La juventud conlleva también una edad social, marcada por roles y decisiones, que se vive en interrelación con un entorno de socialización marcado por condiciones particulares. Según se define en el estudio conjunto del Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA) y el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE), la juventud es una categoría social de análisis:

“La juventud es una categoría construida culturalmente en contextos socio-históricos y relaciones de fuerza determinadas, que parte de una lógica individual y colectiva diversa en la que confluyen éticas y estéticas, es decir, estilos de vida particulares (individuales y colectivos), prácticas, imaginarios y sentidos; todos ellos caracterizados por situaciones y condiciones sociales que se expresan en relaciones de confianza o conflicto con la sociedad y sus instituciones, con sus propios espacios materiales o emocionales para la socialización, y con distintos ámbitos y entornos de pertenencia como la familia, escuela, grupo de pares, calle y otros, como factores que la posicionan socio-culturalmente en el tiempo y en el espacio” (pág. 23).

SIJOVEN enmarca que los jóvenes de hoy - además de pertenecer a un género, a una situación económica, a una etnia, a ciertas condiciones sociales - también pertenecen a situaciones particulares más detalladas, como representaciones estéticas, formas políticas de participación, formas de resistencia y nuevas maneras de vivir las relaciones interpersonales.

Las teorías y conceptos que rodean a la idea construida de “ser joven” influyen en la manera cómo este integrante social es comprendido, en los límites sociales que se le imponen y también en el papel social que se les asigna.

Según el estudio de SIJOVEN (2006):

“Esta cantidad de definiciones han logrado diluir y fragmentar al sujeto joven, pues se lo estudia desde un enfoque específico y no como una totalidad. Dentro de esta amplia diversidad que constituye a los y a las jóvenes, estos continúan siendo individuos con potencial generador de cambios. Cómo se miran a sí mismos y cómo son mirados desde la sociedad es el resultado de una dinámica de diferenciación y confrontación con otras generaciones” (pág. 9).

Según este mismo estudio, la construcción de lo que significa ser joven está marcada por la experimentación de condiciones comunes: marcan su rol social a través de las instituciones, se incorporan dentro del plano laboral a través de sus estudios y sus elecciones académicas, se acercan al tabaco, al alcohol y a las drogas, experimentan el deseo por el vértigo, se sienten inmunes y quieren vivir el peligro.

Asisten a eventos masivos, se congregan, buscan su autonomía pero también legitiman su identidad individual. Presentan cambios físicos y concientizan a su cuerpo como un “vehículo de expresión social, como la estética de la piel” (SIJOVEN, 2006, pág. 31), expresan sus posiciones con mayor fuerza y se oponen de manera radical a la autoridad ¿Cómo funcionan estas dinámicas dentro de la sociedad de masas y de consumo, a la cual también pertenece la sociedad de Quito?

2.2. Sociedad de consumo y la juventud

Una sociedad de consumo es aquella caracterizada por el consumo masivo de bienes y servicios, producidos también de forma masiva. “Las industrias culturales ofrecen productos exclusivos y particulares de consumo. Los jóvenes, contemporáneamente, estructuran sus relaciones desde sus accesos al consumo, la existencia de marcas y el estatus” (SIJOVEN, 2006, pág. 32).

Esta dinámica de mercado responde a que los jóvenes son el objetivo perfecto para ejecutar las prácticas de consumo, según señala el estudio de La Construcción Juvenil, de Hormigos (2010):

“La industria encuentra un mercado ingenuo, débil y receptivo en los adolescentes. Todo el mundo dice que no es marquista, pero las marcas están ahí, cada vez ganando más dinero sobre todo a costa de los jóvenes. En el fondo la marca es una señal de distinción, llevar un artículo cuya legitimidad es reconocida por todos. Y los jóvenes lo que buscan es legitimidad en su grupo” (pág. 5 – 6).

Para Goldberg (2007), los jóvenes son un grupo representativo y por ende son también el objetivo principal de las corrientes que rigen el mundo. Se encuentran expuestos y son constantemente analizados por las dinámicas de mercado de la sociedad de consumo:

“El comportamiento del consumidor es aprendido. La cultura, la familia, la escuela y los grupos de referencia en general proporcionan experiencias de aprendizaje, influyendo en los gustos y en las actitudes de compra. Los padres se encargan de moldear los gustos de sus hijos, pero cuando estos crecen, buscan consumir aquello que les gusta. Esta es su manera de ejercer su libertad, escogiendo lo que consumen” (pág. 119).

Junto con este convivir en la sociedad de consumo, manejando la constante competencia que produce, están también los mitos contruidos por la sociedad alrededor de la juventud: edades y momentos donde el y la joven ascienden de categoría o status (entrar a la universidad, empezar a trabajar, graduarse, salir sin hora de llegada y otras recompensas y triunfos pre establecidos para ellos). Por ende, la juventud “es un tiempo de decisiones, responsabilidades y experimentación propia. Todas ellas constituyen situaciones que marcan sus

vidas, que se las toma en esta etapa y que, por lo general, se enfrentan por primera vez” (Cevallos, 2003, pág. 34).

Los y las jóvenes actuales conviven varias batallas a la vez: su relación con los estereotipos de consumo, su relación consigo mismos y además su relación con los otros.

Los y las jóvenes viven un período de ausencia de la autoridad, puesto que se plantean la autoridad sobre sí mismos y sus actos. Sin embargo, es esta nueva autonomía la que debe estar dirigida hacia su crecimiento y expresión, no a su propia degeneración.

Es aquí donde la congregación y la búsqueda de metas juega un papel vital: el de dotar al joven de estímulos que comprueben su capacidad de actoría social e individual.

Resulta entonces necesario determinar en qué condiciones sociales viven y se reinventan los jóvenes para establecer la caracterización de los jóvenes quiteños y los estímulos que pueden legitimar su capacidad como agentes políticos de cambio ¿Qué conflictos sociales enfrentan los jóvenes?

2.3. La realidad de la juventud

Al ser la juventud una construcción social, cada sociedad en cada tiempo específico la construye de manera distinta.

“A través de la historia, las sociedades han ido construyendo nociones y conceptos que definen a la gente y la ubican en determinados lugares sociales. Dichos lugares implican un acceso diferenciado entre las personas a la toma de decisiones, a la autonomía y a la posibilidad de desarrollo” (Alpízar & Bernal, 2003).

La construcción de juventud se convierte en una plataforma donde ejercer poder y desde la cual se siguen construyendo métodos para controlar y vigilar a

este segmento de la población en un eterno conflicto entre jóvenes que buscan un espacio propio y adultos que intentan guiarlos, comprenderlos y criticarlos en busca de lo que consideran su bienestar.

¿Cómo funciona esta dinámica entre la sociedad adulta y la sociedad joven en Quito? Se debe empezar definiendo a la juventud de esta ciudad. “La juventud ecuatoriana atraviesa una etapa de invisibilidad y desvalorización de sus propuestas, pese a que representa el segmento más significativo de la población, siendo el Ecuador un país eminentemente joven” (SIJOVEN, 2006, pág. 6).

La problemática se centra en el poco conocimiento que tenemos como país sobre los jóvenes que conforman la sociedad (uno de cada tres ecuatorianos es joven). Sin conocimiento resulta imposible democratizar y proveer soluciones efectivas a las problemáticas que enfrenta la juventud.

“Conocemos muy poco de ellos, de sus condiciones de vida, de sus posibilidades de estudiar, trabajar o recrearse. Son diversos, hombres y mujeres, urbanos y rurales, negros, blancos, mestizos o indios; son pobres o ricos; migran, forman hogares; les gusta diferentes ritmos musicales desde el rock al vallenato; usan pulseras, gorras y una infinidad de accesorios. Conocemos tan poco que muchas veces resulta fácil solamente criticarlo; los llamamos “vagos”, “raros” o aún peor” (SIJOVEN, 2006, pág. 21).

Al ser este un país conformado en su mayoría por jóvenes, surge la necesidad de comprender sus logros y sus carencias, puesto que su desarrollo afecta de manera significativa la dinámica de todo el progreso de la sociedad ecuatoriana.

El primer paso para comprender a la juventud del país – donde entra la juventud quiteña - radica en reconocerla como un grupo social diverso, con diferencias objetivas, subjetivas, simbólicas e imaginarias alrededor de las cuales los y las jóvenes construyen gustos, consumos y relaciones, creando una cultura particular y propia.

“La juventud no es un grupo homogéneo, ni aislado de la sociedad en su conjunto (...) Los límites de la juventud son difíciles de trazar porque no se trata meramente de un concepto biológico sino sociocultural, que depende del contexto local y de las situaciones en que su uso tiene lugar” (SIJOVEN, 2006, pág. 15).

Estas diferencias colocan a los jóvenes en grupos aislados, donde se sienten identificados y logran ser aceptados por sus gustos, su línea de pensamiento o su posición social. Sin embargo todos ellos continúan teniendo en común el factor de ser jóvenes. Por ende, enfrentan obstáculos bastante similares.

“Los jóvenes se encuentran desafiados por cuatro fenómenos que deben enfrentar ya sea como vencedores o como vencidos: la extrema pobreza, las pocas y malas oportunidades, la exclusión social y la ausencia de referentes sociales creíbles” (Bazán Novoa, 2005). Esta condición coloca a estos diversos grupos de jóvenes dentro de una misma realidad, con lo que también los hace parte del espacio público.

El hecho de que exista una variedad de grupos juveniles no los exime de poder participar en la esfera pública. Si recordamos a Fraser, es justamente esta multiplicidad la que asegura la existencia de una esfera pública legítima.

El segundo paso cuando se habla de los jóvenes quiteños es comprender la construcción social a la que se enfrentan. Los jóvenes viven en una sociedad de masas, con todas las características previamente expuestas, conflictuados siempre entre lo que quieren y lo que deben hacer.

Viven lo que se denomina como cultura juvenil de masas. Esta corriente, que tomó fuerza en el mundo a partir de los años 60's, es la que actualmente domina a los jóvenes de la sociedad de masas en el actual mundo globalizado. “Con la cultura juvenil de masas, los jóvenes empezaron a ser reconocidos por la sociedad y, como consecuencia, se convirtieron en destinatarios de bienes de consumo específicos” (Bourdieu, 1990, pág. 86). Esto provocó que la relevancia social del joven se reduzca a ser capturado por las marcas y la moda, dejando de lado la relevancia de su derecho al accionar político.

Su actitud crítica se manifiesta en su forma de vida y en su pensamiento, ambos expuestos en el espacio público, pero se encuentra menos fortalecida dentro de la esfera pública, donde la falta de cohesión y el seguimiento de ciertos ritos estereotipados (clasificación, privación, negación, ataque, exclusión y supremacía dentro de los propios grupos juveniles existentes) provocan que los jóvenes no tengan participación dentro del campo público.

La ciudad de Quito es un espacio de reconfiguración de liderazgo interno y es una plataforma de despliegue social, debido a que centraliza el poder del país; sin embargo no tiene fuerza de actoría política juvenil. Para comprender por qué, es necesario plantearse una pregunta previa: ¿Cómo son los jóvenes de esta ciudad y qué características tienen?

2.4. La juventud quiteña

“Guambras en jorgas. Patas de pelados. No importa el nombre, los jóvenes son los niños grandes de la ciudad, los irreverentes que están midiendo los límites de la tolerancia social, los audaces u apasionados que ponen en jaque a la prudencia y el buen sentido. Carne del mercado, ahora su rebeldía debe luchar contra los molinos de viento del consumismo” (Espinosa, 2012, pág. 5).

Si bien los jóvenes quiteños también se enfrentan a los conflictos anteriormente expuestos, existe algo particular en su configuración, características que les son propias y que aparecen como resultado de su medio cultural y social.

Cada generación construye sus propios espacios dentro de una misma ciudad “de acuerdo a sus experiencias, necesidades, grupos sociales, gustos musicales y hasta preferencias a la hora de comer”, según plantea Espinosa (2012, pág.18).

Según se explica a lo largo de este artículo, los y las jóvenes quiteñas conforman un grupo que encuentra en sus amigos el reconocimiento y la compañía que necesitan para ir construyendo una ciudad a medida. Esta

necesidad de “construir la ciudad” se debe a lo anteriormente analizado sobre la importancia del consumo para este segmento de la población.

Esta unión con sus amigos se convierte también en una distinción social propia de los jóvenes quiteños: la pertenencia a un grupo de amigos y la consecuente solidaridad con ese grupo.

“Los quiteños somos mucho de tener un grupo de amigos con los que se hace todo, se comparte todo. Podemos tener muchos grupos, pero es ese específico el que ponemos por delante de todo. Y ese es en el que más identificados nos sentimos, ese al que nos sentimos de verdad pertenecientes”, explica Daniel Gómez (2012), sociólogo.

Adicionalmente, Espinosa plantea que la juventud quiteña vive una sobreprotección por parte de sus padres. “Desde que los celulares se volvieron objetos cotidianos, son virtualmente un control remoto de los taitas, obsesionados con la seguridad después de una sobredosis de reportajes escandalosos de los grandes medios masivos” (pág. 19).

Hablamos también de jóvenes que “si bien depende de las condiciones económicas y de las facilidades familiares, el joven estándar actual es el chico o chica a quien después de terminar la secundaria sus padres le pagarán la universidad” (pág. 19).

Dentro de este mismo artículo se sostiene que las aspiraciones actuales son distintas. Los jóvenes quieren conseguir logros profesionales y disfrutar de su soltería antes de pensar en matrimonio. También son jóvenes con un alto acceso a la información y a los medios: “La abundancia de información que les es ofrecida no es un fenómeno nuevo (...) pero la intensidad que ha cobrado gracias a la omnipresencia de las computadoras y la Internet es inusitada, e inédita en la historia de la humanidad” (pág. 20). Esto, se plantea, sumerge a la juventud en una burbuja de inmediatez.

También son jóvenes que se encuentran construyendo su conciencia en medio de esta vorágine de información, tomando el rumbo de su vida y construyendo su futuro. Son jóvenes que disfrutan salir, festejar, pero que también sopesan las posibilidades de su futuro.

El joven quiteño es creativo, es dinámico, es expresivo (la cantidad de tribus urbanas que existen en la ciudad lo comprueban). Es un sujeto activo, pero ¿tiene espacios donde puede cumplir su papel político como agente de cambio social?

2.5. Verse en el otro: representación y participación

Para comprender cómo es la relación entre los jóvenes y los espacios de participación, primero se debe ampliar el tema sobre cómo funciona la dinámica de estos espacios.

Esta dinámica queda explicada con la teoría de funcionamiento de los campos y de los agentes, realizada por Bourdieu. En ella, el autor plantea que los campos son espacios estructurados de posiciones, cuyas propiedades dependen del lugar que ocupan dentro de estos espacios, los cuales pueden ser analizados independientemente de quienes los ocupan, denominados como agentes.

Para Bourdieu, la estructura de cada campo se forma de acuerdo con la relación de fuerzas entre los agentes que intervienen en la lucha por la distribución del capital específico acumulado en el campo. Es este capital específico el que dota de poder – o autoridad – a quien lo tiene, dentro del campo en cuestión.

Un campo se define según qué es lo que está en juego y los intereses específicos que lo conforman. Aquello que está en juego permite que el campo funcione y también determina qué clase de agentes pueden entrar al campo. Estos agentes deben tener identidad con un perfil particular antes de poder entrar (llamado habitus, en el capítulo tres se hablará de ello). De esta forma, los agentes conocen y reconocen las leyes del juego y también lo que está en juego.

“Aquellos que, dentro de un estado determinado de la relación de fuerzas, monopolizan el capital específico se inclinan hacia estrategias de conservación, mientras que los que disponen de menos capital, se inclinan a utilizar estrategias de subversión: las de la herejía, la ruptura crítica. Esta es la que obliga a los dominantes a salir de su silencio, les

impone la obligación de producir el discurso defensivo de sus prácticas, un pensamiento que trata de restaurar, lo que equivale a la adhesión silenciosa” (Bourdieu, 1990, pág. 132).

Todos los que pertenecen a un mismo campo tienen una serie de intereses comunes fundamentales, los cuales se vinculan con la misma existencia del campo. Para Bourdieu la lucha - entre quienes tienen el capital específico y quienes no – es la que contribuye a reproducir el juego del campo, puesto que esta lucha produce la creencia en el valor de aquello que está en juego dentro del campo.

Frente a esto, resulta lógico pensar que la sublevación podría ser la manera de terminar con el juego dentro del campo. Pero es solo la forma de intercambiar a los agentes que poseen el capital simbólico. Esto es porque “el derecho de admisión de los recién llegados es reconocer el valor del juego y reconocer los principios de funcionamiento del juego, por lo que su adhesión es una inversión” (Bourdieu, 1990, pág. 154). Si esto es así, entonces las estrategias de sublevación también están dentro de un límite que puede ser controlado por los agentes dominantes, caso contrario los contestatarios serían expulsados del campo.

Las revoluciones dentro de los campos no cuestionan los propios cimientos donde éste se levanta, los fundamentos del juego – la verdad del juego – sino que se limitan a cuestionar la actuación de los dominantes y la cuota de capital de cada uno de los agentes. Las sublevaciones no pueden acabar con el juego porque son parte de él. Cuando los agentes entran al juego, invierten y eso hace que conciben como imposible el destruir el campo, pues significa destruirse a sí mismos.

Por ende, aquél que se considera un problema dentro del campo, en realidad está legitimado por los agentes dominantes, tratándose así de un problema inscrito en la pertenencia y en los límites de dicho campo.

Además, Bourdieu (1990) aclara que los agentes que pertenecen al campo – a cualquiera de ellos – se ajustan a las necesidades de este espacio incluso antes de entrar. Esta relación inconsciente permite las acciones orientadas

hacia fines específicos. “Cuando los agentes logran dejar de actuar por su habitus, obedecen a las necesidades y a las exigencias del campo en el que están inscritos” (pág. 179). Pero si así lo hacen, son expulsados, puesto que no resultan útiles dentro del campo.

¿Cómo se relacionan entonces los jóvenes con los espacios de participación de acuerdo con esta teoría? Los espacios de participación dentro del espacio público- que son en realidad los que construyen la esfera pública - son el campo, mientras quienes participan en ellos son los agentes. Estos agentes responden a las necesidades de lucha que tiene el campo para continuar existiendo.

El campo de los espacios de participación se construye bajo ciertas premisas, de la mano de lo que está en juego y de los intereses que esto conlleva. De acuerdo con los autores McAdam, McCarthy y Mayer (1999), los espacios de participación juvenil se construyen siempre a partir de la presencia de tres factores: oportunidades políticas, estructuras de movilización y procesos enmarcadores.

“Los movimientos sociales y las revoluciones toman una forma que depende de las oportunidades y las construcciones políticas específicas de su contexto nacional” (pág. 59). Las estructuras que se movilizan cuando se activan estos espacios de participación brindan “una enorme variedad de entornos en los que se da la acción colectiva y las diversas formas de organización, relacionadas con el tipo de movimiento propuesto y que a la vez generan diversos niveles de influencia” (pág. 70).

La combinación de las oportunidades políticas y estructuras de movilización constituyen las herramientas necesarias para la acción. Pero son los elementos culturales los que convierten a los movimientos sociales en voluntad de ruptura y los canalizan dentro de espacios de participación: “los procesos enmarcadores son los esfuerzos estratégicos realizados por grupos que buscan forjar formas compartidas de considerar el mundo que legitimen la acción colectiva” (pág. 88).

La relación entre estos tres factores es la que permite el origen de un espacio de participación legitimado, su difusión y sus formas adaptadas para acoger mayor participación.

Para Kaase (1992), “los movimientos sociales son actores colectivos de movilizaciones cuya meta es provocar, impedir o reproducir un cambio social básico. Persiguen estas metas con cierta dosis de continuidad sobre la base de una elevada integración simbólica, una escasa especificación de roles y mediante formas variables de organización y acción” (pág. 124).

Para Román y Ferri (2008) “el estado de la participación ciudadana es un claro indicador de la salud democrática de una sociedad. El estudio del trabajo realizado por la sociedad civil a lo largo de la historia nos puede ayudar a construir una sociedad que profundice en un modelo de democracia avanzada basada en el poder de la ciudadanía más que en el poder de las instituciones” (pág. 5).

Dentro de los espacios de participación, se presentan ciertas condiciones inherentes al campo – las regulaciones que son aceptadas y permiten la existencia del campo según lo que plantea Bourdieu – cuya naturaleza radica no en cuestionar dicho campo, sino a sus agentes. De acuerdo con lo que sostiene LaClau (1996), “El discurso de los dominantes puede permearse la identidad de los oprimidos. El modo en que la oposición a ciertas formas de poder requiere identificarse con los lugares a partir de los cuales esta oposición se lleva a cabo, se puede negociar más no superar, dado que son inherentes” (pág. 60).

Según este planteamiento, lo universal está dentro de lo particular como lo ausente. Es decir, en este caso, el dotar de voz representativa y participativa es lo universal, que se encuentra dentro de un espacio de participación (lo particular) como ausente, puesto que este espacio requiere cierto tipo de comportamiento, ideología o posición en el y la joven antes de aceptarlos como parte del mismo. Por ello, deja de ser universal.

Al hacerlo, esta universalidad se convierte en particularidad, respondiendo a los intereses de peso del campo propios de lo que está en juego. En otras

palabras, la participación juvenil dentro de la esfera pública depende de los parámetros de la organización o movimiento al que pertenecen y la relación de este colectivo con la posición de la hegemonía dominante del espacio público.

Tomemos por ejemplo a los movimientos y asociaciones juveniles que, a lo largo de la historia, lograron cristalizarse como buscadores cambios políticos en sus sociedades: las Juventudes Hitlerianas, el Movimiento Mod, el movimiento Anti-guerra de Vietnam (conocido también como Movimiento Hippie), el Movimiento del Rock and Roll, la Reforma Universitaria, el Mayo Francés, el Movimiento de Revolución Sexual y los Tiratintas. Estos son algunas ejemplificaciones de colectivos juveniles cuya acción cambió las concepciones políticas y sociales de sus sociedades e, incluso, el rumbo de la historia universal.

Existen, de acuerdo con Rodríguez (2005), cuatro grandes grupos de movimientos juveniles: los politizados, los que funcionan dentro de los marcos de lógicas adultas, los que se relacionan con iniciativas en espacios locales y los grupos informales (pág. 6).

Los espacios de participación juvenil se relacionan con los jóvenes en cuanto a que estos representan una fuerza de choque y apoyo que responde a los intereses dominantes del espacio público, sin que incida en ello la naturaleza tipológica del grupo juvenil en cuestión.

Al dotarlos de una voz – que no es necesariamente libre ni está desconectada de estos intereses – crean una imagen de aceptación de las políticas que dominan el espacio público por parte de los jóvenes, sin que esto signifique que exista una participación verdaderamente representativa sobre las necesidades, deseos, propuestas y problemáticas de este sector de la población.

Según Rucht (1992), existen dos estrategias de acción dentro de los movimientos sociales: “instrumental o expresiva. Con respecto a la primera, que es la orientada al poder como vehículo de transformación, se incluye la participación política, la negociación, la presión y la confrontación política. Dentro de la segunda, orientada a la identidad, está la divergencia reformista, el retiro subcultural y el desafío contracultural” (pág.229).

¿Cómo es la relación entre el espacio público y la juventud si en la esfera pública se encuentran los jóvenes dominados por los agentes que poseen el capital específico?

2.6. El espacio público y la juventud.

La juventud como parte reconocida del espacio público es un fenómeno relativamente nuevo dentro del mundo. “La década de los años noventa afianzó el desencanto por lo político y cerró, como opción de construcción de la autonomía juvenil, el camino de la ciudadanía. Hoy, sin salir de esta abulia política, se presentan indicios, intentos, caprichos de resistencia a la indiferencia mayoritaria frente a las cuestiones de todos, los problemas comunes y públicos” (Arias Orozco, 2002).

Los y las jóvenes tienen un espacio ganado dentro de la opinión pública en el país, espacio que se ha fortalecido en los últimos años.

“La politicidad del sujeto juvenil que emerge en las prácticas estratégicas de los jóvenes a propósito de su participación en las protestas que llevaron al derrocamiento del presidente del Ecuador Lucio Gutiérrez, “contamina” la política en su visión dominante y sistémica. Gestos y formas de organización juvenil que no configuran lo usual de los movimientos sociales y que obligan a redefinir el concepto de movimiento” (Cerbino & Rodríguez, 2005, pág. 112).

Esta ganancia en la esfera de la opinión pública es el resultado de una serie de procesos de luchas simbólicas que los jóvenes protagonizaron – y continúan protagonizando – utilizando varias herramientas: “elaboración de estilos de vida, enmarcaciones de ideología en la música, apropiaciones subjetivas del cuerpo, escrituras murales, ciertos colectivos juveniles que crean nuevos lenguajes cuya dimensión política es explícita” (Cerbino & Rodríguez, 2005, pág. 113).

El campo del arte es sin duda un espacio donde los jóvenes se expresan continuamente. Según sostiene Bourdieu, “el arte es contemplación pura,

implica una ruptura con la actitud ordinaria respecto al mundo y por ello es un ruptura social” (Bourdieu, 1999, pág. 264).

Esta función política que cumple el arte y que también cumplen los espacios de participación – dado que el arte es un espacio de participación por lo antes mencionado – está condicionada por lineamientos preestablecidos que determinan de antemano lo que es digno de verse y la manera acertada de verlo por el grupo al que le pertenece. La pertenencia a un grupo o a otro también está determinada por el ya citado habitus, que permite la pertenencia de los agentes al campo específico.

El uso de un lenguaje específico, una estética particular, un gusto que responde a una ideología concreta es la forma de relación que existe entre los jóvenes y el espacio público. El gusto, la preferencia de elegir una opción sobre otras (en preferencias de cualquier tipo) es “una condición que sirve para distinguirnos, para ser distinguidos y para distinguir al otro. El gusto es la capacidad de hacer distinciones que distinguen” (Bourdieu, 1999,pág. 86).

Los gustos reflejan una idea preconcebida del status social, por lo que vulnera a quien los manifiesta a ser objeto de crítica. Los gustos reflejan producciones, previsiones y correlaciones. La diferencia de gustos está directamente correlacionada con la diferencia social. Se convierte entonces en una forma de discernimiento suprema que conlleva una carga social y, por ende, política.

Tanto es así, que en el país el derrocamiento del gobierno de Lucio Gutiérrez es una muestra reciente de cómo el gusto, las preferencias, la participación política y la ruptura social están íntimamente ligadas.

“Lo que aconteció en esa semana de abril está de alguna manera connotado por un modo juvenil de acción política; no tanto por la participación masiva de jóvenes, sino porque mostró gestos, formas y planos de conciencia irruptivos e inesperados que encarnaron el desborde ciudadano ante los modos arbitrarios, para legales e inconstitucionales que han caracterizado la política ecuatoriana durante

los 26 años del denominado regreso a la democracia” (Cerbino & Rodríguez, 2005, pág. 113).

La juventud como materia de estudio social y como agente de cambio es bastante reciente en nuestro país. Según cita el estudio de SIJOVEN (2006), “la década de los ochenta sentó algunos precedentes importantes que impulsaron el estudio y la acción, sobretodo gubernamental, a favor de los jóvenes; así, la celebración del año Internacional de la Juventud (1985), la creación de la Dirección Nacional de la Juventud (1988), evidenciaban los intentos por retomar el papel que el Estado debía tener hacia la juventud, y sentaban las bases de una floreciente política y enfoque hacia los jóvenes” (pág. 48).

Los movimientos sociales en el Ecuador, y por ende los espacios de participación, están articulados en torno a la reivindicación y al respeto de una identidad cultural y alrededor de la demanda de una distribución equitativa y eficiente de los ingresos.

Debido a la clara identificación del adversario en la autoridad pública – no en uno específico, sino en la autoridad por ser la cabeza del estado y el dominante dentro del espacio público – y debido de igual forma a los mecanismos de representatividad y formalización de los considerados como líderes (una vez más, determinados por los intereses en juego del campo de acción), los colectivos juveniles se apartan del escenario político, o son separados puesto que su posición no es compartida con lo que los dominantes requieren o buscan.

De acuerdo con la investigación de Rodríguez y Cervino (2005, pág. 105), la legitimidad social y política está condicionada al reconocimiento de un grupo respetable. Pueden ser vistos como puros mediante su oposición a lo desgastado y corrupto de la escena social y política del país. Pero esto no hace más que reproducir la misma lógica adulta y formal de la política tradicional, que aísla a los jóvenes o bien los moldea para responder a su estructura preestablecida.

“Lo más aceptado de la juventud sigue siendo esa consideración de que a través de la juventud tiene que haber una renovación a futuro de las instituciones, reduciendo así lo juvenil a un discurso de purificación de las formas políticas, aún cuando persisten los mismos mecanismos que sostienen a la institucionalidad política (la democracia electoral) así como los mismos contenidos de la participación (agendas predefinidas e imposición de temas)” (Cerbino & Rodríguez, 2005, pág. 114).

Los jóvenes entonces adquieren autoridad bajo la percepción de una agenda ya determinada del discurso dominante. Adquieren actoría social cuando son investidos de derechos formales otorgados por ser jóvenes, pero las agrupaciones sociales no reivindican la necesidad de plantear una alternativa a la política tradicional. “No se juntan alrededor de un significante claro ni político, ni cultural ni identitario estable, condición que muchas veces se ha querido afirmar como lo que caracteriza a los jóvenes contemporáneos, dejando por fuera las configuraciones tradicionales que atañen a los movimientos sociales viejos y nuevos”. (Cerbino & Rodríguez, 2005, pág. 115).

Mientras los movimientos juveniles y su condición de generadores de espacios de opinión pública dentro del espacio público no sea una acción social directa hacia la consecución de objetivos claros prefijados y se mantenga como un devenir político sostenido en más que acciones intempestivas, no podrán ser base para sostener una variación ni política ni ideológica discutible en el espacio público.

El protagonismo del quién sobre el qué es un tema que se fomenta en los medios de comunicación, puesto que son ellos los encargados de difundir lo que sucede a y entre la sociedad ¿Cómo enfocan los medios de comunicación masiva a los jóvenes?

Capítulo III: Apuntando al Diablo. Reflexiones sobre la construcción de la juventud desde los medios de comunicación masiva

3.1. Arma silenciosa: Los alcances del periodismo

“Creo que para ejercer el periodismo, ante todo, hay que ser un buen hombre, o una buena mujer: buenos seres humanos. Las malas personas no pueden ser buenos periodistas. Si se es buena persona se puede intentar comprender a los demás, sus intenciones, su fe, sus intereses, sus dificultades, sus tragedias. Y convertirse, inmediatamente, desde el primer momento, en parte de su destino. Es una cualidad que en psicología se denomina “empatía”. Mediante la empatía, se puede comprender el carácter del propio interlocutor y compartir de forma natural y sincera el destino y los problemas de los demás. En este sentido, el único modo correcto de hacer nuestro trabajo es desaparecer, olvidarnos de nuestra existencia. Existimos solamente como individuos que existen para los demás, que comparten con ellos sus problemas e intentan resolverlos, o al menos escribirlos. El verdadero periodismo es intencional, al saber: aquel que se fija un objetivo y que intenta provocar algún tipo de cambio. No hay otro periodismo posible. Hablo, obviamente, del buen periodismo” (Kapuscinski, 2008, pág. 32).

Para comprender al periodismo, primero resulta necesario comprender todas las vertientes que lo rodean y lo nutren. Según la definición del Diccionario de la Real Academia Española (2011), el periodismo es “la captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades”.

En el Manual de Periodismo de Leñero y Marín (1986), el periodismo se define como “una forma de comunicación social a través de la cual se dan a conocer y se analizan los hechos de interés público”.

El filósofo alemán Georg Hamann (1777, pág. 23) sostiene que el periodismo es “la narración de los acontecimientos más recientes y más dignos de recordar, impresos sin orden ni coherencia especial”. De acuerdo con

Rivadeneira (1997) se propone al periodismo como “un sistema abierto de la comunicación humana tecnificada que procesa acontecimientos, ideas y sentimientos procedentes de una o varias fuentes, para transmitirlo a un destino mediante un canal” (pág. 58).

Como concepto, el periodismo es entonces, según las definiciones anteriores, la narración de los hechos de relevancia, de forma veraz, con contraste de fuentes y con la mayor cantidad de datos incluidos en la nota.

El problema empieza el momento de poner al periodismo en práctica. Según plantea Restrepo (2004) en *El Zumbido y El Moscardón*, la práctica del oficio requiere de una conjunción entre el conocimiento de las herramientas y una forma ética de practicarlo: “La ética es el alma de la técnica. Quien se propone ser el mejor periodista tendrá que ser el más ético” (pág. 23).

Cuando se ejerce el periodismo, entran en juego intereses que no son necesariamente sociales, a pesar de que la comunicación sí cumple como herramienta, derecho y deber social. Según indica Restrepo (2004), “La verdad es un bien público y, por tanto, no es una posesión que puedan manejar a su capricho y conveniencia los periodistas o los medios de comunicación” (pág. 53).

El periodismo está rodeado de intereses de tipo político y económico. Como plantea Bourdieu (1997), “el campo del periodismo tiene una particularidad: depende mucho más de las fuerzas externas que de cualquier otro campo de producción cultural (...) Depende muy directamente de la demanda, está sometido a la sanción del mercado, del plebiscito, incluso tal vez más que el campo político” (pág. 77).

Según explica Bourdieu (1999), los medios masivos de comunicación son una herramienta en manos de los agentes dominantes, a través de los cuales éstos cuentan aquello que la sociedad debe saber, siempre y cuando convenga a sus intereses personales, por lo general relacionados con la producción de capital específico (dinero o poder) (pág. 80).

La relevancia de los medios de comunicación masivos radica en que a través de ellos es posible la construcción sobre cómo se asimila y se mira el espacio público:

“En la época presente, donde los medios masivos de comunicación juegan un papel preponderante en la creación de opinión pública y debate público y en la generación de imaginarios sociales, es de fundamental importancia analizar su accionar, pues el mismo tiene importantes implicaciones en la vida social y en la construcción de la realidad social que vivimos” (Sánchez A. , 2007, pág. 2).

La manera en cómo se comunica a través de los medios masivos es un asunto vitalmente relacionado con la forma en que la sociedad que recibe la información lee y reconstruye el espacio público. Por ello, es necesario entender qué tipos de actos del habla (habla como acción comunicativa, no como un tipo de expresión específicamente oral) existen.

Según la teoría comunicacional de Austin, existe una distinción dentro de los actos del habla, los cuales se clasifican en (1955, pág. 40):

- **Actos Locucionarios:** Los actos locucionarios hacen referencia a aquellos en los cuales quien habla diga algo sobre el estado de alguna situación específica. Por lo general, se expresan a través de oraciones enunciativas.
- **Actos Ilocucionarios:** Este tipo de actos del habla son aquellos caracterizados porque quien habla también realiza una acción (oferta, promesa, aseveración por ejemplo) mientras los hace, por lo que generalmente el enunciado conlleva una fuerza convencional asociada a él. El acto se realiza solo con emitir la oración activa, la cual para ser efectiva debe estar relacionada con creencias, intenciones y circunstancias que involucren a quien escucha.
- **Actos Perlocucionarios:** Son los actos donde quien habla direcciona a otras personas a la acción a través de lo que dice. Estos dependen siempre de los contextos en los que vive la sociedad.

Habermas utiliza esta clasificación de los actos del habla para determinar la intencionalidad que éstos tienen al momento de ser entendidos por quien los

recibe. “La acción orientada al entendimiento es un proceso de obtención de un acuerdo entre sujetos lingüística e interactivamente competentes” (Habermas, 2010, pág. 168).

Para Habermas, una acción verdaderamente comunicativa es posible solo cuando quien comunica lo hace para que los demás entiendan el sentido de lo que está diciendo, por lo que lo que dice es válido, es recto o es susceptible de ser criticado.

“La acción comunicativa define a aquellas interacciones mediadas lingüísticamente en que todos los participantes persiguen con sus actos de habla fines ilocucionarios. Por ello, la acción comunicativa se diferencia de todos los demás tipos de acciones sociales, por la fuerza vinculante o efecto de vínculo que posee esta ilocución” (Habermas, 2010, pág. 169).

Habermas también estudia la acción comunicativa orientada al éxito, en cuyo caso es la que busca instrumentalizar objetos o personas para cumplir con un fin previamente determinado. Dentro de este tipo de acción comunicativa, nos encontramos con la acción puramente instrumental y la acción estratégica.

Señala que “La acción instrumental surge cuando la consideramos bajo el aspecto de observancia de reglas de acción técnicas y evaluamos el grado de eficacia de la intervención que esta acción representa en un contexto de estados y sucesos” (Habermas, 2010, pág 172).

Sostiene también que “la acción estratégica es cuando consideramos la acción comunicativa bajo el aspecto de observancia de reglas de elección racional y evaluamos su grado de influencia sobre las decisiones de un oponente racional” (Habermas, 2010, pág. 172).

En ambos tipos de acciones comunicativas se utiliza el conocimiento en busca de lograr resultados determinados. En la primera se hace de las cosas un instrumento y en la segunda lo que se instrumentaliza son personas. Cada acción orientada al éxito conlleva necesariamente un accionar perlocucionario oculto. No busca producir entendimiento, sino “un fin que solo puede determinarse averiguando la intención del agente” (Habermas, 2010, pág. 173).

“Tales efectos perlocucionarios se producen siempre que el hablante actúe orientándose al éxito, y a la vez vincule los actos de habla a intenciones y los instrumentalice para propósitos que solo guarden una relación contingente con el significado de lo dicho” (Habermas, 2010, pág. 173).

Para Habermas, la manera de garantizar el impacto de las acciones intencionadas está en no declarar el fin de la acción comunicativa, es decir, en no decir de forma explícita aquello que la acción está buscando. El contexto donde el acto se desarrolla es vital para asegurar el impacto de la misma. Para que un acto del habla tenga la capacidad de ser instrumentalizado, tiene que ser capaz también de comunicar eficientemente.

La acción debe ir más allá de las palabras, por lo que se debe asegurar (dentro de una acción comunicativa que busca ser exitosa) la forma en que será entendida por quienes la escuchan, limitando las posibilidades para una variedad de comprensiones sobre la misma. La comprensión que de él se busca generar está siempre relacionado con pretensiones de poder: económico, político o simbólico. Todas estas construcciones lo que buscan es proyectar una imagen (imaginaria) de las dinámicas existentes en el espacio público.

Habermas explica que la comunicación sufre una distorsión sistemática (la que permite que estos imaginarios del espacio público tengan lugar) el momento en que, al ejercerla, se confunden las acciones orientadas al éxito y las acciones orientadas al entendimiento. Como resultado de esta confusión, actúan sobre las plataformas los intereses personales que responden a los agentes dominantes, los cuales manipulan a quienes escuchan haciéndoles creer que proteger dichos intereses es una verdadera acción comunicativa, puesto que son puestos en escena como los intereses de todos, “el bien común”.

Los medios de comunicación, al ser ideados como un negocio de producción que difunde información de forma masiva, se encuentran en la delgada línea

entre los actos comunicativos verdaderos y los actos comunicativos orientados al éxito ¿Cómo funcionan este tipo de medios en el país?

3.2 Medios de Comunicación Masiva: ¿Denuncia o catapulta?

Un medio de comunicación masivo por norma general, es visto como un lugar confiable donde se origina y se difunde información veraz para el conocimiento de la sociedad. El hecho de ser considerados como referentes honestos para saber lo que sucede, desemboca en que estos medios tengan dominio dentro de la información que tiene acceso al escenario de la opinión pública.

“Los medios de comunicación en nuestra sociedad, han sido conceptualizados por el sentido común como herramientas que permiten difundir diversos sucesos sociales. Esta conceptualización acompañada con una serie de anuncios sobre su objetividad, neutralidad y función de transmisión de eventos de la “realidad” social, los ha dotado de un fuerte poder de influencia sobre la creación de opinión pública, debate público, imaginarios sociales, discursos sociales y sobre las actuaciones de las personas” (Sánchez A. , 2007, pág. 4).

Según Champagne (1999), “los medios son parte integrante de la realidad, producen efectos de realidad al fabricar una visión mediática de aquella que contribuye a crear la realidad que pretende describir” (pág. 96).

Al ser medios de comunicación, su accionar es comunicativo. En el país, los medios de comunicación masivos se encuentran en poder de grupos dominantes determinados. Esta condición conlleva la creación de noticias desde perspectivas previamente determinadas, bajo la premisa de neutralidad utilizan su función con difusores de información para hacer de sus intereses personales un interés que pretende ser de afectación para toda la sociedad. Por ello, su accionar comunicativo es en realidad una búsqueda estratégica de éxito, de acuerdo a lo planteado anteriormente por Habermas.

“Para que la acción de los medios pueda ser considerada como acción comunicativa en el sentido habermasiano debería cumplir con varios requisitos, los principales serían: Uno, buscar únicamente el

entendimiento (fines ilocucionarios), y dos, ser susceptible de crítica en sus pretensiones de verdad” (Sánchez A. , 2007, pág. 5).

Baudrillard (1978) sostiene que los medios de comunicación masiva buscan informar protegiendo los intereses de los grupos dominantes a los que pertenecen, por lo que se convierten en constructores de un imaginario social cuya significación no es necesariamente la dada en dichos medios. Para el autor, esta construcción es una primacía de los símbolos sobre las cosas.

Explica que, con la llegada de la industrialización, se crea la división entre realidad y representación. La representación de lo que sucede se sobrepone a lo que sucede, simulándolo. La realidad pasa de ser lo que se puede reproducir a ser lo reproducido.

“En el mundo, no hay una realidad, no hay historia. Hay un simulacro de la realidad y una negación de la historia. Los medios de comunicación son constructores ideológicos de una realidad virtual, de una ilusión radical que niega la realidad real mediante el ejercicio retórico de la hiperrealidad. La realidad virtual no imita, ni duplica, ni simula la realidad. En ella no hay artificialidad, porque lo artificial copia la realidad. Hay un simulacro, donde la representación mediática precede y determina lo real, traza una nueva topografía del entorno percibido como realidad” (pág. 39).

Para Baudrillard, los medios se encargan de crear una red alrededor de los individuos que ocupan su tiempo social, convirtiéndose así en fuentes únicas de comprensión de lo que sucede. Pero a este respecto, se informa lo que conviene sea conocido, determinando también la reacción que conviene dentro de la sociedad, del espacio público y de la esfera de opinión pública. Los medios producen y reproducen mensajes, huyen del silencio. Detrás de la orgía de imágenes, el mundo se oculta, se disfraza.

“Es pues de una inocencia mayúscula el ir a buscar la etnología entre los salvajes o en un Tercer Mundo cualquiera, porque la etnología está aquí, en todas partes, en las metrópolis, entre los blancos, en un mundo completamente analizado y luego resucitado artificialmente disfrazándolo

de realidad, en un mundo de la simulación, de alucinación de la verdad, de chantaje a lo real, de asesinato de toda forma simbólica y de su retrospección histórica e histórica; muerte de la que los salvajes, nobleza obliga, han pagado los primeros la cuenta, pero que hace mucho tiempo que se ha extendido a todas las sociedades occidentales” (Baudrillard, 1978, pág. 17).

La mediatización, de acuerdo con Baudrillard, sirve para crear una percepción asistida. El simulacro entonces se convierte en una expresión ideológica y los medios son quienes la transmiten, inyectando estrategia y desvirtuando la historia. Son casi los únicos interlocutores y también son los constructores por excelencia sobre los hechos. Esta construcción se basa en un interés económico o político, no en una transmisión comunicativa del mensaje.

“El proceso de mercantilización afecta a la estructura misma del mensaje, a la modalidad de su producción. Lo que caracteriza a los medios masivos (mass media) es el hecho de que estos son antimedidores, intransitivos y fabricantes de la no comunicación, si aceptamos definir como comunicación como un intercambio, como el espacio recíproco de una palabra y de una respuesta, por lo tanto, de una responsabilidad” (Baudrillard, 1974, pág. 73).

En el país, los medios de comunicación masiva funcionan bajo esta dinámica: la de responder a los intereses de aquellos agentes dominantes a los que pertenecen.

“Los medios de comunicación en la actualidad se han constituido en herramientas de distorsión sistemática de la información, orientadas a la manipulación de la gente y a su instrumentalización para servir a los intereses de auto conservación de las clases dominantes y de los grupos de poder, y por tanto podemos criticar a los medios masivos de comunicación existentes en nuestro país, pues la instrumentalización de la razón producida en la época iluminista llevada al campo de la comunicación de masas conduce a la instrumentalización masiva, que

perpetúa el mundo capitalista-patriarcal, que es un mundo deshumanizante y deshumanizado” (Sánchez A. , 2007, pág. 12).

El verdadero problema no radica en que los medios masivos sostengan una posición política. El problema es que esta línea no está claramente colocada sobre la plataforma ni del espacio público, ni de la esfera de la opinión pública:

“Sobre la posición de los medios, es importante señalar que ellos afirman no tener posición, ser neutrales y objetivos. Esta afirmación se realiza a diario cuando se promocionan a sí mismos: informativos objetivos y veraces, decir la únicamente la verdad, transmitir desde el lugar de los hechos. Los medios con estas frases pretenden significar que observan la realidad social y la describen sin tomar postura y sin ninguna mediación de sus intereses. Sin embargo, si realizamos un análisis detallado de su producción podemos deducir que lo sostenido no es cierto pues los medios toman una posición frente a cada una de las noticias que emiten, posición que se evidencia en la forma como muestran la noticia, los acentos que le ponen a la misma, las posiciones de las personas que entrevistan y porque este hecho es inclusive evidente en la propia estructuración de las noticias, es decir en la definición de qué sucesos son noticia y que otros no lo son” (Sánchez A. , 2007, págs. 7-8).

Los medios de comunicación masiva están transformados en herramientas para asegurar la hegemonía sobre el capital específico de los grupos dominantes. Para cumplir con su papel de herramientas puramente comunicativas (no como camino hacia el éxito económico o político de un grupo), es necesario que los medios de comunicación dejen clara su posición ideológica ante la audiencia de la sociedad. De esta manera dejan en claro primeramente la opción de que quienes los consumen compartan su enfoque de los hechos de manera libre, y segundo permiten que la puerta al consenso quede abierta, potenciando la información y la respuesta crítica, es decir, generando una verdadera comunicación.

Los medios de comunicación masiva tienen su manera particular de enfocar diversos fenómenos ¿Cómo tratan los medios masivos el tema de los jóvenes sobre la plataforma pública?

3.3. Dibujando la Juventud

A pesar de que siempre existieron jóvenes en todas las sociedades a lo largo de la historia, es durante la década de los 90 que se los empieza a tomar no solo como objeto de estudio, sino como participantes activos de una sociedad, con posición, pensamiento, formas de vida y opciones que les son propias. Sin embargo, fue durante la época de los 60 cuando los jóvenes pasaron de tener un surgimiento categórico que requería de un contexto histórico, económico, social y cultural determinado a ser un grupo con protagonismo, voz e incidencia social.

“Si bien la constitución de las sociedades en diferentes momentos históricos era joven, o que el rol de esta ha sido decisivo en los procesos de cambio, las revoluciones, la fuerza de trabajo, o los ejércitos; la categoría jóvenes aparece en la posguerra (europea), como actor económico emergente, como fuerza de trabajo que supliera las bajas que dejó aquel conflicto. Asimismo, desde la psicología se va generando una serie de estudios del adolescente y el joven, hasta que la juventud – definitivamente – aparece política, social y culturalmente con mayor fuerza, quizá por el carácter simbólico que adquiere, en la revolución de las flores de mayo del 68; claro está, jóvenes en tanto estudiantes o hippies” (SIJOVEN, 2006, pág. 23).

El tema de la juventud es, hoy en día, en un tema de interés para desarrollar su estudio con objetivos y desde perspectivas distintas. Dentro de los medios masivos, este interés se debe a que los jóvenes son reconocidos como un conjunto lleno de conductas y prácticas y a que son también los consumidores potenciales de ciertos bienes, servicios o productos. Bajo estas premisas, el estudio de los jóvenes busca que éstos se vean reflejados, con el objetivo final de que este reflejo los lleve a consumir.

Es necesario resaltar el mundo de la vida al que pertenecen los jóvenes actuales, para comprender cómo los medios son parte de los constructores de dicho mundo.

Tal como citan Naval y Charro (2005), “una de las notas más características de la etapa juvenil es la dicotomía que se da entre ideales y vida real cotidiana” (pág. 6-7). Es decir, la continuidad de dos procesos a la vez: la autoafirmación de la personalidad y la frustración que se produce cuando no se consigue un objetivo. Es el enfrentamiento permanente entre la curiosidad de conocer y los efectos de develar el funcionamiento del mundo.

La forma en que se produce, transmite y comparte información actualmente es una acción que determina la manera cómo se construyen los jóvenes, además de ser una forma también de construir su imagen dentro de la sociedad. “La que se ha llamado generación punto-com, se caracteriza, entre otras cosas, por lo que se describe como síndrome de personalidad múltiple: personas que ven su vida como estructuras de conciencia fragmentadas en cortos períodos de tiempo” (Rifkin, 2000, pág. 275).

“Esta generación está compuesta de seres humanos proteicos, que viven en un mundo de cuñas sonoras de siete segundos; acostumbran a acceder, perder y recuperar la información rápidamente; prestan atención pero sólo unos instantes; son menos reflexivos y más espontáneos; quieren que se les valore más su creatividad que su laboriosidad. De hecho, sus vidas son mucho más provisionales y mudables, y están menos asentadas, que las de su padres” (Lifton, 1993, pág. 64).

Rifkin sostiene que esta generación piensa más con imágenes que con palabras, su capacidad de procesar datos electrónicos es mayor y convierten a los personajes de ficción en parte de su conversación y de su vida diaria. “Han crecido con el hipertexto, los vínculos, de las páginas web, y los bucles de retroalimentación, tienen una percepción de la realidad más sistemática y participativa que lineal y objetiva” (Rifkin, 2000, págs. 247-248).

La construcción social cambió con la revolución tecnológica de los medios de comunicación: por ejemplo lo importante para contactar a alguien no es el número telefónico de casa ni la dirección. Es la dirección de correo electrónico, el celular o incluso el número de PIN. Este tipo de concepción de la vida se encuentra marcada por lo inmediato y lo fácil. Se enfrentan a un entorno cambiante, lo que los convierte en entes cambiantes también, visión que se construye y se reafirma a través de la manera cómo presentan a los jóvenes los medios de comunicación.

Se debe recordar que “desde la perspectiva juvenil, los medios raramente son causa de sorpresa ya que siempre han estado a su alrededor, son imprescindibles para entender su cultura y un elemento clave en su proceso de socialización” (Naval & Charo, 2005, págs. 6-7).

Los medios le son conocidos a la juventud, pero los medios no se preocupan por conocer a los jóvenes de manera más completa, profunda y analítica. Las producciones que hablan sobre los jóvenes suelen, por lo general, centrarse en las problemáticas de la juventud (drogas, influencia social, conflictos con la autoridad, delincuencia, secuestros, asaltos), pero se limitan a exponerlas, no a explicar el por qué de su aparición y tampoco ponen sobre la plataforma mediática de qué formas los propios jóvenes pueden abordar e incluso evitar la vivencia de estas problemáticas.

“Observando la mayoría de los productos audiovisuales podemos concluir que la televisión, generalmente, considera a la juventud como una masa acrítica e individualista, a la que parece sólo tener en cuenta en su calidad de miembros de la sociedad de consumo, como un inmenso target al que poder dirigir anuncios y mensajes que inciten a consumir los productos publicitados sin mayores metas. Los programas culturales, formativos o de entretenimiento de calidad brillan por su ausencia y, en su lugar, proliferan formatos aberrantes en los que el reality show, se ha convertido en principal protagonista” (García, 2004, pág. 116).

Lo mismo sucede con todos los medios masivos: los jóvenes son protagonistas dentro de la información cuando son víctimas de una tragedia, autores de un delito o protagonistas de un suceso político (protestas, marchas, denuncias). Por lo general, todas estas temáticas son tratadas desde un enfoque amarillista, escandaloso y de espectáculo. Es causar un impacto un momento, para luego olvidarlo al ser reemplazado por una nueva noticia.

“No es difícil concluir que para la juventud, los medios no ofrecen una realidad independiente, objetiva, capaz de aportar luz explicando lo que sucede en la sociedad. No son una ventana para asomarse a la realidad, sino que los medios forman parte de esa realidad, la determinan en muchos casos, y les ayudan a tomar decisiones vitales, a relacionarse con sus amigos, a llenar sus ratos de ocio” (Naval & Charo, 2005, pág. 9).

La relación entre los medios de comunicación y los jóvenes posee una dinámica interesante. Según indica Linares (2007):

“El tema de la juventud se ha convertido en un objeto de interés para su estudio desde perspectivas y con finalidades diferentes. Entre otras razones por el hecho de que la juventud se utiliza como referente en algunas estrategias del mercado, tanto en lo que se refiere a la juventud como posible consumidora de bienes, servicios o productos, como al valor que se le otorga al término juventud como pauta de conductas y prácticas que se reflejan en los medios de comunicación” (pág. 47).

Existe también otro factor que debe ser tomado en cuenta en la dinámica medios - jóvenes: Cabe señalar que la relación de los medios con los jóvenes va más allá: de acuerdo con Colombo (2004) es significativo que "por primera vez nos hallamos frente a una sociedad adulta que tiene como modelo la sociedad adolescente" (pág. 57). Además de desear a los jóvenes como un público interesante y rentable, se añora la juventud, en muchos casos la adolescencia, como un bien social. Los adultos se han convertido en "jóvenes

imaginarios": la moda, las nuevas tendencias del cuidado del cuerpo, reflejan un anhelo por volver a una edad anterior, llena de promesas.

“Lo preocupante es que esto no se limita a los aspectos externos, comprensibles por otro lado, sino a cuestiones de fondo, que parecen olvidar el carácter transitorio de la adolescencia, y que por lo tanto no puede ser convertida en algo inmutable, ni tampoco puede convertirse en un modelo de plenitud” (Naval & Charo, 2005, pág. 9).

Dentro de la construcción de este imaginario, los medios de comunicación masivos ocupan un lugar desde el cual hacen una verdad que no necesariamente refleja la realidad. En este caso, “juzgan el accionar de los adolescentes en sus prácticas y los sentencian como culpables en sus titulares de tapa. Opinan las voces autorizadas: maestros, gobernantes y padres. Nunca, los protagonistas” (Arias Orozco, 2002).

Esta forma de leer a los jóvenes y cómo estos crean una relación de dependencia con los medios se puede explicar a través de los efectos de la teoría de la acción comunicativa de Habermas. El autor sostiene que la acción comunicativa responde a reglas obligatorias de acción que a su vez marcan las conductas de respuesta. Estas reglas y estas respuestas están reconocidas de forma subjetiva por los sujetos que participan dentro de la acción comunicativa y es así como se forma el marco institucional de la sociedad (Habermas, 2010, pág. 108).

Este marco institucional tiene, para Habermas, tres funciones: institucionalización de los procesos de aprendizaje, organización colectiva y represión o canalización de tendencias disfuncionales. Si bien esto evita problemáticas sociales, también legitima la fuerza del poder a través de la manipulación y el veto de comportamientos, pensamientos o tendencias que pueden no resultar nocivas para la sociedad sino incómodas para el poder dominante.

Si se aplica la teoría de Habermas dentro de la dinámica entre medios masivos y jóvenes, los medios construyen alrededor de este grupo no solo los modelos que han de rechazar, sino también aquellos que deben buscar, seguir, desear y vivir, naturalizando su existencia a través de la repetición de fenómenos.

García (2005) explica que:

“Los jóvenes utilizan el contenido de los medios para reafirmar o argumentar sus opiniones o ideas, como parte de su proceso de socialización y para desarrollar su sentido de pertenencia: en muchos casos este contenido conduce las conversaciones de los grupos juveniles. En muchos casos, además, su actitud hacia la imagen que de ellos muestran los medios es de profundo descontento” (pág. 50).

La relación entre los medios y los jóvenes es una relación de dependencia mutua: los medios necesitan de los jóvenes para que consuman sus productos (se convierten en una suerte de objetos del mercado), y los jóvenes necesitan de los medios para satisfacer sus curiosidades.

Linares (2007) también plantea que:

“La relación entre juventud y medios de comunicación con frecuencia es contradictoria. Los medios han reflejado gran interés por los jóvenes y buscan los modos de convertirlos en audiencia fiel o más bien cautiva. Pero al mismo tiempo, se muestran a veces sorprendidos por la poca eficacia de sus acciones: la juventud responde de manera atípica a promociones y programas especiales y no siempre tienen las claves para interpretar sus conductas” (pág. 48).

Puesto que los medios construyen realidades a través de una reproducción de estereotipos que no necesariamente reflejan las conductas juveniles, ¿cómo pueden los medios tratar los temas de juventud desde otro enfoque?

3.4. Comunicación en Acción: Juventud enfocada

Durante su investigación sobre la imagen de la juventud en los medios de comunicación, Rodríguez y Megías (2007), concluyeron que “los medios de

comunicación solo muestran del colectivo juvenil los aspectos más negativos y de alarma social, en cuanto a ser vistos como jóvenes imprudentes, pasotas y, en algunos casos, conflictivos, delincuentes o drogadictos en potencia” (pág. 49).

Agregan que:

“Las imágenes de los series de ficción muestran una imagen de la juventud inverosímil, irreal, caricaturizada y exagerada, con perfiles del joven tipo “el blandito”, “el popular” o “el macarra”. Todos estos mensajes estereotipados no van destinados a la juventud, sino a los padres y madres que asumen esta imagen y reaccionan sobreprotegiendo a sus hijos” (pág. 76).

Se demuestra en el estudio que “no existen huecos en la programación o en la prensa dirigidos específicamente a jóvenes y que se saltan el colectivo juvenil a la hora de planificar contenidos, hay cosas para niños o para adultos, pero no para jóvenes” (pág. 84).

También se concluye que:

“La imagen que muestran los medios es simplificadora, estigmatizadora y, sobre todo, no representativa del conjunto de la juventud. Hace falta mostrar los esfuerzos de jóvenes, por ejemplo, por sacar adelante su formación académica” (pág. 51). En conclusión “la imagen que se proyecta de la juventud en los medios es una imagen irreal de la experiencia cotidiana” (pág. 59).

Frente a esta circunstancia, se debe cambiar la forma de tratar los temas de juventud y la programación dirigida a jóvenes que circula dentro de los medios. Existen dos cuestiones que deben replantearse: cómo se construye la identidad de los y las jóvenes dentro de los medios y cómo se deben planificar los contenidos dirigidos al público joven dentro de los medios. Los y las jóvenes pueden ser agrupados dentro de términos de cultura, a pesar de sus diferencias. Como citan Cerbino, Chiriboga y Tutivén (1999), Jesús Martín Barbero (2001) sostiene que:

“Enfrentando la masificada diseminación de sus anonimatos, y fuertemente conectada a las redes de la cultura-mundo del audiovisual, la heterogeneidad de las tribus urbanas nos descubre la radicalidad de las transformaciones que atraviesa el nosotros, la profunda reconfiguración de la sociedad” (pág. 101).

Vista la juventud como una cultura, se puede plantear una comunicación desde la cultura como un método efectivo para que los medios de comunicación traten y se dirijan a los y las jóvenes. Si los y las jóvenes son un grupo heterogéneo, entonces este es el enfoque adecuado que debe ser aplicado, puesto que como establece Méndez Rubio (2003):

“Pensar la comunicación desde la cultura requiere cambiar las reflexiones en torno a los análisis monológicos de lo cultural, para abrir paso a un estudio que abarque la(s) cultura(s) como manifestación plural, combinatoria y múltiple. Por tanto, se ha de partir de las relaciones sociales como componentes centrales de la práctica social, para que la cultura recupere su dimensión relacional con el fin de que la condición de la cultura sea entonces crítica (en el sentido de crucial), para empezar, en cuanto lugar de cruce, de ensamblaje de un nuevo modelo social” (pág. 54).

El plantear la comunicación desde la cultura es recuperar la esencia de la comunicación. Como plantea Martín Barbero (2001):

“La redefinición de la cultura es clave para la comprensión de su naturaleza comunicativa. Esto es, su carácter de proceso productor de significados y no de mera circulación de informaciones y por tanto, en el que el receptor no es un mero decodificador de lo que en el mensaje puso el emisor, sino un productor también” (pág. 228).

La comunicación desde la cultura es:

“La relación donde se analizan los procesos de desarrollo como ámbitos de utilización de lenguajes y símbolos creativos para el entendimiento humano, para compartir experiencias y conocimientos. En este sentido, la comunicación se convierte en un espacio estratégico de las

mediaciones socioculturales que posibilita la apertura de procesos de interacción social y reconstrucción cultural” (Cortés, 2009, pág. 5).

Para Cortés (2009), la comunicación desde la cultura exige:

“Un proceso relacional de apertura hacia el otro. Con la comunicación, como palabra y acto, nos insertamos en el mundo humano donde se construyen e inician nuevos proyectos vitales. Esto es lo que hace posible que la comunicación albergue potencialidades para la práctica del desarrollo. La comunicación es un espacio para la construcción del conocimiento a partir del entendimiento y la comprensión de y con los otros” (pág. 9).

Para plantear este modelo, se deben tomar en cuenta las conclusiones y los aportes de la investigación de Rodríguez (2005), las cuales plantean que (pág. 9):

- Los y las jóvenes actuales están caracterizados por ser más informales, más horizontales y con más consignas colectivas directamente relacionadas con la vida cotidiana (vigencia de derechos sexuales y reproductivos, libertad de expresión a través de diversas expresiones culturales). “En este nuevo marco, en todos los casos analizados se constata una gran predilección de los y las jóvenes por participar de redes informales, construidas para fines concretos e inmediatos, más que a través de organizaciones formales, construidas para el logro de cambios macro estructurales” (pág. 9-15).
- “Mientras que los adultos tienden a considerar que las redes juveniles cumplen funciones importantes en términos de socialización juvenil, pero carecen de impacto efectivo en la dinámica de los cambios sociales, los jóvenes tienden a evaluar que dichas redes son imprescindibles para el procesamiento de los cambios que se propugnan” (pág. 10). Las redes son efectivas para los jóvenes en medida que les dota de respaldos para la construcción de su identidad y de su ciudadanía, pero el impacto en la dinámica social y en la política general es menor, por lo que no se debe sobreestimar a las redes al momento de diseñar programas y proyectos dirigidos o protagonizados por jóvenes.

- Es necesario que la programación de los medios se convierta en una herramienta para construir identidad y ciudadanía entre la juventud, para garantizar así la posibilidad de su accionar político o social. “Crear una visión integral de la ciudadanía y articular el funcionamiento de la economía con las decisiones políticas de la comunidad de los ciudadanos suscitan una nueva forma de debatir la democracia y la participación en Latinoamérica “(pág. 12).
- La construcción del conocimiento desde el análisis crítico de la cotidianidad resulta imprescindible para que los medios se conviertan en un soporte efectivo para la juventud. “El lugar privilegiado que ocupó la experiencia en el siglo pasado, lo ocupa ahora y muy claramente en el futuro el conocimiento (...) el conocimiento es un atributo fundamentalmente relacionado con las nuevas generaciones, más y mejor preparadas para lidiar con el desafío del aprendizaje durante todo el ciclo de vida, y con la permanencia del cambio como regla de juego central en la dinámica social a todos los niveles (pág.15).

La juventud entonces, según lo anteriormente planteado, debe ser tomada por los medios como una cultura heterogénea, de amplia diversidad, pero con igual capacidad de ser agentes sociales, por lo que el principal objetivo debe ser su construcción como individuos críticos, analíticos y generadores de propuestas. Una vez vista de esta forma, ¿de qué manera se maneja la juventud dentro del espacio público acogido en los espacios de participación?

Capítulo IV: El Diablo con Diablo. Reflexiones sobre espacios de participación para la juventud

4.1. ¿Qué son los espacios de participación?

“Quienes somos aún jóvenes, entre 15 a 29 años, en general no participamos en el sistema de partidos. Más bien nos reunimos no corporativamente para defender asuntos tales como los derechos humanos, el medio ambiente, y ahora también una educación de calidad. En consecuencia, las expresiones juveniles en política tienden a reducir su horizonte de acción a lo largo del tiempo, son difusos y abordan temas más bien inespecíficos, difuminando así sus potencialidades como actores políticos.

En este contexto resulta pertinente hacernos preguntas acerca de la importancia y alcance de la participación juvenil en política. En términos de fuerza, en el interior de los partidos somos minorías, este es un primer problema que debemos enfrentar. Más aún, propone preguntarnos acerca de la forma más adecuada de articularnos con el mundo de la política tradicional.

Aparentemente, desde lo juvenil, ya no se trataría de reunir a miles en enormes movilizaciones para aportar al país que queremos construir. Los 60 y 70 dejaron de ser un referente respecto de la participación juvenil en política, y esto es así, por cuanto, por un lado, hoy no existe suficiente interés por la participación tradicional en el sistema de partidos, por otro lado, las nuevas formas de articulación social están transitando cada vez más hacia la participación no presencial” (Pavez, 2009).

Se conoce como espacio de participación a uno de los lugares existentes dentro de la esfera de lo público, los cuales son inclusivos y contienen a agrupaciones o individuos relacionados con una idea, una lucha, un objetivo, una posición o una realidad común. Es el lugar donde se da la participación.

“En un sentido más restringido, la participación ciudadana se entiende como el modo en que los ciudadanos toman parte en la definición, elaboración y ejecución de las políticas públicas, más allá de las formas de participación vinculadas a los procesos electorales. Los procesos de desarrollo comunitario locales constituyen hoy experiencias pasadas y presentes, referencia para muchos barrios y ciudades” (Araguren, 2005, pág. 40).

Los espacios de participación garantizan la pluralidad dentro de un sistema social y político, se convierten en representaciones de la existencia de los seres civiles, puesto que su capacidad de ser partícipes los dota también de existencia. Los espacios de participación legitiman las posiciones de quienes toman parte en ellos y reafirma su existencia a través del debate, la lucha y el apoyo a estas posiciones que reciben de otros.

Por ello, los espacios de participación son también espacios de poder. Y donde hay poder, hay dominio, hegemonía, intereses y lucha.

"Desde el momento en que la población aparece como algo absolutamente irreductible a la familia. La población aparecerá sobre todo como fin último del gobierno, ya que su fin no es gobernar sino mejorar la suerte de la población, aumentar su riqueza, su duración de vida, su salud, y los instrumentos que el gobierno se procurará para obtener estos logros son en cierto sentido inmanentes a la población. La población aparece, pues, más que como potencia del soberano, como fin del gobierno; la población aparecerá como sujeto de necesidades, de aspiraciones, pero también como objeto de la intervención del gobierno. El interés, en tanto que conciencia de todo individuo que constituye la población, y el interés, en tanto que interés de la población cualesquiera sean los intereses y las aspiraciones individuales de los que la componen, he aquí lo que constituye el blanco y el instrumento fundamental del gobierno de la población” (Foucault, 1991, pág. 22).

El espacio de participación requiere de relaciones de poder para existir, dado que es un lugar que se define como participativo debido a la comparación con otros dentro de una misma naturaleza.

Dentro del campo político, por ejemplo, la participación se mide de acuerdo con la injerencia que tiene un grupo dentro de las decisiones tomadas. Socialmente, la participación funciona igual. Para determinar si existe participación, debe existir una variedad de grupos que sostengan un enfrentamiento o un apoyo entre ellos.

Debido a esta característica como contenedor de relaciones de poder, el espacio de participación pierde su naturaleza objetiva y la reemplaza por una naturaleza subjetiva a cargo de los agentes dominantes: las decisiones que se toman en el campo no se basan en una participación real, sino en una participación segregada de aquellos agentes cuyos intereses están alineados con los de la hegemonía del campo.

“En este proceso histórico, las realidades sociales son a la vez objetivadas e interiorizadas. Es decir, por una parte remiten a mundos objetivados (reglas, instituciones...) exteriores a los agentes, que funcionan a la vez como condiciones limitantes y como puntos de apoyo para la acción; y por otra se inscriben en mundos subjetivos e interiorizados, constituidos principalmente por formas de sensibilidad, de percepción, de representación y de conocimiento” (Gimenez, 1997, págs. 2-3).

Por ello, en los espacios de participación es en donde se pone en escena el habitus (conceptualizado por Bourdieu, explicado anteriormente) y la legitimización de existencia a través del otro (participo porque el otro escucha, existo porque participo). Así, el espacio de participación es también un lugar donde se construye la identidad de los actores sociales y también se dibuja el funcionamiento de la sociedad. Esta dinámica Bourdieu la definió como estructuralismo y constructivismo:

“Por estructuralismo o estructuralista entiendo la afirmación de que existen - en el mundo social mismo, y no sólo en los sistemas simbólicos como el lenguaje, el mito - estructuras objetivas independientes de la conciencia y de la voluntad de los agentes y capaces de orientar o de restringir sus prácticas y sus representaciones. Entiendo por constructivismo la afirmación de que existe una génesis

social de los esquemas de percepción, de pensamiento y de acción que son constitutivos de lo que llamo habitus, por una parte; y por otra de las estructuras sociales, particularmente de lo que llamo campos o grupos, así como también de lo que ordinariamente suelen llamarse clases sociales” (Bourdieu, 1990, pág. 147).

El habitus no solo se manifiesta en las acciones de cada persona sino también en su accionar colectivo. Por ello, en los espacios de participación prima este habitus, a través del cual la hegemonía se legitima planteando las necesidades y los deseos institucionalizados de quienes participan.

Basado en esto, Bourdieu postula la existencia de una intencionalidad sin intención, implementando la existencia de estructuras inconscientes y la sumisión a las reglas previamente determinadas por los agentes dominantes.

“El habitus como sistema de disposiciones en vista de la práctica, constituye el fundamento objetivo de conductas regulares y, por lo mismo, de la regularidad de las conductas. Y podemos prever las prácticas precisamente porque el habitus es aquello que hace que los agentes dotados del mismo se comporten de cierta manera en ciertas circunstancias” (Bourdieu, 1990, pág. 40).

Los espacios de participación necesariamente relacionan al espacio público con el papel social-político de la ciudadanía. Como establecen Román y Ferri (2008):

“La existencia del conflicto humano data de tan antiguo como podemos retrotraernos en la historia. Las distintas manifestaciones a que da lugar la materialización del conflicto nos conduce a una expresión desde la menor a la máxima organización, o dicho en otras palabras, desde la más arriesgada espontaneidad hasta la más calculada estructuración” (pág. 14).

El espacio público, el mundo de la vida, debe cumplir con ciertas necesidades de los ciudadanos que responden a su condición de agentes civiles: entendimiento (derechos civiles), identidad (derechos culturales), protección (derechos económicos) y participación (derechos políticos y sociales).

La participación como necesidad y deseo se satisface en primera instancia dentro el mundo de la vida “donde las estructuras gubernativas y societarias deben interpretarse como satisfactores sinérgicos con capacidad para procurar, por su proximidad e interactividad, nuevas oportunidades políticas para una participación genuina, integral e inclusiva, siendo susceptible de crear una estructura común de acción política” (Held, 1997, pág. 68).

Así, los espacios de participación no son solamente los lugares imaginarios de representación, sino que además construyen identidades, realidades y cambios dentro del campo ¿Qué tipos de espacios de participación existen y cómo funciona su dinámica?

4.2. Categorización de los espacios de participación.

Un espacio de participación es, por lógica, democrático y autocrítico. Es un conjunto de relaciones recíprocas entre los agentes, de comunicación, cooperación y corresponsabilidad. Es la intervención y la relación de estos agentes lo que puede convertir al espacio de participación en una fuerza de transformación social. Es así también es espacio donde actúan los movimientos sociales.

De acuerdo con Grau e Ibarra (2000):

“Un movimiento social es un sistema de narraciones, al mismo tiempo que un sistema de registros culturales, explicaciones y prescripciones de cómo determinados conflictos son expresados socialmente y de cómo y a través de qué medios la sociedad ha de ser reformada; cómo el orden correcto de la modernidad, una y otra vez aplazado y frustrado, debe ser rediseñado” (pág. 12).

La participación relaciona lo público con lo político, a través de la diversidad de actores y la estrategia de escenificar lo común entre estos actores sociales. Es la participación (y su subsecuente relación entre espacio público y actoría política) la que sienta las bases de la organización social y las relaciones que en ella conviven.

Esta construcción se hace palpable dentro de los espacios de participación, determinando a su vez conductas y relaciones sociales. Dentro de estos espacios es donde ocurre la apropiación, la puesta en escena de las ideas y la promoción de cambios o regulaciones. Se generan sentimientos de pertenencia y se incentivan relaciones con otros sujetos, otras ideas y otros intereses.

Tomando esta naturaleza intrínseca de los espacios de participación, el autor Luis Aranguren plantea que existen dos tipos de espacios de participación: Los globales y los locales.

“Cuanto más globales son los espacios de participación, más claramente se trata de una iniciativa de la sociedad civil organizada, con fuertes dosis de movimiento social político, con pretensiones de formular alternativas económicas y políticas, y con una opción estratégica normalmente de confrontación con los poderes establecidos. Cuanto más locales son los espacios de participación, más difusas quedan las fronteras de la iniciativa en el impulso participativo, más apoyo institucional reciben desde determinadas Administraciones Públicas y más se engloba esa participación en el mismo diseño de las políticas públicas desde la coordinación entre asociaciones locales, técnicos de servicios públicos locales y dirigentes de las administraciones públicas correspondientes” (Araguren, 2005, pág. 42).

Tomando estas definiciones en cuenta, son los espacios globales los que garantizan en mayor medida una participación más activa y más intensa, debido a que contienen un mayor número de relaciones entre sus agentes.

La dinámica de construcción de ambos tipos de espacios de participación está dirigida por una misma lógica, aunque sus limitaciones y funciones dotan a cada uno de ellos de un rol y un impacto distinto.

La construcción de espacios de participación, de acuerdo con Montaña (2005), requiere de algunos condicionantes previos para generarse. Entre ellos, el autor nombra los siguientes como los indispensables: información, consulta, decisión y control social:

“Las autoridades generan espacios para mantener a la ciudadanía informada respecto a las actividades que realizan. Puede informar

también acerca de sus definiciones estratégicas y de los recursos disponibles para la gestión. Las autoridades abren un espacio de consulta a la opinión de la ciudadanía sobre determinadas materias a modo de cabildos. Si la consulta es vinculante, los ciudadanos también participan en la toma de decisiones, ya sea con una participación acotada a una decisión particular o extensiva a un amplio rango. Las autoridades rinden cuentas a la ciudadanía respecto de los compromisos establecidos y esta última posee algún margen de facultades para vetarlas en caso de incumplimiento a través de mociones de censura o la solicitud de remoción de una autoridad” (pág. 8).

Dentro de la participación práctica el autor agrega la iniciativa (formulación de sugerencias por parte de los participantes en busca de la transformación), fiscalización (vigilancia), concertación (acuerdo de las partes), decisión (adopción de una forma de actuar) y gestión (manejo de recursos). Todo este proceso de acción se tramita dentro del espacio de participación, el cual se puede crear a partir de las características anteriormente mencionadas.

Si bien este autor también reconoce los espacios locales (a los que designa privados donde se encuentra la participación social y comunitaria) y los espacios globales (a los que denomina públicos, donde está la participación ciudadana y la política), también reconoce cuatro formas de participación (Montaño, 2005):

Participación Social:

Requiere la agrupación de los individuos dentro de organizaciones de la sociedad civil que defiendan la mejora de sus condiciones de vida y que representen sus intereses. “Este tipo de espacios de participación sostienen la organización social y tienen presencia importante en el desarrollo de nuevas formas de participación, sobretodo en la esfera de lo público” (pág. 6).

Participación Ciudadana:

Es la intervención de los ciudadanos dentro de la esfera pública, siempre dentro de organismos legítimamente establecidos dentro del sistema, como es el caso de los comités, las juntas de acción o las administrativas (pág. 7).

Participación Política:

Se trata de la intervención de los ciudadanos a través de instrumentos institucionalizados (sufragio, plebiscito, referendo, consulta popular, cabildo abierto, iniciativa legislativa, revocatoria de mandato) en busca de materializar sus intereses como comunidad política. En este caso, la acción responde a intereses compartidos, relacionando la sociedad civil y el Estado (pág. 7).

Participación Comunitaria:

Se considera así al grupo de acciones realizadas por sectores comunitarios en búsqueda de solucionar las necesidades específicas de su comunidad. El eje es mejorar la calidad de vida de quienes comparten y conviven dentro de dicha comunidad (pág. 8).

Los espacios de participación se construyen dentro de un mismo juego del campo, a pesar de que el accionar de sus actores los diferencie dentro de una tipología. Cada espacio de participación responde a exigencias, necesidades, consensos e intereses. Toda relación dada dentro de estos espacios responde a una lucha permanente entre los agentes dominantes del campo y sus detractores, los cuales se agrupan con diversa intensidad de fuerza coercitiva.

Un espacio de participación es un espacio de lucha ideológica. Para la juventud como conjunto social, los espacios de participación donde se legitiman, se crean, se modifican y se institucionalizan como agentes son los espacios de participación sociales ¿Cuál es la dinámica entre estos espacios y la juventud?

4.3. Espacios de participación y juventud

La juventud, como protagonista social, ya adquirió el papel de ser considerada aquella que propone nuevos sistemas de símbolos y valores construidas culturalmente alrededor de su propia realidad social.

“La consolidación de este concepto surge como consecuencia de análisis que la ubican en un lugar destacado dentro de preocupaciones sociales importantes como empleo y desempleo, emigración, violencia, consumo de drogas, y actitudes políticas” (Rodríguez J. , 1999, pág. 74)

La condición de los jóvenes (diversos, como se explicó previamente en el capítulo dos) debe unificarse dentro del marco de la actoría política en cuanto a su relación con el resto de sistemas de la sociedad, los cuales a su vez bloquean muchas de las capacidades y limitan la legitimación de su papel social.

Desde el punto de vista institucional, el proceso vivido por la juventud presenta como consecuencia el nacimiento de entidades a cargo de elaborar, coordinar ejecutar políticas sociales hacia la juventud (SIJOVEN, 2006, pág. 25).

“Contradictoriamente, en momentos en que las políticas de juventud parecen acercarse a etapas de madurez en algunas áreas, las organizaciones juveniles tradicionales atraviesan por una crisis de participación y de representación muy importante en América Latina. Seguramente estas condiciones y hechos no se dan sólo en nuestros países, sino que, globalización mediante, coinciden con cambios culturales, económicos y políticos que ocurren en todo el mundo” (Rodríguez J. , 1999, pág. 74).

Dentro de este desarrollo del joven como actor social, se encuentran íntimamente ligados ciertos fenómenos sociales, económicos y políticos que a su vez son resultado de la globalización. Como indica Rodríguez, “Los aires de nuevas épocas traen cambios de actitud y de sensibilidad de enorme importancia a la hora de pensar nuestra realidad, cambios que en parte pueden comenzar a explicarse desde el fenómeno de la globalización de la cultura” (Rodríguez J. , 1999, pág. 75).

Esta globalización de la cultura provoca cambios en las sociedades que, junto a la situación política, generan nuevas formas de interacción social y nuevas maneras de socializar inscritas en las nuevas generaciones.

“El sistema educativo, el mercado de trabajo y las propias organizaciones juveniles son los agentes de socialización que merecen una reflexión, por ser espacios tradicionales de participación juvenil y por su rol en la definición de las políticas públicas” (Rodríguez J. , 1999, pág. 77).

Es en el campo educativo, en el mercado de trabajo y en las organizaciones juveniles son los lugares donde por excelencia se legitima la identidad y el rol social de los y las jóvenes, además de ser el espejo donde se reflejan las relaciones de poder, los campos hegemónicos y los agentes dominantes incluidos en la sociedad. Mientras mejor estructurados sean estos espacios, mayor libertad de decisión tendrán los jóvenes y mayor será también su posibilidad de electivas de entre las cuales escoger.

Dentro de un conocimiento de diversificación dado por la globalización y la imposición de una corriente publicitada también a través de esta misma globalización, la educación, el mercado laboral y los grupos juveniles son los que deben encargarse de que los y las jóvenes cuenten con las condiciones necesarias para constituirse como un grupo contribuyente a la generación de su sociedad.

Estos campos se convierten en el espacio de competencia ideal, lo que contribuye a la construcción de mitos generacionales. “La especie de juvenilización de la sociedad, que se concreta en cuestiones estéticas, adopción de símbolos, vocabulario y formas de expresarse, podría ser indicador de que las generaciones adultas desean ser aceptadas como aún jóvenes” (Rodríguez J. , 1999, pág. 79).

Los espacios de socialización fueron modificados con las reformas de la globalización, lo que colocó a los jóvenes dentro de espacios de participación donde cumplen roles sociales, pero no gozan de una voz propia que se escuche en su sociedad.

Sus intervenciones suelen ser momentáneas, a manera de protestas esporádicas o acciones coordinadas con agrupaciones socialmente más fuertes, deja a la participación de los jóvenes como un recurso auxiliar y esporádico, pero no los legitima como agrupación social fortalecida. Su fortalecimiento significa también el fortalecimiento de la sociedad a la que pertenecen, en cuanto se pluraliza y se reivindica en sus propios derechos civiles.

“La promoción de la juventud a partir de políticas sociales integrales que tengan a los jóvenes y sus organizaciones representativas como sujetos

de éstas no es, pues, una simple cuestión generacional ni una reivindicación corporativa, sino que constituye uno de los factores estratégicos en los proyectos de desarrollo de nuestros países y en su consolidación democrática” (Rodríguez J. , 1999, pág. 76).

Según plantea Rodríguez (1999, pág. 80), incrementar la capacidad social de los y las jóvenes es una forma de modificar su entorno social y también aumentar las oportunidades para el desarrollo social. El mismo autor plantea su apoyo a Alan Touraine cuando sostiene que existen tres elementos indispensables para que un actor social exista: objetivos personales, capacidad de comunicación y conciencia sobre el significado práctico de ciudadanía.

Al hablar de jóvenes, la existencia de objetivos personales plantea una dificultad superior a la de los otros dos componentes, debido justamente a su diversidad. Este punto de fuga divide a los jóvenes y enfrenta sus agrupaciones, puesto que no se superpone la necesidad de un espacio de participación para ellos por encima del protagonismo social de las agrupaciones.

Los jóvenes capaces de ser actores sociales no solo requieren iniciativa e interés en lo político-social. También requieren de un reconocimiento de su condición con ciudadanos, primero desde sí mismos y luego desde el resto que los rodea. El reconocimiento como ciudadanos los dota de existencia, identidad y capacidad de acción dentro de su sociedad.

“La ciudadanía es un proceso complejo, de prácticas y valores de los ciudadanos, así como de acciones institucionales y del Estado, para la garantía (o violación) de derechos individuales o colectivos; sin embargo, el reconocimiento de los jóvenes como sujetos de derechos, lleva consigo eliminar la invisibilidad de éstos y encontrar las luces para su desarrollo” (SIJOVEN, 2006, pág. 38).

Según cita el estudio de SIJOVEN, “los jóvenes han heredado un país en crisis; han heredado la democracia, una democracia de pocos derechos y ningún deber a la que no están llamados a decidir en ella, pero sí a sostenerla”. La juventud es mirada como un agente social emergente, pero tienen también un

papel de traspaso de la ciudadanía civil a la ciudadanía política, condición que asegura sus derechos a participar en el espacio público (Reguillo, 1997, pág. 89).

En el Ecuador, los partidos políticos no cuentan con una renovación de sus líderes. En sus estructuras e ideales se hace evidente la inexistencia de la juventud; se los nombra como “el futuro” en busca de votantes, pero no se construyen políticas incluyentes ni mecanismos claros de relevo generacional. El poder político en el país funciona como una herencia, no como un proceso de formación y construcción de representatividad. Esto debilita el poder, la participación y el sistema democrático nacional, lo que a su vez presupone el alejamiento de la juventud de su rol como actor social dentro de la esfera de lo público.

La fragmentación del sujeto joven y social radica en la importancia que se le da a lo joven y a lo social. “Podemos evidenciar la fragmentación de la identidad social y sus colectivos, tribalización o globalización contemporáneas, que llevan a desagregar a los colectivos a través de sus nuevos particularismos, sea por sus intereses, situación geográfica u opciones de vida” (SIJOVEN, 2006, pág. 38).

La ruptura, el diálogo y la cohesión social son los fenómenos que visibilizan el debate sobre la existencia de un movimiento social juvenil y de un espacio de participación para ellos.

El planteamiento de una ausencia de un proyecto político común capaz de movilizar y reconocer socialmente a los jóvenes, a la par de estar capacitado para negociar con las instituciones, llevan al resurgimiento de los cuestionamientos sobre si los jóvenes tienen o no un espacio de participación que los transforme en actores sociales.

Los y las jóvenes necesitan un espacio de participación constructivo, que los proteja pero que también los comprenda. Se trata de un espacio donde su pluralidad tenga acogida y donde sus diferencias lleguen a consensos en beneficio de una actoría que mejore su calidad de vida ¿Cómo se debe

construir un espacio de participación ideal para que la voz juvenil tenga un espacio representativo dentro del espacio público?

4.4. Construcción de nuevos espacios de participación.

Los grupos de participación juveniles son de naturaleza impredecible, múltiple e intensa. Dentro de estas agrupaciones, existen aquellas limitadas dentro de las reglas de convivencia acordadas y aquellas que no.

“Pueden identificarse innovaciones en la formación de asociaciones de jóvenes que construyen su identidad en clave antisistémica. Entre ellas pueden enumerarse a vía de ejemplo las experiencias de las pandillas en innumerables ciudades de nuestro continente; o fenómenos más específicos, tales como las maras en El Salvador y los arrastrones en Río de Janeiro” (Rodríguez J. , 1999, pág. 81).

Los espacios de participación deben ser las instancias previstas para el cumplimiento de los roles asignados a la juventud. Este parámetro es el conflicto de los espacios de participación juveniles, la condición que los hace legítimos o ilegítimos: el espacio de participación, en tanto parte del espacio público, no es un campo de cumplimiento de roles, sino un campo de expresión y transformación de realidades.

La naturaleza del espacio de participación juvenil no está en la legitimación de lo impuesto o preferido por los agentes dominantes, sino en su capacidad de ejercer una política social que ponga en escena a la juventud y no los mitos contruidos a su alrededor: su problemática, su realidad y sobretodo sus propuestas.

“La política social es una herramienta fundamental en un proceso de construcción democrática que se precie de justo y equitativo, porque ayuda a la orientación igualitaria de los actores sociales en el acceso a una red de contención social; sin embargo, esto ya no es una cuestión sólo del Estado, aunque entendemos que éste debe desempeñar un papel rector, impulsor y regulador. La participación de diferentes actores sociales en la construcción y desarrollo de las políticas sociales le otorga

a ésta carácter democrático y legitimidad suficiente, a la vez que aumenta las posibilidades de éxito en la aplicación de aquellas” (Rodríguez J. , 1999, pág. 83).

Los movimientos juveniles estudiantiles que dominaron la escena en los años 60's y 70's son parte del pasado. La articulación de un movimiento juvenil depende en mucho de la coyuntura nacional, lo que la hace constitutivamente frágil. “La gran mayoría de los y las jóvenes no se encuentran organizados. Por tanto, la articulación de propuestas y demandas de este sector es muy débil, incipiente, desarticulada y esporádica” (SIJOVEN, 2006, pág. 39).

La juventud, compuesta también por jóvenes socialmente excluidos, no organizados, necesita de espacios de participación que apoyen la construcción de su propio proyecto de vida, que deje de verlos como una etapa, un objeto o un problema y empiece a legitimarlos como sujetos civiles y actores sociales.

Como señala Rodríguez (1999, pág. 81), generar un proyecto que viabilice las condiciones personales y sociales para el ejercicio de la ciudadanía es uno de los ejes vitales para hacer de los jóvenes sujetos conscientes y activos dentro de su rol social como fuerza de transformación e innovación.

Para que exista una verdadera participación se requiere de un espacio dotado de ciertas capacidades: transformar, reflexionar, implicar, articular, conocer, construir, aprender, comunicar, habilitar y exigir. Es a través de la participación que el y la joven accede a su propia ciudadanía.

Este estado le permite “sentirse integrado física y simbólicamente en su sociedad como un sistema relacional, no solo en lo funcional y en lo económico, sino legalmente. Se es ciudadano si los otros te ven y te reconocen como ciudadano” (Borja, 2003, pág. 28).

Según plantea Borja (2003) “si algún colectivo o grupo de sujetos identificado por atributos comunes adscritos (etnia, religión, origen, edad, género) queda excluido de su condición para ejercer ciudadanía, no hay participación plena ni democracia”.

Según lo anteriormente estudiado, en esta tesis se plantea la propuesta para crear espacios de participación juvenil efectivos debe buscar cubrir los

siguientes requisitos mínimos que garanticen a los y las jóvenes el respeto a sus derechos y deberes civiles.

Lo primero que se debe instaurar para garantizar espacios de participación juvenil reales es contar con canales innovadores, que no busquen reemplazar a las organizaciones tradicionales, sino que permitan flexibilidad y seguridad para que los jóvenes puedan sentirse incluidos y escuchados.

La primera característica de un espacio de participación para los jóvenes es reconocer su diversidad. Como consecuencia, un espacio de participación real para los jóvenes buscará formas de relacionarlos a partir de reconocer sus condicionantes similares: son jóvenes, pertenecen a una misma estructura social, enfrentan los mismos miedos y viven una situación psicológica, cultural y política similar.

La participación social de los jóvenes y sus espacios son una condición fundamental para reconstruir de manera adecuada la esfera de lo público, donde se ejerzan las prácticas participativas y de control social en búsqueda de fortalecer la relación entre el Estado y la sociedad civil.

Por ello, la segunda condición que garantice un espacio de participación efectivo para la juventud está en cambiar la relación entre público y privado, devolviendo dentro de la esfera pública asuntos de interés públicos que se encuentran en manos de controles privados. Así, el ejercicio de poder pasará a ser verdaderamente público, mediante la transmutación de estructuras estatales o privadas a construcciones colectivas propias de una sociedad civil organizada.

El trabajo coordinado es también una forma de asegurar inclusión y supervisar gestión. Por ende, como tercera condición, es necesaria la inserción de los grupos de participación juvenil dentro de una estructura organizada, que garantice la acogida de su pluralidad y también su acceso hacia la esfera pública como actores sociales y no como objeto de estudio o destinatario de consumo.

Si se tiene una estructura organizada de la cual los y las jóvenes, en su pluralidad, puedan formar parte y si esta a su vez es parte de la estructura dentro del espacio público, se incrementan las posibilidades de que la voz de la juventud sea escuchada tanto en sus necesidades como en sus propuestas.

“No solo es necesario analizar los procesos de ciudadanía desde las prácticas o las instituciones, sino también desde los aspectos de participación efectiva, tomando en cuenta el debilitamiento institucional de la política y además de otros procesos implícitos en la ciudadanía y en la identidad nacional” (SIJOVEN, 2006, pág. 40).

El cuarto requisito de un espacio de participación juvenil parte justamente de la identidad nacional: no se requiere que el espacio juvenil se encuentre desarticulado de lo nacional, sino que debe representarse de tal forma que los jóvenes se sientan identificados, es decir, el espacio de participación y su simbolismo debe adentrarse en lo subjetivo del joven. De esta forma, los elementos simbólicos y de representación construyen identidad, articulando y cohesionando a los jóvenes a pesar y en respeto de su diversidad.

La construcción de una perspectiva inclusiva, que no marque con fuerza estereotipos, es una de las bases para garantizar un espacio de participación donde los jóvenes no sean excluidos y donde sus diferencias no sean el tema central, sino sus necesidades comunes y los mecanismos en que estas necesidades pueden ser solventadas para mejorar sus condiciones de vida como ciudadanos reconocidos.

Tomando en cuenta las características citadas anteriormente con respecto a la propuesta de los requerimientos básicos para un espacio de participación funcional, se observa que los condicionantes para sostener un espacio de participación juvenil se corresponden.

El principio de información se encuentra adscrito al respeto de la diversidad existente en la juventud, puesto que si bien reconoce sus diferencias y las difunde, también busca los puntos comunes de encuentro desde los cuales concentrar la fuerza juvenil y realizar sus propuestas como agentes de cambio. En cuanto a la consulta, entra en juego el momento de separar lo público de lo privado, es decir, determinar la incidencia y la naturaleza de aquello que es de

interés común para la población juvenil común y aquello que es de interés privado de alguno de sus grupos en particular. Determinar esto requiere de un proceso de debate, consenso y acuerdo, partes fundamentales de cualquier consulta.

El lograr que el espacio de participación se encuentre legitimado dentro de una cadena de instituciones y reconocido socialmente es el mecanismo para lograr que las propuestas se conviertan en acciones a través de una lucha de intereses entre los agentes del campo. Tener presencia en el espacio público facilita el reconocimiento de una existencia y, como consecuencia, fortalece la capacidad de intervención como fuerza transformadora.

Finalmente, la base del control social se encierra en la identidad. Al usar símbolos y conceptos que intervengan directamente con la subjetividad de los jóvenes, se logra aplacar divisiones internas, puesto que todos se sienten identificados, parte del espacio y legítimamente actores. Lograr la identidad es lograr un puente de comunicación interno que fortalecerá las posturas, demandas y posiciones externas de quienes participan en el espacio social juvenil. Adicionalmente, el uso de estos símbolos puede agrupar de manera más efectiva a una mayor cantidad de jóvenes, aumentando su deseo de ser actores sociales, condición que responde a sus derechos innatos como parte de la sociedad civil.

“Hasta hoy, tanto las políticas sociales, así como la misma aplicabilidad y garantía de los derechos, quizá –también- por desconocimiento de sus sujetos, se ha develado incompleta y selectiva, más aún en un país empobrecido, inequitativo y desigual. Pero, lo que no podemos desconocer, bajo ningún punto de vista, es la calidad innata de los y las jóvenes como ciudadanos, sujetos de derechos y, por tanto, sujetos de políticas” (SIJOVEN, 2006, pág. 40).

La construcción de un espacio de participación juvenil perfecto es utópico, pero lo que no resulta utópico es la creación de un espacio con bases claras que logre sostener a los jóvenes como actores dentro de su propia sociedad. La necesidad de este espacio surge de las necesidades planteadas por una

democracia, donde se fortalezca la descentralización a modo de ruptura a favor de los derechos civiles y el patrimonio de la sociedad misma.

Una descentralización entendida como un proceso de dos vías donde el que descentraliza debe, necesaria e indiscutiblemente, capacitar y apoyar al que es descentralizado, y éste debe asumir y ser capaz de responder a los retos de su comunidad con este apoyo y capacitación.

Esto requiere de un nuevo marco de relaciones entre ámbitos de gobierno y entre gobierno y sociedad que, a la vez, requiere de una reestructuración del propio espacio público. Por lo mismo, es necesario instituir canales y espacios para que la juventud, como parte mayoritaria y excluida del protagonismo social en el país, se exprese no de manera auxiliar o consultiva, sino con órganos propios, permanentes y autónomos capaces de tomar de decisiones.

Con el propósito de garantizar la transparencia y eficiencia de la administración pública, es necesario generar y asumir una práctica nueva desde instancias ciudadanas, transformando la escena del espacio público para lograr una representación más ecuánime de los intereses, modificando realidades e implementando nuevos códigos de políticas sociales. En nuestra ciudad, ¿qué tipo de asociaciones y espacios participativos existen para los jóvenes?

4.5. Espacios de participación para la juventud en Quito

Según plantea Rodríguez (2005), al hablar de espacios de participación es necesaria “una descripción esquemática del desarrollo de las dinámicas de las organizaciones y movimientos juveniles sudamericanas, caracterizando la situación de la juventud y la dinámica de las políticas públicas de juventud en cada país” (pág. 3).

En la ciudad de Quito, el contexto de las organizaciones y movimientos que promueven la creación de espacios de participación políticos y sociales para los y las jóvenes es escaso.

La juventud quiteña cuenta con espacios politizados (organizaciones estudiantiles y ramos juveniles de partidos políticos), como la Federación de

Estudiantes Secundarios del Ecuador (FESE), la Federación de Estudiantes Politécnicos (FEPON), la Federación de Estudiantes Universitarios del Ecuador (FEUE) y las ramas juveniles de partidos políticos como Alianza País (Patria Activa y Soberana) y del Partido Sociedad Patriótica (PSP).

También existen aquellos cuyos marcos funcionan dentro de las lógicas adultas: Scouts Ecuador, diversos grupos juveniles de iglesias pertenecientes a diversas ramas religiosas y los grupos de trabajo y voluntariado juveniles de centros de estudios, organizaciones benéficas, públicas y privadas. Aquí también entran las organizaciones relacionadas con espacios locales, como por ejemplo comisiones juveniles organizadas para promover el trabajo de diversos municipios o alcaldías.

Los grupos informales también existen, entre ellos la Fundación Música Joven (articulista del festival musical QuitoFest), Quito Concreto y el Colectivo de Grafiteros del Sur por ejemplo, además de varios colectivos de teatro, danza, música y artes plásticas.

La diversidad de participación parecería ser muy amplia dentro de la ciudad, sin embargo existe un criterio que deja a muchas de estas organizaciones fuera del estudio presente y es, además, el centro de esta investigación: la generación de espacios de participación política y social para la juventud.

Dentro de este marco tan específico, se puede tomar en cuenta las ramas juveniles de los partidos anteriormente mencionados y las asociaciones juveniles estudiantiles. También es aquí donde entra la Organización Diabluma, por lo que urge explicar el por qué Diabluma se convirtió en el estudio de caso de esta investigación a pesar de que sí existen otras organizaciones de participación política y social en la ciudad.

Según plantea en su investigación Niño (2008), la brecha que existe entre la juventud y los partidos políticos se debe a varios factores (pág. 4-5):

- No existen planteamientos simbólicos que los lleven a un proceso de identificación con las ideas de los partidos.

- El manejo de la información desde los medios de comunicación es episódico y en la *agenda setting* solo existe campo para revelar escándalos, tipificados en nuestros tiempos como parapolítica o farcopolítica.
- La juventud carece de personalidades nacionales que encarnen un sentimiento y una identificación dirigida a los jóvenes.
- Existen excelentes propuestas ideológicas que se quedan en el papel y no han logrado ser difundidas entre los jóvenes.
- La capacitación y la figuración de los partidos debe ser directa, abierta y con foro en los colegios y universidades, esa dinámica no existe por temor al adoctrinamiento.
- Falta promoción hacia la investigación y formación que consolide el trabajo de los jóvenes como futuros líderes políticos
- Los jóvenes temen ser reprimidos por movimientos clandestinos que los miren como revolucionarios peligrosos y por eso prefieren no tomar partido en discusiones o debates ideológicos sobre temas sociales. Estos grupos suelen abanderarse como extirpadores de todo lo que tenga vínculos con movimientos subversivos de izquierda.
- Existen jóvenes que inician un trabajo político pero se desencantan al observar prácticas de favores a corto plazo, solo por el período electoral para conseguir un objetivo, llámese reparto de dádivas, con puestos o especie.

Estos son los puntos que separan a la juventud de los partidos políticos y son a la vez la razón por la cual la Organización Diabluma fue elegida como objeto del presente estudio de caso.

La Organización Diabluma se define a sí misma como un organismo independiente de cualquier partido político, lo cual le amerita la ventaja de mantener una lucha política propia, sin la influencia de partidos viejos o nuevos de nuestro sistema democrático.

Adicionalmente, Diabluma se enfoca, teóricamente según establecen sus preceptos, en la construcción de espacios de participación juvenil. Esto quiere decir que Diabluma se encarga de abrir espacios para dar lugar a la voz de los jóvenes y formar un discurso, en lugar de darle a la voz de los jóvenes un discurso.

La Organización está consolidada hace 12 años como creadora de espacios de participación juvenil sin demandar afiliación a un partido político específico, pero ¿hasta qué punto su trabajo y desarrollo se diferencia del que realizan las ramas juveniles de los partidos políticos?

Diabluma mantiene, dentro del establecimiento teórico de su línea política y social de acción, planteamientos simbólicos de identificación con la juventud (el rescate de la identidad ancestral de los pueblos originarios). Pero, ¿es Diabluma “una propuesta ideológica que se queda en el papel y no logra ser difundida entre los jóvenes” (Niño, 2008, pág. 4)?

Capítulo V: Los secretos del Diablo. Resultados de la investigación y reflexiones sobre Diabluma

5.1. Introducción

“Como actores protagonistas de la realidad política nacional y testigos de los atropellos de las autoridades y la sociedad hacia las Culturas Urbanas – negándoles los espacios públicos bajo prejuicios, estigmas y discriminación – las Culturas Urbanas movilizadas hoy mantienen su compromiso político y debaten y realizan profundas reflexiones.

Las Culturas Urbanas son parte activa de los procesos de cambio social al construir, apropiarse y defender lo que por derecho les pertenece materializando las disposiciones que emanan de la Constitución de la República y generando respuestas comprometidas y transformadoras.

En homenaje al 12 de agosto, ‘Día de la Juventud’, la Entidad hace explícita su visión política renovada al iniciar el proceso de democratización de sus espacios públicos y entregarlos, para su utilización, a la Comunidad como legítima depositaria del sentido político y simbólico de lo público. En esta oportunidad, esa Comunidad se materializa en las Culturas Urbanas y reconoce la labor del Colectivo DiablUma.

Debe resaltarse la colaboración y el compromiso del Ministerio de Inclusión Económica y Social, entre otras instituciones, al facilitar la

organización juvenil haciendo de este tiempo un verdadero hito político y cultural sin precedentes” (Diabluma, 2009)

Diabluma se configura como organización en el año 2000, a manera de resultado de un proceso social y político de jóvenes en busca de espacios donde puedan participar de manera activa para aportar a la construcción de su sociedad.

Su nombre hace referencia directa a uno de los personajes más populares en muchas de las celebraciones tradicionales en las provincias del norte del país durante las festividades de cosecha: el Diablo Huma.

Este personaje tradicional es la personificación del consejero de la comunidad y durante las festividades se encarga de cuidar a los danzantes y de animar la fiesta. Para ello, dan latigazos al piso mientras sus silbidos resuenan, empujan a los curiosos contra la multitud formada alrededor del desfile e incluso molestan a los despistados. A la vez, el Diablo Huma va tocando instrumentos de viento.

La importancia cultural de este personaje radica en que aquél que es escogido para representarlo durante las festividades es también elegido para ser el guía y consejero de su comunidad durante todo el año entrante. Apareció por primera vez durante las festividades de San Juan y como parte del ritual, el elegido debe bañarse durante tres días en una cascada para entrar en contacto con el diablo, adquiriendo así el poder, la habilidad y la energía que necesita para el combate espiritual que le espera durante y después de las celebraciones.

La leyenda tradicional que habla sobre el origen de este personaje cuenta que durante los días del Inti Raymi, un hombre viudo regresó de las celebraciones en honor a las cosechas de la tierra dispuesto a dormir. Apenas se acostó, escuchó que en su patio había una gran fiesta. Al salir, pudo ver seres de forma humana con dos caras en la cabeza danzando. Segundos después, la música y la visión desaparecieron.

Al siguiente año, el hombre viudo elaboró una máscara tomando como referencia a los seres que había visto y se dedicó a bailar en las festividades en busca de los danzantes de su visión. Cada año, este hombre danzaba sin parar

durante las festividades, por lo que la comunidad empezó a admirarlo y a pedirle consejo.

Un día, el hombre desapareció y la gente decía que se reunió con los espíritus que tanto buscaba, pero que aún vive en este mundo guiando y fortaleciendo el espíritu de las comunidades.

Hace 12 años, Diabluma nació con la idea de convertirse en el espacio que los y las jóvenes de izquierda necesitaban para descargar su energía y su deseo político. Diabluma aparece como una nueva propuesta que plantea la posibilidad de que los jóvenes se conviertan en una fuerza que tenga peso dentro de las decisiones que van delimitando la construcción de su sociedad.

Se trata de una necesidad puesto que el Ecuador es un país potencialmente joven y por ende resultan imperativas las organizaciones que representen a este grupo poblacional.

Para Felipe Ogaz (2011), portavoz de la organización, “Diabluma es la respuesta a la desesperación de no tener un espacio de representación para los jóvenes, ni una propuesta clara que permita un cambio en la manera cómo se maneja la sociedad”.

Según Orgaz (2011), este colectivo trabaja por la construcción de espacios de acción política, a través de un cambio en la concepción y la práctica de las relaciones sociales en busca de la equidad. Cuenta con capítulos oficiales en siete provincias del país más una base social activa a nivel nacional localizada en la ciudad de Quito.

Su trabajo está organizado en asambleas provinciales – que presentan diversas problemáticas propias de la juventud y su papel político en diversos ámbitos junto a las propuestas de posibles soluciones a los mismos - y en frentes - encargados de supervisar y trabajar dentro de áreas específicas – entre los cuales se encuentran Supray Wampra, encargado de la construcción cultural y Carishina 666, encargado de la difusión identitaria ecuatoriana dentro de los grupos juveniles quiteños. Diabluma pretende cubrir una necesidad juvenil específica: la creación de espacios para que ellos trabajen como

pensadores y actores de su propio futuro ¿Cómo trabaja Diabluma y cuál es su verdadero impacto social?

5.2. Metodología de Investigación

5.2.1. Enfoque

Para responder estas preguntas, primero se determinaron las herramientas de aplicación correctas. Para confrontar las teorías previamente expuestas con la realidad de este estudio de caso, se empezó por determinar el enfoque del mismo.

Las relaciones dialécticas entre los sujetos determinarán la organización de colectivo Diabluma y determinarán la dinámica del mismo a través de las relaciones que se establecen entre los organizadores y los participantes.

Es de interés conocer el marco de referencia de los actores, dado que se estudiará una realidad dinámica. Se trata de un contexto particular que se da bajo relaciones determinadas y a la que afectan condiciones específicas.

Tomando en cuenta que estas características de la investigación son primordiales para cumplir con los objetivos planteados, se definió que el enfoque de la misma será participativo y holístico.

El enfoque holístico se refiere a un enfoque integral. Etimológicamente el holismo representa “la práctica del todo o de la integridad”. Su raíz holos procede del griego y significa “todo, íntegro, entero, completo”. El sufijo ismo se emplea para designar una doctrina o práctica. Por esta razón la holística es definida como “un fenómeno psicológico y social enraizado en distintas disciplinas humanas, orientado hacia la búsqueda de una cosmovisión basada en preceptos comunes al género humano” (Barreras & Hurtado, 2003, pág. 15).

El caso Diabluma debe ser estudiado como un todo tomando en cuenta cada una de sus partes, relacionándolas entre ellas y en la construcción del todo. Al ser las partes sujetos y no objetos, se requiere un enfoque participativo, que permita llegar a conclusiones generales sobre cuál es el verdadero impacto de la Organización dentro de su sociedad.

5.2.2. Contenido

El alcance aplicado fue CUAL-cuan, es decir enfocado con técnicas cualitativas y además respaldado por el uso de técnicas cuantitativas para determinar ciertos datos generales.

Según Hernández (2006), el alcance cualitativo es “aquél que busca recolectar la información durante la investigación, de manera a posteriori” (pág. 76). Es durante y no antes de la investigación cuando se irán trazando las líneas sobre cómo dirigir la investigación, resaltando la importancia de la realidad subjetiva que se investiga. Es interactivo, reflexivo y se orienta al descubrimiento de particularidades de la realidad que se estudia (Hernández, 2006, pág. 80).

La investigación cualitativa es a posteriori, pero la validez de los datos obtenidos está dada por encontrarse ajustados a la realidad y por ser profundos en cuanto a los procesos que se desarrollarán.

Por su parte el método cuantitativo analizó el caso en busca de la verificación de datos. “Lo que se estudia se asume como objetos y lo que interesa son las generalizaciones, no las particularidades. Es importante utilizarlo para medir impactos y resultados. Se determina de manera a priori” (Hernández y otros, 2006, pág. 38).

Esta interconexión permitió recolectar información sobre qué es Diabluma desde distintas aristas. Por un lado se contó con el apoyo de especialistas en áreas determinadas para comprender el trabajo de Diabluma desde distintos enfoques. Y por otro se contó con las poblaciones de estudio. Se trabajó con dos poblaciones: la población que conforma el colectivo Diabluma y la población juvenil, hacia la cual Diabluma dirige sus propuestas.

La primera población – los activistas de Diabluma – está conformada por 70 personas a nivel nacional. Fueron entrevistados en su totalidad los organizadores del capítulo Quito, donde suman 4 personas, entre quienes están miembros fundadores y colaboradores principales de la organización. La

segunda población – jóvenes a quienes están dirigidos los proyectos y las propuestas de Diabluma– está conformada por 10 000 personas a nivel nacional según lo que plantea la Organización. Sin embargo, no existe registro alguno que lo verifique. Dentro de esta población, la muestra con la que se trabajó se obtiene tomando en cuenta una población de 3 400 (Diabluma, 2010) personas ubicadas en Quito, dado que esa es la población de alcance de los proyectos de la Organización. Se hizo de forma aleatoria, aplicando la siguiente fórmula:

$$N = \frac{N}{E^2 (N - 1) + 1}$$

Ecuación 1. Fórmula para determinar la población de alcance.

Se trabajó con el error estándar del 4%, obteniendo una muestra final de 459.55, es decir, de 460 encuestas realizadas dentro de esta segunda población.

5.2.3. Herramientas Técnicas

Las estrategias de investigación o herramientas técnicas están definidas como las técnicas y los métodos que revelan la manera de cumplir con los objetivos, tomando en cuenta las oportunidades y amenazas que se podrían presentar (Hax & Majluf, 2000, pág. 43). Dentro de este marco, las herramientas elegidas para medir los resultados dentro de esta investigación son las siguientes:

5.2.3.1. Encuestas

Según Naresh (2004, págs. 115-168) una encuesta se define como una entrevista realizada a un grupo grande de personas -utilizando un cuestionario prediseñado- en busca de obtener información de manera sistemática y orientada a conseguir cierta información específica.

Se realizó una encuesta a la población a la que se dirigen las propuestas de Diabluma (juventud en Quito, tomando en cuenta que la Organización mantiene entre sus objetivos tener una población de 3400 colaboradores) para

determinar cómo percibe ésta su trabajo: si es o no efectivo, si deja resultados a largo plazo, si ayuda a fortalecer la participación juvenil, si identifica las necesidades de la juventud y si sus proyectos son o no efectivos para generar participación.

5.2.3.2. Entrevistas

La entrevista es una conversación en la que obtienen respuestas verbales a interrogantes planteadas durante el desarrollo de un tema específico. El entrevistado es siempre un personaje importante o experimentado en el área de estudio, según indica Alvira F (2000, pág. 39).

Las entrevistas dentro del proyecto determinaron dos situaciones. La primera fue cómo se ve Diabluma a sí mismo: qué buscan, cómo lo hacen, qué objetivos tiene su trabajo, qué significa la construcción de espacios juveniles, qué necesidades cubren, entre otros. La segunda fue cómo se entiende la existencia del colectivo Diabluma desde visiones externas. Para ello, se entrevistó a expertos de distintas áreas y a otros colectivos sobre temas como el conflicto adulto – joven, los espacios de participación y el impacto social de acuerdo con el interés de los jóvenes.

5.2.3.3. Grupo Focal

Un grupo focal, de acuerdo con Hax & Majluf (2000), es una entrevista enfocada a comprender al otro a través de la expresión de opiniones y experiencias. Se realiza de manera planificada y consensuada a una parte de la población elegida especialmente por alguna razón en particular.

Esta técnica se buscó aplicar a las poblaciones con las que trabaja Diabluma para detallar cómo perciben ellos su iniciativa, qué problemas encuentran en el trabajo del colectivo y qué soluciones pueden plantear como jóvenes involucrados en la participación y construcción social.

Todos los modelos de estas tres herramientas se encuentran adscritos en los anexos del presente trabajo (Anexo 5).

5.3. Análisis de la Información Obtenida

Antes de analizar el trabajo de la Organización Diabluma, es necesario puntualizar los resultados de las tres herramientas de investigación utilizadas en este trabajo, para así poder justificar el análisis y las conclusiones del estudio de caso. A continuación, se detallan los resultados conseguidos durante el trabajo de campo:

5.3.1. Encuestas

Se realizó la encuesta a 460 jóvenes. Se escogió para realizarlas lugares de reunión comunes para ellos: centros educativos universitarios (públicos y privados) y colegiales (fiscales y privados), conciertos masivos, cafés y centros culturales (ambos de diverso target socioeconómico). El margen de edad que se consideró dentro de la encuesta fue de 16 a 29 años, debido a que la organización enfoca sus propuestas para la población juvenil de entre 17 a 29 años. Sin embargo, se tomó también en cuenta a jóvenes de 16 años dado que, por decreto constitucional, pueden votar (lo que les da participación dentro del escenario político de la ciudad y del país). La encuesta se realizó indistintamente a hombres y mujeres.

Se escogió a los jóvenes de manera heterogénea, tomando en cuenta que los jóvenes que tienen acceso a la educación son los líderes potenciales del país. De acuerdo con lo que plantea Araguren (2005), mientras más educación puede recibir un joven, más se transforma a sí mismo en un posible agente de cambio de su sociedad.

Tomando en cuenta estos parámetros, los resultados en cuanto a género y edad de las encuestas realizadas arrojaron los siguientes resultados:

Tabla 1

Rango de edades y género de las encuestas realizadas.

Edad	# Mujeres	#Hombres
16	2	15
17	8	8
18	17	16
19	15	23
20	12	29
21	20	30
22	17	26
23	21	34
24	13	26
25	10	17
26	16	19
27	21	18
28	11	5
29	5	6
TOTAL	188	272

Esto determinó que la encuesta fue hecha mayoritariamente a hombres (mayor apertura para colaborar con la misma) y que las edades en las que más participantes encontraron fue la de 23 años (hombres y mujeres), También se denota una clara mayoría de mujeres de 27 años.

Esta encuesta se enfocó en tres objetivos:

- Medir el conocimiento general de la población sobre la Organización y su trabajo.
- Medir si la juventud siente que Diabluma cubre sus necesidades políticas y sociales (nivel de representación).
- Medir qué otras organizaciones están en la mente de la juventud como generadoras de espacios de participación.

Por ello se determinó que la encuesta, en una primera instancia, obtenga información sobre Diabluma (de la pregunta 1 a la pregunta 6) y, en una segunda instancia (preguntas 7 y 8), recoja información sobre otras organizaciones que generan espacios de participación política y social dentro del imaginario colectivo de la juventud quiteña.

Tomando estos lineamientos en cuenta, se redactó la encuesta (cuyo modelo se encuentra adscrito a la presente investigación en el Anexo 5). Los resultados arrojados fueron los siguientes:

Pregunta # 1: ¿Conoce la Organización Diabluma?

Esta pregunta midió el conocimiento general sobre la existencia de la organización dentro de la ciudad de Quito entre su población juvenil. Al ser esta una organización dedicada a generar espacios de participación política y social para la juventud, se debe medir su impacto dentro de la población objetiva a la que se dirigen.

De **460 encuestados**, un total de **91 jóvenes** respondió que **sí** conoce a la organización, mientras que los **369** restantes contestaron que **no**. En porcentajes, los resultados fueron los siguientes:



Se debe notar que dentro de esta pregunta se incluyó una nota en la encuesta. En caso de contestar negativamente, se le indicó continuar con la encuesta a partir de la pregunta número siete. Esto se debe a que la encuesta agrupó las preguntas referentes al trabajo e impacto de Diabluma entre las preguntas uno

y seis. Si el encuestado no conoce la Organización, no puede ofrecer información sobre la misma. Sin embargo, sí podría ofrecer información sobre otras organizaciones dedicadas a generar espacios de participación política y social para la juventud.

Pregunta # 2: ¿Conoce el trabajo de esta organización?

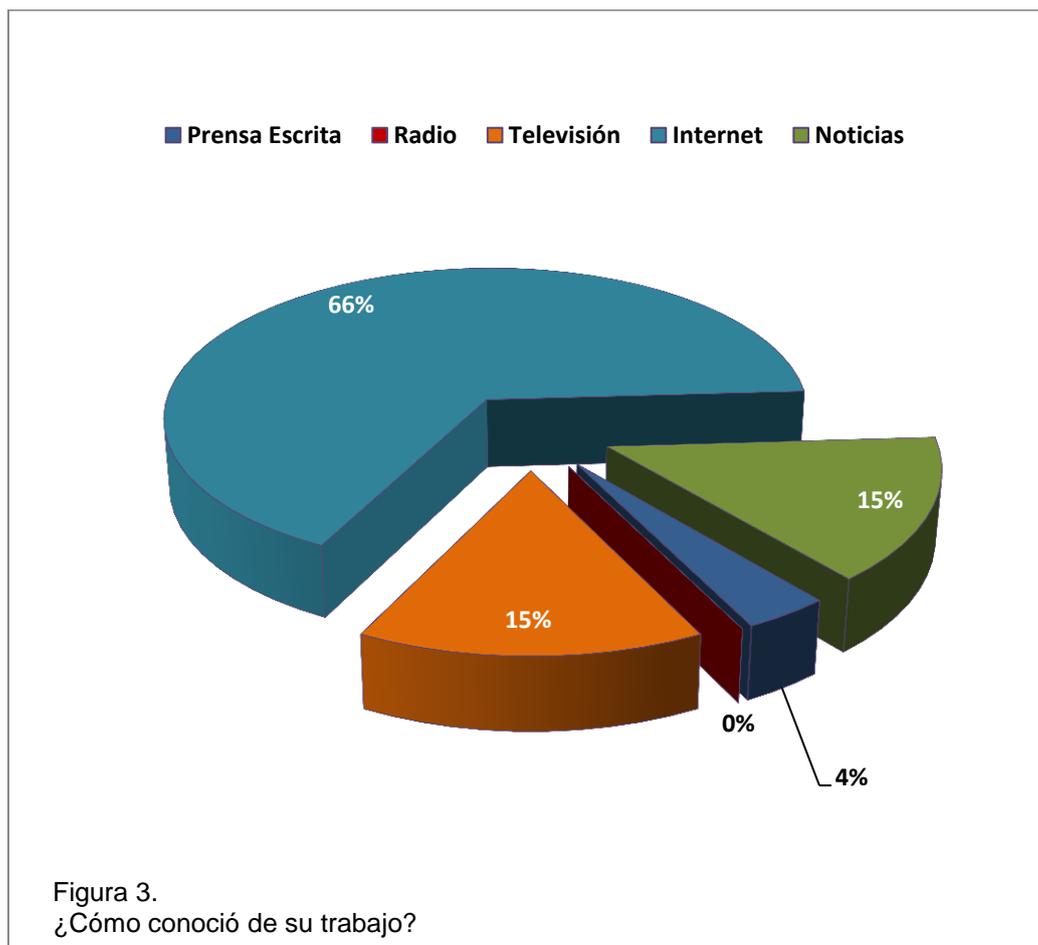
Esta pregunta midió el impacto de la organización dentro del imaginario colectivo. Si su trabajo es conocido entre la juventud, significa que sus iniciativas tienen un impacto duradero entre la población para la cual buscan abrir espacios de participación.

De **91 encuestados** que contestaron afirmativamente la primera pregunta de esta encuesta, un total de **27 jóvenes** respondió que **sí** conoce su trabajo, mientras que los **64** restantes contestaron que **no**. En porcentajes, los resultados fueron los siguientes:



Del 20% que aseguró conocer el trabajo de la Organización, se buscó recabar información sobre el modo en el que conocieron las propuestas y actividades de la Organización, para así medir actualmente qué medios son más efectivos para difundir a Diabluma.

Cabe aclarar que se incluyó entre las opciones a “noticias” como categoría independiente, debido a que así se puede medir si presencia de la Organización es coyuntural o permanente. De estos **27 encuestados**, **1** se enteró por **prensa escrita**, **0** por **radio**, **4** por **televisión**, **18** utilizando **el internet** y los **4** restantes a través de las **noticias**. Los resultados en porcentajes fueron los siguientes:



Pregunta # 3: ¿Asiste a eventos organizados por Diabluma?

Esta pregunta midió la aceptación que tienen las propuestas de la Organización y la difusión de las mismas dentro de la población juvenil. La manera más efectiva de que la población juvenil entre en contacto con Diabluma es a través de los eventos y actividades que éstos programan.

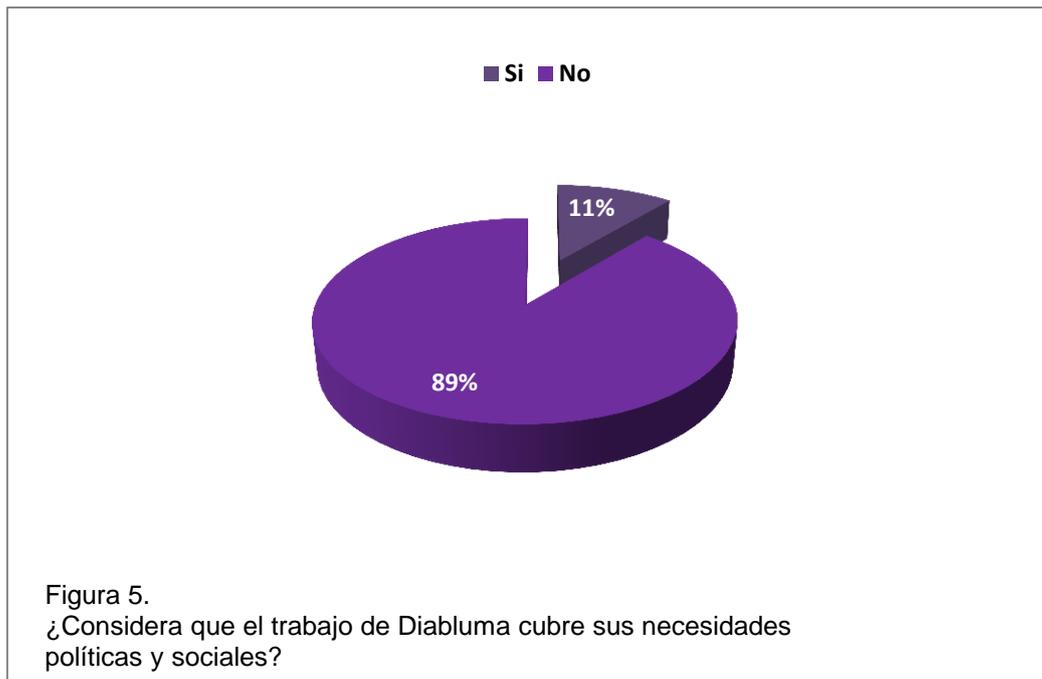
De **91 jóvenes encuestados** que constaron afirmativamente la pregunta uno, **28** contestaron **afirmativamente** esta pregunta, mientras que los **64** restantes contestaron de **forma negativa**. En porcentajes, los resultados son los siguientes:



Pregunta # 4: ¿Considera que el trabajo de Diabluma cubre sus necesidades políticas y sociales?

Esta pregunta determinó, dentro de la población encuestada, el nivel de representación que posee Diabluma dentro del imaginario de construcción social de los jóvenes de la ciudad. Si los jóvenes consideran que las propuestas y trabajo de la Organización cubren sus necesidades, se puede considerar que el trabajo de la misma es efectivo y está correctamente dirigido hacia su objetivo de crear espacios de participación juvenil.

De los **91 encuestados** que respondieron afirmativamente la primera pregunta, **81** consideran que Diabluma **no cubre** sus necesidades políticas y sociales. Los restantes **10** encuestados consideran que **sí**. En porcentajes, los resultados son los siguientes:

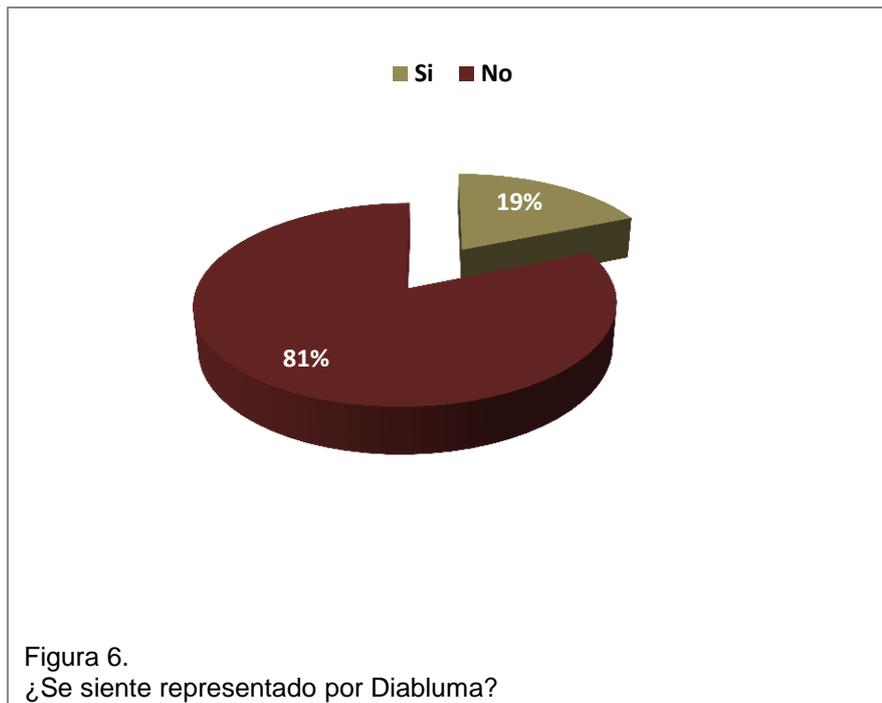


Pregunta # 5: ¿Se siente representado por Diabluma?

Esta pregunta apoyó la pregunta anterior. Por norma general, el que un individuo se sienta representado por una organización social está directamente relacionado con que esta organización cubra sus necesidades, permitiendo una identificación entre dicho sujeto y la organización (Román & Ferri, 2008, pág. 46).

La pregunta anterior, al ser tan subjetiva, necesita ser reforzada a través de esta pregunta, para reconfirmar la identificación que existe entre Diabluma, el imaginario juvenil y las necesidades de los propios jóvenes. De esta forma, se logra determinar si las estrategias y el trabajo de la Organización cumple o no con su objetivo de generar espacios de participación para los jóvenes.

De los **91 encuestados** que respondieron afirmativamente la primera pregunta, **17** se sienten **representados**, mientras que los **74** restantes contestaron **negativamente**. En porcentajes, estos son los resultados:



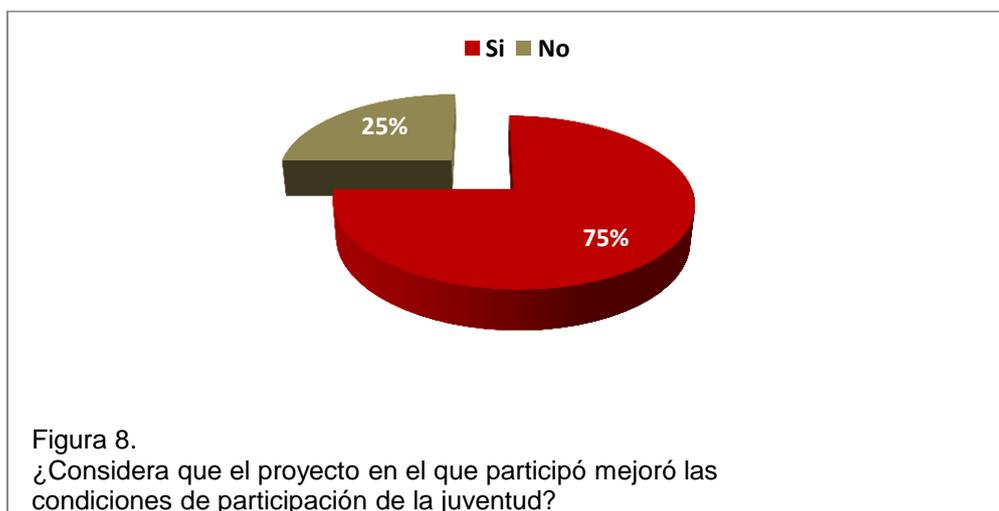
Pregunta # 6: ¿Ha trabajado en algún proyecto con Diabluma?

Esta pregunta determinó la apertura y la aceptación que existe entre la población juvenil y las propuestas de Diabluma. Con esta pregunta se midió si las propuestas de la Organización están construidas de acuerdo al público al que las dirigen (jóvenes entre 17 y 29 años), puesto que si son efectivas los jóvenes se involucrarán en ellas (Araguren, 2005).

De **91 encuestados** que contestaron afirmativamente la pregunta uno, **4** de ellos **trabajaron** en proyectos de Diabluma (los cuatro en la organización del evento Quituraymi), mientras los **87** restantes dijeron **no haber trabajado** con la Organización. En porcentajes, los resultados son los siguientes:



Dentro de esta pregunta se incluyó una repregunta para quienes sí participaron en algún proyecto con Diabluma, con el fin de determinar la efectividad del proyecto en cuestión. De entre los **4 encuestados** que contestaron afirmativamente, **3** de ellos consideraron que el proyecto **mejoró las condiciones** de participación para la juventud, mientras que **1** contestó **negativamente**. En porcentajes, los resultados son los siguientes:



Las preguntas siete y ocho se enfocaron en recuperar información sobre otras organizaciones presentes en el imaginario de la juventud quiteña como generadoras de espacios de participación política y social para los y las

jóvenes. Por ello, no era un factor determinante para poder contestarlas el hecho de conocer a Diabluma o conocer su trabajo. Es por esta razón que a todos los encuestados se les pidió contestar estas dos preguntas.

Pregunta # 7: ¿Conoce otras organizaciones dedicadas a generar espacios de participación política y social para la juventud de la ciudad?

Esta pregunta midió el compromiso que existe dentro de la juventud en cuanto a su papel como agentes de cambios políticos y sociales. Midiendo la naturaleza de conocimiento que se tiene con respecto a organizaciones que les ofrecen participación política y social, se mide su interés en el tema y también la difusión y la efectividad de propuestas que estas otras organizaciones presentan.

De **460 encuestados**, **104** respondieron que **sí conocen otras organizaciones** que ofrecen participación social y política a la juventud, mientras que **356** encuestados contestaron que **no conocen organización alguna** que ofrezca espacios de participación para los jóvenes. En porcentajes, los resultados fueron los siguientes:



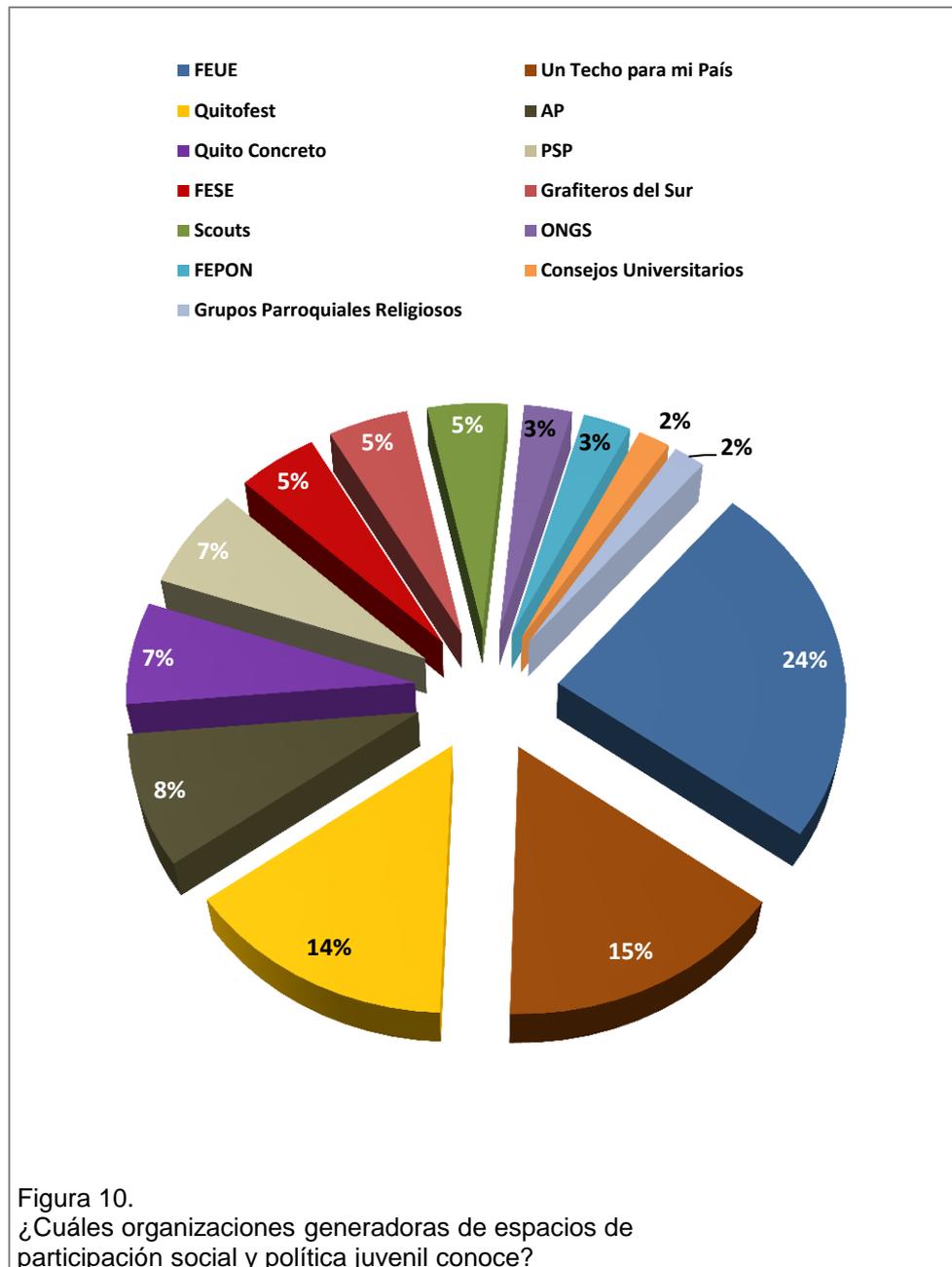
Para quienes contestaron afirmativamente, se incluyeron dos preguntas más, para así saber primero qué organizaciones consideran los jóvenes como

generadoras de espacios de participación juvenil y segundo a través de qué medios se enteraron de la existencia de dichas organizaciones. De esta forma, se pudo hacer una construcción más precisa sobre las dinámicas y presencias existentes en el imaginario de participación de los jóvenes quiteños.

De los **104 encuestados** que aseguraron conocer otras organizaciones dedicadas a generar espacios de participación política y social para los y las jóvenes, **25** nombraron a la **Federación de Estudiantes Universitarios del Ecuador (FEUE)**, **16** a la organización **Un Techo para mi País**, **15** al festival **Quitofest**, **9** a la rama juvenil del partido **Alianza País**, **7** al colectivo **Quito Concreto**, **7** a la rama juvenil del **Partido Sociedad Patriótica (PSP)**, **5** a la **Federación de Estudiantes Secundarios del Ecuador (FESE)**, **5** al colectivo **Grafiteros del Sur**, **5** a la **Organización Scout Capítulo Ecuador (Scouts)**, **3** a las **Organizaciones sin fines del lucro (ONGS)** sin especificar cuáles, **3** a la **Federación de Estudiantes Politécnicos (FEPON)**, **2** a **Consejos Universitarios** (uno de ellos al consejo de la UDLA y el otro sin especificar la institución) y **2** a **Grupos Parroquiales Religiosos** (La Ascensión y Alianza Cristiana de Juventudes).

Con respecto a la segunda pregunta incluida para quienes afirmaron conocer otros grupos y organizaciones que ofrecen espacios de participación social y política para los y las jóvenes, se obtuvo los resultados a continuación detallados. Se debe explicar que, al igual que en la pregunta dos, se incluyó entre las opciones a “noticias” como categoría independiente, debido a que así se puede medir si presencia de estas organizaciones es un resultado de una condición coyuntural o de una condición permanente.

Los resultados en porcentajes son los siguientes:



De **104 encuestados** que conocen otras organizaciones dedicadas a generar espacios de participación para la juventud en Quito, **2** aseguran haberse enterado del trabajo de la organización a través de **prensa escrita**, **5** usando la **radio**, **7** a través de la **televisión**, **45** utilizando **internet** y **45** por medio de las **noticias**. En porcentajes, los resultados son los siguientes:



Pregunta # 8: ¿Ha participado usted en alguna de estas organizaciones dedicadas a generar espacios de participación política y social para la juventud?

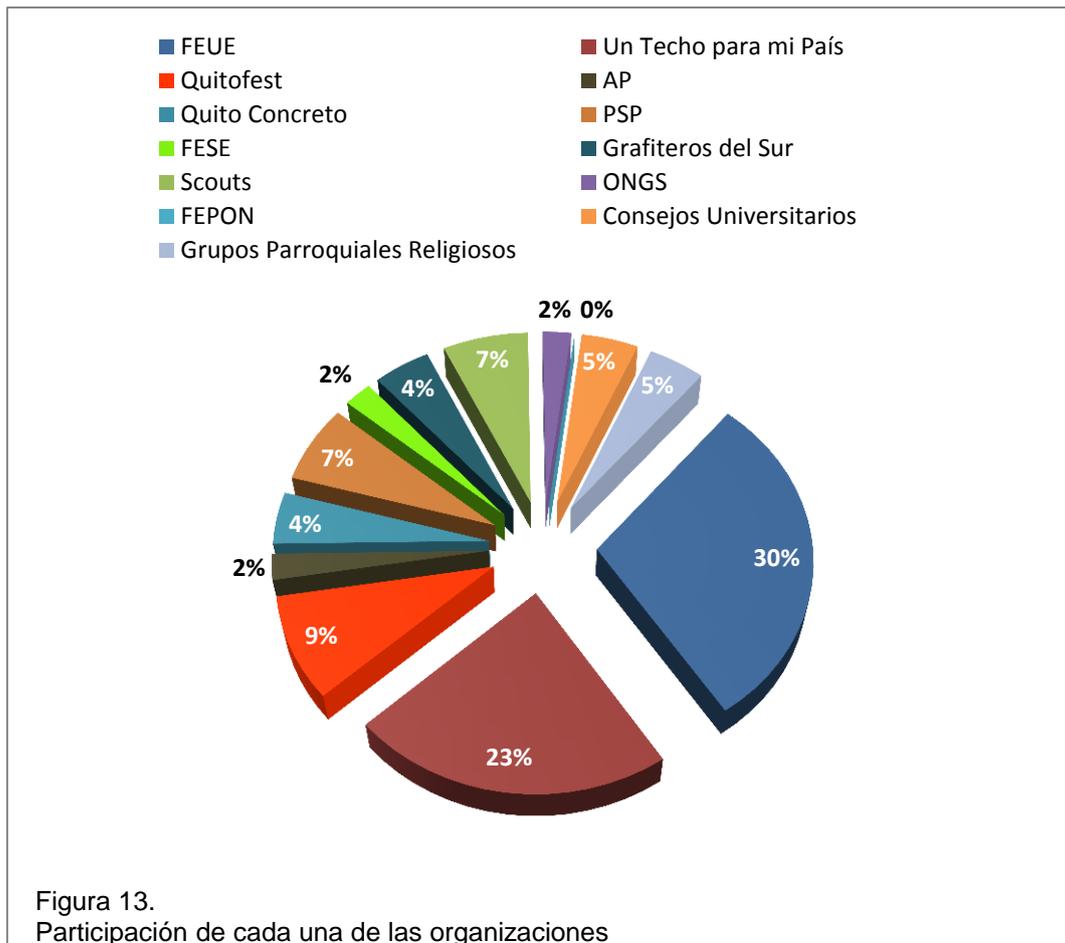
Esta pregunta buscó determinar la naturaleza y la dinámica que existe en la relación entre organizaciones que generan espacios de participación política y social para la juventud y los/las propios/as jóvenes. Esta pregunta logró medir el compromiso adquirido que tienen los jóvenes con su papel como agentes capaces de promover cambios políticos y sociales. Midió también la efectividad de las estrategias que se manejan para atraer a los jóvenes dentro de las propuestas.

De los **460 encuestados** (los 356 que aseguraron no conocer otras organizaciones que generen espacios de participación política y social para la juventud contestaron de forma evidente que no han participado. Sin embargo, en el conteo final se los tomó en cuenta para así tener una visión general sobre la participación política y social de la juventud en la ciudad), **44** contestaron que **sí** han participado, mientras los **416** restantes contestaron que **no** han participado. En porcentajes, los resultados fueron los siguientes:



Los resultados de las preguntas siete y ocho también midieron el nivel de participación que tienen las organizaciones nombradas y su comparación. Esto contribuye a determinar el lugar que ocupan en el imaginario juvenil, su impacto y también la eficiencia de sus estrategias.

De los **104 encuestados** que aseguraron conocer otras organizaciones dedicadas a generar espacios de participación política y social para los y las jóvenes, **13** participaron en la **Federación de Estudiantes Universitarios del Ecuador (FEUE)**, **10** en la organización **Un Techo para mi País**, **4** en el festival **Quitofest**, **1** en la rama juvenil del partido **Alianza País**, **2** en colectivo **Quito Concreto**, **3** en la rama juvenil del **Partido Sociedad Patriótica (PSP)**, **1** en la **Federación de Estudiantes Secundarios del Ecuador (FESE)**, **2** en el colectivo **Grafiteros del Sur**, **3** en la **Organización Scout Capítulo Ecuador (Scouts)**, **1** en las **Organizaciones sin fines del lucro (ONGS)** sin especificar cuáles, **0** en la **Federación de Estudiantes Politécnicos (FEPON)**, **2** en **Consejos Universitarios** (uno de ellos al consejo de la UDLA y el otro sin especificar la institución) y **2** en **Grupos Parroquiales Religiosos** (La Ascensión y Alianza Cristiana de Juventudes). En porcentajes los resultados son los siguientes:



5.3.2. Entrevistas:

Según se planteó anteriormente, con las entrevistas se obtuvo el punto de vista especializado de diversos profesionales sobre cómo trabaja la Organización Diabluma. Se entrevistó a 6 especialistas de diversas ramas, en busca de ampliar la visión sobre el estudio de caso presente.

Se consideraron diversos campos relacionados con esta investigación en particular: la psicología, la comunicación, la sociología, la educación y la organización grupal (representada por el Grupo Scout del Ecuador y el Grupo Parroquial La Ascensión). Esta diversidad de conocimientos permitió enriquecer la visión sobre el trabajo de la organización. A continuación, un resumen de cada una de las entrevistas.

- Psicólogo Educativo: Sebastián Hidalgo (2011)

La juventud es una etapa donde la importancia del grupo y de pertenencia al mismo cobra gran relevancia. El joven se construye desde sus amigos, empieza a enfrentar a todo lo que simbolice autoridad (padres, profesores por ejemplo) y es vital durante esta etapa motivar la libre expresión. La capacidad del joven para expresarse y el aprendizaje de este proceso es lo que le dota de autonomía, responsabilidad y posición. Este proceso es vital para que el joven asuma sus responsabilidades, su propia manera de ver el mundo y su forma de acción en él.

La motivación en cuanto a proyectos de cualquier índole dota al y la joven de seguridad personal, le hace sentir que tiene un lugar en el mundo. Al ser un grupo que prefiere el trabajo en conjunto, se debe resaltar que si bien el trabajo colectivo ayuda a que se expresen de mejor manera sus ideas, también presenta el riesgo del adoctrinamiento, por lo que se debe mantener un espacio de libertad, colaboración y aceptación. Esto también dota al y la joven de herramientas para defender sus posiciones, su propia autonomía y a la vez construye su identidad. El grave problema que existe dentro de los colectivos juveniles radica justamente en que no se permite el aporte de los jóvenes de forma libre, sino que se los guía a apoyar causas ya existentes.

La rebeldía es un rasgo común de la juventud y no es negativa siempre y cuando se la oriente a ser una fuerza de creación y modificación, alejándola de su faceta autodestructiva. Es justamente esta la clave durante el proceso de creación de líderes juveniles.

- Comunicador: Alfonso Espinosa (2011)

Los medios de comunicación masiva tienen un papel protagónico dentro de la construcción del conflicto generacional (adulto-joven), puesto que es desde ellos desde donde se construye la imagen de cómo son, actúan y viven los jóvenes. Además, desde ellos se construye también el cómo entienden y construyen el mundo los adultos. Es esta dinámica la que produce el resentimiento y la negación de los jóvenes por los adultos, y también la crítica y el control desde los adultos hacia los jóvenes.

Los medios masivos de comunicación necesitan tener en claro que su papel comunicativo está en reconocer y ejercer la comunicación como un servicio y como un bien público, lo que debe garantizar la multiplicidad de opiniones, fuentes, puntos de vista e investigaciones completas (datos, testimonios, historias de vida). Dentro de todo esto, es el periodista el encargado de cumplir con su código ético y garantizar también la reproducción de información veraz, completa y objetiva. Son ellos quienes cuentan a la sociedad el estado del mundo y es vital que se respete la realidad. Aquí entra el grave riesgo de manipular la información: se construyen burbujas ficticias sobre la realidad, lo que deja a la sociedad sin bases para poder modificarla.

La comunicación posee la ventaja de ser canalizadora: a través de ella se pueden construir acuerdos, premisas y posiciones que beneficien a la sociedad más allá de intereses particulares, pero es justamente esta característica de su naturaleza la que menos se ejerce y más se pierde en la forma como se practica. La comunicación de los colectivos por ejemplo debe dejar en claro qué objetivos busca cumplir, de qué formas se pueden cumplir y tener claro que necesitan un canal de retroalimentación para acoger sugerencias y generar justamente acuerdos beneficiosos.

La efectividad en cuando a la comunicación dirigida hacia masas se encuentra en respetar diferencias, potencializar similitudes y encontrar planteamientos tanto efectivos cuanto generadores de impacto. Es aquí también donde se debe resaltar la importancia de mantener objetivos de beneficio común, sin que las estrategias busquen proteger intereses particulares.

- Sociólogo: Pablo Galarza (2012)

Los espacios de participación juvenil funcionan mediante diversos mecanismos, pero por lo general se manejan bajo una premisa de identidad colectiva: es necesario que los jóvenes se sientan parte del movimiento. Para ello existen diversas estrategias, pero la identificación entre los seres humanos se da a través del gusto y de las preferencias principalmente. Actualmente, la identificación por medio de la identidad se da a través de la

música, las preferencias estéticas y las posiciones extremas dentro de la juventud. Estos son nuevos mecanismos de crear colectivos, pero no necesariamente de generar participación. Para que la expresión sea motor generador debe plantear propuestas consensuadas.

La recuperación de símbolos ancestrales impacta en el subjetivo del ser humano, puesto que en uno u otro grado se siente identificado con ellos debido a su memoria histórica y su sentido de pertenencia a un lugar específico. Sin embargo esta recuperación ancestral tiene que enfrentar el rechazo y el prejuicio que supone dentro de nuestra sociedad. Se debe tener en cuenta que todos somos mestizos y sin embargo esta condición no es aceptada ni asimilada por la mayoría, lo que ocasiona una división social fuertemente presente en nuestra realidad. Por ello si estos símbolos no son tomados como herencia sino como símbolo se genera conflicto y contraposición, en cuyo caso se pierde la idea de agrupar fortaleciendo esta división social.

El espacio público y su naturaleza depende en mucho de la forma en cómo se construye la participación social, en cómo se construyen los imaginarios sociales y en cómo son estos asimilados dentro del diario vivir de los ciudadanos. Se debe tener en cuenta que son estas las condiciones que limitan o generan la aparición de líderes políticos y sociales fuertes, con capacidad y oportunidad de decisión. Si los espacios no buscan motivar la multiplicación de sus proyectos y la fidelidad de sus integrantes mediante la comprensión, respeto y solución de sus problemáticas, los esfuerzos son vanos y pasajeros.

- Educador: Xavier Oquendo (2012)

El sistema educativo busca formar a los y las jóvenes de forma integral. Se debe considerar que es una edad donde se presentan muchos conflictos: la juventud se está descubriendo a sí misma, está aprendiendo nuevas formas de relacionarse con su entorno y a la vez también empieza a recrearse. Lo más complicado de este asunto es que el sistema educativo se centra en la formación académica y por ende se descuida la formación humana. Al y la

joven se les enseña qué deben saber, cómo deben saberlo y muy pocas ocasiones se da apertura abierta a su propia exposición y posición.

El secreto de la verdadera academia aplicada a los jóvenes está en equilibrar el respeto por la autoridad con la apertura para que ellos formen su propio pensamiento de acuerdo con sus realidades específicas. La llamada rebeldía es en realidad un pedido de guía y es así como debe tomarse. Las agrupaciones efectivas también son las que cumplen con estos principios que deberían reinar en la academia: tolerancia, disciplina y apertura.

Al crear en cada joven la capacidad de construcción de pensamiento y posiciones, se crea también la pertenencia y por ende la conciencia social. El fomentar en la juventud un pensamiento razonado, crítico y sensible es la mejor herramienta con la que se les puede dotar para que se conviertan en quienes cambiarán las cosas mañana.

- Boy Scouts Ecuador: Daniel Ochoa (2012)

Boy Scouts Ecuador sigue la misma lógica de participación y desarrollo del movimiento mundial de Boy Scout. La idea de este grupo es formar a los niños y jóvenes a través de actividades en el campo abierto, de estrategia y de trabajo en equipo. Es importante formar gente solidaria, gente cálida que pueda comprender realidades diversas y que logra también hacer aportes a nivel social. Los Boy Scouts son una iniciativa que aparece con la idea de formar jóvenes líderes, para nosotros por eso mismo es muy importante el respeto por las jerarquías para que se formen los lazos de respeto y tolerancia.

También es importante crear la conciencia de que el trabajo honesto y en grupo genera resultados que son beneficiosos para la comunidad o para el grupo. La idea de Boy Scouts es crear lazos humanos y un profundo sentido de responsabilidad, esfuerzo e identidad.

- Grupo Juvenil de la Parroquia de La Asunción: Eduardo Guerrero (2011)

Este grupo juvenil nace como una iniciativa propia de las iglesias católicas. Se busca crear jóvenes con valores cristianos, porque el mundo necesita gente

que viva con estos valores. Lo que se hace es trabajo social, juntas benéficas y charlas misioneras.

La principal función de estos grupos juveniles es que los jóvenes vivan la dimensión comunitaria y cristiana, haciendo apostolado y viviendo el amor de Cristo cada día de nuestras vidas, de forma cotidiana.

Esta relación de amistad que se da dentro del grupo es la base para difundir la acción y la palabra de Cristo Redentor. Es una organización en la que puede entrar quien quiere ser parte de esta experiencia, que ofrece a los jóvenes el poder vivir con los valores católicos.

5.3.3. Grupos Focales

El respaldar esta investigación mediante los grupos focales - en teoría dirigidos hacia las poblaciones con las que trabajó en algún momento la organización para recabar detalles sobre su nivel de satisfacción y sus aportes - se vio imposibilitado durante el trabajo de campo.

Esto debido a que la Organización Diabluma no lleva un registro de participantes. El evento más concurrido de la organización es el festival de música Quituraymi, donde no se realiza registro de participantes. Con respecto a los otros proyectos puestos en marcha con poblaciones, tampoco guardan registros.

En cuanto a su acción política y social mediante protestas, marchas e incluso reformas en la constitución, están a cargo de los dirigentes de la organización (en especial la última de las enumeradas). Las marchas, protestas e incluso la irrupción durante la elección de Reina de Quito 2011 fueron realizadas por los propios integrantes de Diabluma y algunos participantes más, de quienes no se sostiene un registro adecuado.

Frente a esta dificultad, surgió la idea de realizar grupos focales seleccionando una muestra de la población juvenil. Sin embargo, si se hacía esto, las encuestas realizadas perdían sentido debido a que los resultados arrojados serían los mismos, dado que se trata de la misma muestra.

Las preguntas del *focus group* pretendían recoger información más detallada de la población interna que trabaja directamente con Diabluma. El hacerlo con jóvenes que no han trabajado con ellos cambia el enfoque y la intención de esta herramienta en particular, por lo que al no tener una población a la cual acceder para realizar el focus group, esta herramienta fue inaplicable dentro de la investigación de campo.

Durante esta investigación y para cubrir la visión interna de la organización, se entrevistó a miembros activos de la misma: Felipe Ogaz (fundador), Dayana Sánchez, Jorge Cueva y Cora Cadena, quienes son los representantes del movimiento en la ciudad y se encargan de la organización y coordinación de todo su funcionamiento. Se cuenta también con declaraciones de Fernando Cabascago, también miembro del movimiento.

5.4 Organización Diabluma

5.4.1. Introducción

Diabluma se define a sí misma como una “Organización Político Cultural de Izquierda Radical” (Ogaz, 2011). Fundada en el año 2000, busca la creación de espacios de participación para la juventud. Por ello, sus esfuerzos se dirigen a jóvenes de entre 17 y 29 años con interés en la participación política y social. Su línea de trabajo está enfocada a generar cambios dentro de la sociedad, y como parte de sus estrategias buscan agrupar a los jóvenes como fuerza de cambio social y político a través de los símbolos ancestrales y de las manifestaciones musicales.

Durante estos 12 años de trabajo se destacan los siguientes logros:

- La inclusión de algunos temas dentro de la Consulta Popular Nacional para la enmienda constitucional realizada en el 2011, entre ellos temas sobre la continuidad de la feria taurina, los juegos de azar y la restricción de contenidos violentos transmitidos por los medios de comunicación masivos.

- La inserción de propuestas dentro de la nueva constitución nacional, vigente desde el año 2008: el derecho a la ciudad como espacio público (art. 31), la descriminalización de las adicciones (art. 364) y el reconocimiento de espacios para la expresión, la identidad y la cultura (art. 23).
- La creación y repetición anual del Quito Raymi, festival que combina presentaciones musicales con mensajes y material de reflexión centrado en recuperar la historia del Ecuador y sus procesos sociales. Este es un reconocido espacio del escenario musical nacional y un espacio cultural que mantiene un trasfondo político.

Diabluma mantiene como posición que la política es “un espacio de poder que no tiene necesariamente que ver con las elecciones, tiene que ver con lo que se puede y se hace en un colectivo, con la potencialidad y la iniciativa” (Sánchez D. , 2011). Mantienen que su trabajo se relaciona con lo político, visto como “cualquier posición que tomas y cualquier decisión que asumas” (Sánchez D. , 2011), pero se encuentra enfocado al trabajo cultural y social.

Se plantean a sí mismos como un movimiento de objetivos culturales, para destruir así poco a poco el miedo a la palabra político, en busca de que los y las jóvenes se acerquen a ellos sin miedos (Ogaz, 2011).

5.4.2. Diabluma y espacio público

Según lo anteriormente determinado (Capítulo I), el espacio público es un espacio intangible de dimensiones sociales, culturales y políticas donde se lleva a cabo la relación y la identificación de diversas manifestaciones políticas, expresivas y de contacto entre los seres humanos.

Entre los factores indispensables para la existencia del espacio público se encuentran la capacidad de interacción entre los diversos grupos que en él participan, los comportamientos de estos grupos que rigen la dinámica de interacción y la capacidad que poseen para estimular una identificación simbólica a través de su accionar.

Por ende, para analizar el comportamiento de Diabluma en relación con el espacio público, es indispensable comprender cómo funciona la Organización

hacia afuera: con la sociedad, con los jóvenes y con otras agrupaciones a las que se relacionan.

Como se explicó anteriormente, Diabluma se define como una Organización de Izquierda Radical. Este primer juicio deja por fuera a los y las jóvenes de derecha. Según explica Dayanara Sánchez (2011), “si se defiende la izquierda se está en contra del sistema actual, al cual queremos cambiar, y lo hacemos desde varios ámbitos, desde lo cultural. Alguien de derecha no va a estar aquí porque no está de acuerdo con los planteamientos”. Fernando Cabascango (2011) agrega que “nos quedamos con lo cultura y sé que está mezclado con lo político, pero no estamos directamente en la política. Es un espacio abierto, pero va a venir solo gente que se identifique con los planteamientos, es como una exageración decir que si viene alguien de derecha esto está abierto”.

Sin embargo, también sostienen que “Diabluma nunca se ha planteado como una organización grande, sino de personas conscientes. Las organizaciones grandes atentan constantemente contra la diversidad y la individualidad” (Cabascango, 2011). Pero sus estrategias de acercamiento atentan también contra la heterogeneidad y la individualidad de la juventud. No quieren ser alienados, pero sus preceptos sí alienan a sus seguidores y participantes: o eres activista de izquierda o no eres parte de Diabluma.

Sebastián Jouve, guitarrista, intentó participar en la iniciativa del festival musical Quito –Raymi. Su propuesta fue rechazada. “Me dijeron que la música de mi banda es buena pero que no hemos participado en ninguna de sus marchas ni protestas. Para mí el arte y la política no van de la mano. Pueden ir pero no deben ir”.

Una organización que mantiene lineamientos tan rígidos para aceptar integrantes y propuestas no puede considerarse como generador de espacios para un segmento pluricultural y multiidentitario como el de la juventud quiteña. Según la teoría de Habermas anteriormente revisada, un espacio de participación público debe garantizar una entrada fundamentalmente abierta a

todos. Son concertaciones, sin presiones y que efectivizan la manifestación de opiniones diversas sobre el proceder en base de intereses comunes ¿Qué tan comunes son los intereses por lo que lucha Diabluma cuando son una organización que sectoriza y divide a la juventud según una ideología? Esto explica que apenas el 20% de 460 encuestados hayan oído hablar de ellos.

Lo que busca Diabluma es “crear una revolución social a través del rescate de aquello que se encuentra marginado por fuera de la sociedad, como la cultura indígena o la concepción del Quito Milenario, como los conciertos de rock y el escenario musical alternativo” (Ogaz, 2011). Por ello, la imagen que construye esta Organización está muy relacionada con símbolos ancestrales (desde la elección de su propio nombre hasta las denominaciones de sus grupos, festivales y organizaciones), condición que convirtieron también en su primera estrategia de acercamiento e identificación con los y las jóvenes.

“Rescatar el ser indio porque los indios han sido rechazados por el hecho de ser indio, el decir indio siempre ha sido considerado un insulto y se ha rescatado lo español, se ha rechazado a la gente por su cercanía con lo indígena. Yo creo que este rescate es importante pero admitiendo que somos mestizos, que nos guste o no tenemos algo de españoles, pero que de ninguna manera nos hicieron un favor, sino que nos vinieron a conquistar” (Sánchez D. , 2011).

Este rescate busca crear identidad dentro de los jóvenes sobre su condición de mestizos, aceptando su herencia indígena asumiendo que la herencia española ha sido ya aceptada y difundida. Sin embargo, como señala el sociólogo Pablo Galarza (2012), “esta recuperación ancestral no es necesariamente efectiva al momento de generar identidad, porque primero enfrenta los prejuicios sociales que existen alrededor de lo ancestral. Esta parte de nuestra herencia no es asimilada, por lo que tenemos en el escenario social una clara y fuerte división. La herencia se convierte en símbolo de causas y esto genera contraposición, localiza bandos y divide”.

Cora Cadena (2011) integrante de Diabluma, sostiene que “mientras los blancos tienen sus toros y sus fiestas de fundación, nosotros los longos tenemos nuestro Quito Raymi”. Esta posición tan marcada que sostienen al respecto de una de sus estrategias de acercamiento a la juventud más reconocidas dentro del imaginario del espacio público que tienen (como es la organización de este festival) genera división en la juventud, concibe una forma de rechazo y por tanto elimina la oportunidad de integración de jóvenes diversos y existentes dentro de la sociedad quiteña a través del Quito Raymi.

Si bien es necesario el recuperar la herencia indígena de nuestra sangre mestiza, esto no puede ser tomado como una excusa para fortalecer a quienes lo fomentan mientras se segmenta a quienes no buscan rescatarlo. Actualmente, la riqueza cultural y social que redirigirá a la sociedad hacia un acercamiento identitario está en la combinación de la que somos fruto, de la herencia aborígen y de la herencia colonizadora. Esta es una necesidad de la juventud a nivel identitario: el comprender sus orígenes y aceptar sus herencias. No se puede negar ninguna de las dos partes.

Una organización cuyas estrategias generan división no puede ser considerada como promotora de espacios de participación política y social juvenil. Según se analizó anteriormente, Fraser propone que un espacio público verdadero cuenta con la eliminación de la desigualdad social, multiplicando el número de públicos débiles y fuertes para que opinen por igual.

Al limitar desde el lenguaje las construcciones sociales vistas como aceptadas, de nuevo se está ejerciendo una exclusión. Los y las jóvenes deben tener derecho a la participación, sin distinción o diferenciación a causa de su línea de pensamiento (Constitución Nacional 2008, capítulo 5, artículo 61).

La segunda estrategia que utiliza Diabluma para acercarse a la juventud es la música. La creación de festivales musicales con trasfondo político se convirtió sin duda en una forma atractiva de darse a conocer entre este segmento de la población. “La revolución social a través de la generación de conciencia, porque eso es lo que te va a llevar a ir a un concierto. Hacemos conciertos

porque la gente se abre un poco más, por ejemplo la gente que escucha Jaime Guevara se identifica no solo con la música sino con lo que él hace” (Sánchez D. , 2011).

“Lo importante es comprender que la música da un mensaje, pero este mensaje no siempre llega. Por eso le damos tanta importancia al antes y al después de un concierto, es una forma de preparar y reafirmar a la gente para que no se quede solo en la música sino que comprenda el mensaje político, social o cultural como quieras llamarlo que nosotros enviamos” (Ogaz, 2011).

Si bien el utilizar la música como arma para promover política es un recurso innovador dentro del espacio público de Quito, es necesario reforzarlo. Para Pablo Galarza (2012), “la música como herramienta política es solo un resorte de cohesión. Necesita ser complementada con material, asambleas y acuerdos para que cumpla un papel político efectivo”.

En cuanto a su trabajo con otras organizaciones, Diabluma sostiene que “es necesario buscar lo que nos une, no lo que nos separa. Con otras organizaciones podemos tener objetivos comunes para eventos específicos o tener la misma tendencia, como en la Semana del Rock con los Revancha Libertaria” (Sánchez D. , 2011).

Se evidencia que si bien en teoría los métodos de Diabluma son aplicables, en la práctica prima la búsqueda de una tendencia ideológica similar sobre la necesidad que tiene la juventud de expresarse y de adueñarse de sus responsabilidades y derechos civiles a través de poner en escena sus propuestas diversas.

Según afirman, trabajar con otras organizaciones es necesario porque es trabajar para la gente. Ese es el interés de todos y “cuando estamos unidos somos más fuertes, nosotros, los demás y el proyecto mismo” (Ogaz, 2011). No se trata de relaciones duraderas; son relaciones temporales y particulares para agilizar o desarrollar proyectos específicos. Se trata entonces de meras

herramientas y no de verdaderos consensos, puesto que no existe un seguimiento a largo plazo de estas alianzas.

También sostienen que son “paraestatales. No nos gusta cómo se configuró el Estado incluso después de Montecristi. No nos gusta la democracia representativa, hay formas más sensatas de elegir propuestas, de tal manera que se elija el camino a seguir” (Ogaz, 2011).

Sin embargo es dentro del gobierno del Economista Rafael Correa donde Diabluma tiene más apoyo y difusión en el espacio público. Para Felipe Ogaz, la llegada de esta presidencia marca una diferencia en las posibilidades de la organización dentro del espacio público.

Diabluma, legitimada dentro de la sociedad, es una organización simpatizante del gobierno, pero que también trabaja en propuestas para implementar cambios dentro de las acciones estatales que ellos consideran incorrectas. Por ejemplo, la Organización se declara en conflicto con la Alcaldía de Quito, debido a su falta de compromiso al momento de ejecutar la voluntad expresada en las urnas de la Consulta Popular Nacional del 2011 sobre las corridas de toros: la mayoría votó porque no se sigan desarrollando y sin embargo continúan existiendo con ligeras variaciones de forma, no de fondo.

¿Son estas estrategias y actitudes efectivas para crear espacios donde la juventud se apropie y participe como colectivo de cambio dentro del espacio público? Según los resultados arrojados por las encuestas, de 91 jóvenes que afirmaron conocer a la Organización Diabluma, apenas el 30% conoce el trabajo que esta realiza. Un dato incluso más evidente es que apenas el 18% que conoce el trabajo de la Organización se sienten representados por Diabluma y solo el 12% siente que sus necesidades políticas y sociales están cubiertas por esta Organización.

Aseveraciones como “trabajamos en un proceso colectivo cultural por la sociedad” (Cabascango, 2011) se contradicen con otras afirmaciones dentro del mismo colectivo que sostienen que “si vos estás en contra de cómo se están llevando las cosas, la única salida que te queda es ser de izquierda o

matarte” (Sánchez D. , 2011). A la vez, sostienen que “el trabajo que ha hecho Diabluma es contra el imperialismo, contra la cultura oficial, contra el sistema capitalista” (Cabascango, 2011) y que “con el tiempo hemos ido ubicando nuestros propios temas, nuestras propias líneas de trabajo y nuestra propia posición política” (Cadena, 2011).

Esta falta de determinación sobre si su propia actuación es política, cultural o social además de los parámetros dentro de los que se acepta el movimiento de sus integrantes, coartan la capacidad de acción que podría tener la Organización, su protagonismo e incluso su presencia fuerte dentro de la sociedad juvenil de Quito.

Según se analizó anteriormente, Habermas sostiene que una verdadera participación representativa es la garantía de un espacio público democrático. Se debe garantizar la participación de las minorías, pero dentro del manejo de Diabluma como organización se evidencia que son sus propios preceptos los que producen que sus esfuerzos se dirijan a jóvenes específicos que cumplen con ciertas condiciones y no a la juventud como colectivo general.

Diabluma, en relación con el espacio público, crea un imaginario de Organización Cultural de acción Política y Social con tendencias de izquierda. Su importancia y por ende su capacidad de acción queda plasmada en tanto es reconocida por otros, pero es exactamente esta construcción la que provoca que la mayoría de jóvenes no se sientan identificados con la organización.

También anteriormente se habló de la otredad y de la alteridad como condiciones existentes en el espacio público. Si se aplica ambos conceptos al caso Diabluma, la alteridad se encuentra alimentada por el rescate poco habitual de la herencia indígena a través de cursos de quichua y cosmovisión andina por ejemplo. Esta visión ofrece una posibilidad de diversificación dentro de la configuración del espacio público.

En cuanto a la otredad, es este mismo afán de rescate de lo aborigen lo que aleja a muchos jóvenes de la Organización. Debido a la posición que mantiene

Diabluma se limita la apertura de estos talleres para que asistan los jóvenes, lo que los excluye de la oportunidad de acceder al conocimiento sobre su verdadera identidad, sobre la herencia aborígen que poseen. Al no tener acceso, no pueden apoderarse de ellas ni reivindicar su naturaleza mestiza.

Diabluma es reconocida, pero no está legitimada dentro del espacio público, puesto que su accionar se enfoca en ciertos grupos definidos y no en la juventud como un conjunto plural a pesar de que sus iniciativas están dirigidas a este sector. Si se aplica la teoría de Bourdieu, su accionar es múltiple en campos, pero no en agentes.

Por ende, Diabluma tiene en el espacio público una presencia intermitente, poco clara y con falta de consecuencia en cuanto a su papel representativo juvenil y a su función como motor de cambios a nivel de sociedad.

5.4.3 Diabluma y construcción de juventud

Según lo planteado anteriormente (Capítulo II), Rossana Reguillo propone que la construcción de juventud existente y dominante en el espacio público de la ciudad se encuentra ampliamente vigilada y contenida. Plantea que estos mecanismos limitan no solo el accionar de la juventud sino también sus espacios de participación, expresión y reconocimiento como miembros activos de una sociedad cambiante. Agrega que, frente a esta realidad, la reconstrucción de la juventud es una plataforma desde la cual se posibilita el ejercicio del poder y la capacidad de transformación inherente a los y las jóvenes.

Para comprender la relación de Diabluma con la juventud se debe analizar cómo funciona esta Organización en cuanto a la diversidad juvenil existente, cómo funcionan los elementos culturales de esta relación y bajo qué premisas entra en juego el fenómeno de la distinción.

Para Brunner, todo movimiento de participación o acción juvenil implica un carácter de conflicto generacional. Este se disimula tras motivos de orden

participativo o democratizador, pero los movimientos en esencia revelan un inconformismo generacional con la cultura establecida, sobretodo en cuanto a sus instancias formativas.

Si se toma en cuenta que los dirigentes de Diabluma rondan los 35 años, se evidencia que en la relación entre Diabluma y la juventud quiteña se produce el malestar propio de este conflicto generacional.

Se señaló anteriormente que el llamado conflicto generacional entre jóvenes y adultos maneja una culpabilización de dos vías, de jóvenes a adultos y de adultos a jóvenes, lo que prima sobre la importancia del papel social activo de la juventud dentro del espacio público. Lo mismo sucede entre la Organización y el público al que buscan acercarse, donde Diabluma observa desde afuera a este segmento de la población y no logra sobrepasar las vallas que los dividen, en primera instancia porque son percibidos por la juventud como ajenos y en segunda instancia porque sus propios preceptos permiten esta construcción social.

Las acciones y herramientas utilizadas por Diabluma responden a los principios de la Organización, sin embargo éstas no son captadas desde los y las jóvenes como representativas ni como una solución efectiva a sus necesidades, por lo que limitan el accionar de los jóvenes limitando también sus espacios de participación.

Apenas el 4% de los 91 encuestados que afirmaron conocer a la Organización aceptaron también haber trabajado en uno de sus proyectos, y de estos el 75% trabajaron en el proyecto Quitu Raymi.

¿Cuál es la dinámica que busca Diabluma a través de estos conciertos en relación a generar pensamiento y actividad política y social en la juventud? Jorge Cueva (2011), integrante de la Organización, explica que el Quitu Raymi empezó como una manifestación musical y social para proteger el patrimonio histórico situado en las ruinas de Rumipamba. “Se consiguió que estas ruinas sean públicas. Estaban en manos privadas de bancos y constructoras que buscaban hacer un conjunto residencial dentro de este espacio. A través del

concierto se logró visibilizar que las ruinas de Rumipamba son un espacio donde se conserva el testimonio milenario de la ciudad de Quito”.

Este concierto busca ser un espacio de reivindicación, desde el cual se lancen dentro de la plataforma de opinión pública temas como el simbolismo histórico de lugares geográficos, los procesos vigentes de colonización enmascarados tras ciertos rituales culturales – como las corridas de toros – y otros temas orientados hacia el posicionamiento de una democracia directa a través de la decisión popular y no de la representatividad participativa, además de ser un mecanismo para revalorizar la herencia aborígen dentro de nuestra sangre mestiza.

Los jóvenes de hoy, según el estudio SIJOVEN 2006 pertenecen a representaciones estéticas vinculadas con formas de participación, resistencia y nuevas formas de relación interpersonal. Es la configuración de Diabluma – su ideología y estética – la que limita a los potenciales participantes de sus iniciativas. Esta posición fortalece la fragmentación del sujeto joven, pues continúa enfocándolo desde una perspectiva específica y no desde su totalidad.

La búsqueda de espacios de participación para la juventud se convierte dentro de la Organización en una plataforma desde la cual se continúan empoderando las técnicas que Diabluma critica: segregación, división, falta de diálogo y falta de comprensión al momento de atender necesidades emergentes.

Esta separación evita que exista identificación desde la juventud hacia la Organización. Recordemos que los jóvenes quiteños mantienen como característica propia de su construcción el tener un grupo del que sentirse parte. Si esta necesidad se cubre desde Diabluma, entonces sus iniciativas podrían ser más efectivas y convocar a más jóvenes a que se apropien de ellas.

Las actividades de la organización buscan ser un espacio de expresión ideológica, donde se da un intercambio de opiniones, posiciones y declaraciones a través de múltiples herramientas (festivales, conciertos, talleres, marchas, protestas, charlas y ferias).

Estas herramientas se convierten en un campo donde el accionar de sus agentes gira alrededor de una idea política, haciendo de estas herramientas un sitio donde se da una resistencia de contenido simbólico y posicionamiento político. Pero no se logra construir una verdadera resistencia ni un cambio. De los 75% de encuestados que afirmaron haber participado en un proyecto de Diabluma (todos en el Quito Raymi), apenas el 25% consideró que el proyecto en el que participó sirvió para mejorar las condiciones de participación de la juventud.

A la par del desarrollo de estos conciertos de contenido y difusión política, la organización trabaja en otras dos líneas: espacios de desacuerdo y herramientas de capacitación interna y externa, según indica Ogaz (2011).

Los espacios de desacuerdo se manifiestan a través de la toma del escenario y de opiniones dentro de la esfera mediática. La toma del escenario hace referencia a los mecanismos utilizados por la organización para exponer sus inconformidades y cuestionamientos. La más importante es la que se lleva a cabo anualmente el primero de diciembre: La Marcha Antitaurina.

Cora Cadena (2011), también integrante de Diabluma, señala que esta marcha “es una propuesta de descolonización”. Más allá de reivindicar los derechos de los animales, también busca romper socialmente con el mantenimiento de una celebración que conmemora el desarraigo con la cultura aborígen propia al festejar la conquista española de estos pueblos originarios.

En cuanto a las herramientas de capacitación interna y externa (foros, festivales, consultorías, conciertos) Diabluma las utiliza como herramienta en busca de generar un pensamiento político entre sus integrantes (miembros activos) y también entre el público que simpatiza con su lineamiento.

Si recordamos la teoría de Bourdieu sobre los campos hegemónicos y la aplicamos al caso Diabluma, se evidencia que Diabluma a pesar de parecer una organización que se levanta contra lo estructurado en realidad es parte del juego de la estructura. Según plantea Bourdieu, cualquier tipo de oposición puede ser controlada por los agentes dominantes del campo, caso contrario es eliminada. La propuesta de Diabluma entonces sigue siendo parte del juego

porque actúa de acuerdo con lo que critica: como un escenario de discurso cuya acción no es afín para con el grupo al que se dirigen.

Desde la misma Organización, la juventud se construye como una fuerza beligerante en constante desacuerdo, que plantea caminos de resolución propuestos por un grupo que no es representativo del conjunto juvenil. “Hay dos niveles organizativos en Diabluma. Hay gente que está cuando hay actividades y hay otra que está en las reuniones, sigue el proceso. No necesitas carnet para ser de acá, sino que cuando hay gente que no está de acuerdo o no le interesa no aparece” (Cabascango, 2011).

Sostienen que la gente joven es decidida y dedicada, pero que también hay quienes aunque no son decididos les gusta apoyar. “La gente que no está con nosotros no es porque no están de acuerdo con la ideología o el trabajo que tiene Diabluma, sino por falta de tiempo” (Cabascango, 2011). Sin embargo, las encuestas evidencian que apenas el 30% de los 91 encuestados que conocen a la organización asisten a sus eventos.

Son justamente sus parámetros de definición los que separan a la Organización del colectivo juvenil en pleno. Se trata de iniciativas dirigidas de antemano a un cierto grupo de este segmento, que no es ni mayoritario ni representativo de la juventud.

Bourdieu habla también, como se revisó anteriormente, sobre la distinción como el factor que determina la naturaleza de las causas y las selecciones. Estas distinciones que distinguen a la Organización son también las características con las que es distinguida dentro del imaginario juvenil, dando como resultado que una gran mayoría no se sienta identificada con el movimiento. Se debe recordar lo planteado por el psicólogo Sebastián Hidalgo (2011): “el sujeto joven necesita sentirse parte de un grupo y desde ahí actúa.

Desde ahí vuelve acción sus pensamientos, sentimientos y experiencia. Si no existe identidad, no hay pertenencia y por tanto se cae en una apatía con respecto al colectivo y también con respecto al propio papel de joven como un ser capaz de transformar su entorno inmediato y secundario”.

La teoría de Bourdieu se aplica a este distanciamiento identitario entre Diabluma y la juventud al afirmar que el uso de un lenguaje específico, una estética particular, un gusto que responde a una ideología concreta es la forma de relación existente entre jóvenes y espacio público. Son los gustos y las preferencias los que se reflejan como una idea preconcebida del status social, lo que a su vez vulnera a quien los manifiesta a ser objeto de crítica. La imagen que construyen sobre sí mismos como Organización, aleja a Diabluma de entrar en un contacto directo con el segmento mayoritario de la juventud quiteña.

Existe dentro de Diabluma una falta de organización que no les permite guardar registro de quienes asisten, ni de las posibles propuestas de estos agentes. Tampoco tienen una maquinaria de consulta ni de evaluación de la situación juvenil. Hacen propuestas concretas más alineadas con procesos de descolonización, revalorización y repensamiento. Sin embargo, estas premisas no son exclusivamente juveniles.

Si bien Diabluma se caracteriza por ser una organización que ejecuta lucha social, resulta indispensable que los principios ideológicos que sostienen esta lucha pasen a un segundo plano y den cabida a los objetivos de la lucha juvenil frente a la realidad que viven, no a modo de reemplazo sino a modo de estrategia en busca de fusionar los intereses comunes, lo que permitirá un fortalecimiento de las acciones que se lleven a cabo.

Cerbino & Rodríguez critican una política juvenil y grupal sostenida solo en acciones intempestivas e irregulares. Según sostienen, mientras los movimientos y organizaciones juveniles y su condición de generadores de espacios de opinión pública dentro del espacio público no sea una acción social directa hacia la consecución de objetivos comunes, no podrán ser base para promover cambios que puedan discutirse ni política, ni social ni ideológicamente.

La función política de Diabluma pone de manifiesto la inconformidad frente a las estructuras sociales excluyentes. Explícitamente busca que los jóvenes sean los actores principales de los cambios que se pueden generar dentro de

la sociedad y sin embargo el mismo hecho de tener una línea política rígida excluye posibles participantes (Bourdieu los llamaría agentes) por su línea de pensamiento divergente con la de la organización, mientras además mantienen los modelos que critican.

La claridad de pensamiento político es la herramienta para que exista accionar, pero una excesiva rigidez limita la riqueza en aportes de dicho accionar, limitando también las posibilidades de cambio que pueden generarse.

La juventud enfrenta una realidad problemática. Si bien la lucha por recuperar la identidad es importante políticamente, existen factores sociales que cobran igual o mayor importancia y deberían ser tratados como tal.

Diabluma no ofrece a la juventud propuestas y procesos desde su propia realidad cotidiana, sino que los invita a ser parte de propuestas culturales, sociales y políticas más allá de sus límites propios.

Si no existe esta preocupación por parte del colectivo por modificar o proponer soluciones a la realidad juvenil desde una perspectiva inclusiva e identitaria, no se pueden generar espacios de participación política o social dirigidos a la población juvenil que sean efectivos. Los modelos presentes en Diabluma reproducen lógicas que la Organización busca rechazar pero que en la práctica son asimiladas, limitando la audiencia receptiva que pueden tener sus propuestas dentro del segmento juvenil de Quito.

5.4.4. Diabluma y construcción de jóvenes desde los medios de comunicación

Durante esta investigación (Capítulo III) se planteó de acuerdo con la teoría de Bourdieu, que es a través de los medios de comunicación que se construye y se asimila el espacio público, puesto que éstos influyen en la opinión pública, en el debate público y en la generación de imaginarios sociales. Es a través de estos medios que la sociedad lee y reconstruye el espacio público y sus relaciones, situaciones que son descritas por estos medios.

Parte de la construcción de Diabluma dentro del espacio público tiene mucho que ver con cómo es vista la Organización en la plataforma de los medios de comunicación y sobre todo con cómo éstos la reflejan. Por ello se debe analizar cómo se presenta Diabluma en la plataforma mediática y cómo esta construcción contribuye en la forma de ver a los jóvenes dentro del espacio público.

Según Austin, también previamente revisado, los actos comunicativos cargan en su forma y en su fondo una intencionalidad, la cual devela no solo la efectividad comunicativa, sino el impacto que dichos actos producen en quien los recibe. Este impacto es el que determina la transición del discurso al accionar práctico.

La Organización maneja actos locucionarios, ilocucionarios y perlocucionarios. Dentro de los locucionarios, están los discursos, entrevistas y mensajes que publican con frecuencia con respecto a situaciones específicas (como las corridas de toros, la descentralización y el apoyo a diversas causas). Los actos ilocucionarios se reflejan durante los discursos de protestas y asambleas, donde los dirigentes proponen su posición y hacen ofertas sobre lo que puede acarrear la acción dentro de estos límites. Los actos perlocucionarios forman una parte importante de la actividad de esta organización, puesto que son estos actos los que buscan direccionar a las personas hacia la acción a través de lo que se dice, herramienta recurrente en la Organización (el ejemplo más claro son los discursos desde la tarima del Quitu Raymi).

De acuerdo con esto, la intencionalidad de Diabluma a través de su discurso es claramente perlocucionaria, pues son estos actos del habla lo que cobran mayor fuerza y se entrelazan en todas sus actividades. Son la propia fuente comunicativa de Diabluma. Es, como plantea Habermas, una acción comunicativa orientada hacia instrumentalizar para cumplir con un fin previamente determinado. Es sin duda una acción comunicativa estratégica, puesto que se basa en exponer el comportamiento del otro y las acciones que pueden influenciar sobre las decisiones sociales y políticas.

Existe en Diabluma una falta de orientación con respecto a objetivos a largo plazo. Estas estrategias comunicativas se utilizan dentro de contextos pequeños, para objetivos de mediano alcance. Pero no se las usa para exponer el verdadero objetivo de Diabluma que es crear espacios de participación para los jóvenes, desde los cuales se conviertan en agentes de cambio.

Es bajo esta lógica que también funciona la construcción de Diabluma dentro de los medios de comunicación. Sus apariciones son eventuales, a modo de poner sobre la plataforma pública actuaciones como la irrupción en el evento Reina de Quito 2011, para denunciar cómo se financian (enlazando al gobierno como cliente directo de la asesoría de Felipe Ogaz, tal como lo presentó el canal Teleamazonas) o para exponer la Marcha Antitaurina cada diciembre. Sus apariciones en los medios masivos de comunicación levantan controversia, convirtiendo la imagen de Diabluma en la de una organización revoltosa e insurrecta pero sin hacer un seguimiento de su labor y sin profundizar en la naturaleza de la Organización misma. Esta falta de presencia en los medios se verifica con las encuestas realizadas: de 27 encuestados que afirmaron conocer el trabajo de Diabluma, 1 se enteró por prensa escrita, 4 por televisión, 4 por noticias y 18 por internet. Cabe recalcar que Diabluma cuenta con su propio blog y su propio canal de videos en el portal Youtube.

Diabluma mantiene un mensaje claro con respecto a su relación con los medios masivos de comunicación: la necesidad que éstos deben cubrir al respecto de investigar y comprobar la existencia de fuentes antes de expresar posiciones políticas (Ogaz, 2011).

Son varias las acusaciones que se les imputa desde la plataforma mediática, como la de aprovechar su cercanía al gobierno para conseguir consultorías con entidades estatales. Sin embargo, estas acusaciones no han llegado a concretarse a nivel jurídico debido a la falta de respaldos definitivos sobre el accionar de Diabluma.

Adicionalmente, se los presenta dentro de los segmentos informativos ya sea bajo el marco de estas acusaciones o para hacer públicas sus intervenciones (como la sucedida durante la elección Reina de Quito 2011 cuando irrumpieron en el escenario para protestar en contra de las corridas de toros). De nuevo, su

accionar es juzgado y criticado bajo una lógica adulta nacida desde el dominio del campo de la esfera pública, desde donde su falta de organización y sus métodos poco ortodoxos son tomados como una afrenta y les restan seriedad dentro del ojo público de la sociedad.

En el campo comunicativo, Diabluma maneja sus discursos respaldados en argumentos, pero la falta de fuerza en su accionar y en lo que éste produce a nivel social o político, deja una impresión pasajera al respecto de la Organización. Diabluma no tiene una presencia fuerte y legitimada dentro de la esfera de lo público.

Según asegura el comunicador Alfonso Espinosa (2011), “el principal problema con cómo los medios dibujan a los colectivos juveniles de la ciudad, específicamente hablando de Diabluma, es que no transmiten la propuesta seria del mismo porque ni ellos la conocen. Primero se enfrentan a la serie de prejuicios que acarrea una organización denominada joven y segundo tampoco existe desde la propia organización un planteamiento claro, objetivos precisos y accionares determinados que logren borrar los prejuicios”.

Según los resultados arrojados por las encuestas, del 30% que conoce el trabajo de Diabluma, el 68% lo hizo por Internet y el 32% restante a través de medios formales de comunicación.

Es la polémica que generan sus acciones y opiniones la que les garantiza permanencia y difusión a través de los medios masivos. Si a este factor se le suma la capacidad comunicativa de los dirigentes y portavoces de la organización en directa relación con los pormenores, causas e incluso posibles consecuencias de su lucha, se corporiza la presencia de la Organización en los medios de comunicación masivos, pero es el efecto y los resultados de sus acciones lo único que puede legitimarla y mantener su presencia constante dentro de la esfera del espacio público.

Debido a esta construcción mediática, los y las jóvenes involucrados con los procesos de Diabluma no son vistos como líderes, sino como parte de una organización que la gran mayoría no conoce y si ha oído de ella, no reconoce ni sus lineamientos de trabajo ni sus planteamientos de propuesta. Como

señala Galarza (2012), “los líderes sociales son producto de un proceso de identificación de la mayoría. Y esa identificación se da en el ámbito de necesidades, urgencias y propuestas comunes. Así es como socialmente se incentiva la multiplicidad de proyectos, la fortaleza de lucha y también la fidelidad de los integrantes”. Diabluma no es un caso de identificación de la mayoría.

Según se observó anteriormente, Rodríguez y Megías (2007) indican que los medios de comunicación solo muestran los aspectos más negativos del colectivo juvenil y colaboran en su construcción como conflicto potencial. La imagen, según los autores, que muestran los medios de los jóvenes es simplificadora, estigmatizadora y no representativa del conjunto de la juventud. La verdadera problemática comunicativa de la organización se encuentra en la relación de esta con la juventud. Es necesario que se creen nuevas estrategias más efectivas para llegar a un mayor número de jóvenes, políticas inclusivas que resulten socialmente positivas para un porcentaje mayor de la población. El accionar inclusivo debe primar de la mano del consenso.

Comunicacionalmente, Diabluma valora el dominio de la información como escudo protector para el trabajo de la organización. Asume los retos en equipo, permitiendo que sus integrantes se sientan útiles, lo cual los incentiva no solo a continuar sino a trabajar con mayor empeño. Pero este grupo de integrantes es un grupo muy reducido, sin mayor injerencia y sin claridad sobre los campos que buscan modificar.

Ya lo indicó Cortés (2009), una comunicación efectiva requiere apertura hacia el otro. Con la comunicación – en palabra o en acto – se da la inserción social lo que permite potencializar las prácticas de desarrollo y cambio a nivel estructural. La comunicación debe ser un espacio para construir entendimiento y acción a partir de la comprensión e inclusión del otro.

Es indispensable que Diabluma genere y capte la atención de nuevos públicos juveniles a los que no se encuentra asociado. La unión hace la fuerza y mientras más grupos de diversa naturaleza se vinculen con Diabluma, mayores serán las posibilidades de legitimarse de forma permanente y definitiva dentro

del espacio público. Además, mientras más plural sea, será también más democrático y más representativo.

Diabluma no rompe con la reproducción social de la construcción juvenil. Todo lo contrario, apoya esta construcción debido a la falta de fortaleza interna, a la falta de verdaderos líderes, a través de los símbolos y conceptos elegidos para representar a la Organización y por la ausencia de canales efectivos de identificación con la juventud a la que pretenden llegar y convertir en fuerza de cambio dentro de la sociedad.

5.4.5. Diabluma y espacios de participación para la juventud.

Según se analizó anteriormente (Capítulo IV), un espacio de participación es un espacio dentro de la esfera de lo público donde una agrupación relacionada con una idea, lucha, objetivo, posición o realidad común busca expresar y plantear cambios para la misma.

Para estudiar el comportamiento de Diabluma como espacio de participación, se debe plantear la garantía de pluralidad que ofrece, su nivel representativo y las relaciones de poder en las que se encuentra involucrada.

Los espacios de participación son, por naturaleza, espacios de poder donde se da dominio, hegemonía, intereses y lucha. Esto se debe, según Foucault, a que los espacios de participación son esencialmente definidos por sus relaciones con el entorno, los integrantes y los demás grupos de participación de un contexto definido.

También es Foucault quien establece que las decisiones que se toman en el campo no se basan en una participación real, sino en una participación selectiva, segregada de aquellos cuyos intereses no se encuentran alineados con el espacio de participación particular dentro del campo (en este caso, el campo es la participación política y social).

En el espacio de participación se manifiesta, según Bourdieu, el *habitus* y también la legitimación de existencia a través del otro (existo porque participo,

participo porque el otro escucha). Por ello estos espacios construyen la identidad de los actores sociales y por ende, el comportamiento de la sociedad. Es necesario comprender cómo funciona internamente Diabluma para medir su funcionamiento externo. Dentro de la organización, como explica Cora Cadena (2011), se trabaja de forma vertical, respondiendo a una democracia social y participativa, no representativa. “Somos una organización más vertical, basado en el tema de responsabilidades. Creemos en la democracia directa, hacia el cambio por la decisión popular no electiva”. Internamente “no hay jerarquías. Todos trabajamos y las decisiones son tomadas en lo que yo llamo centralismo democrático: todos decidimos, se planifica algo y cómo vamos a realizarlo” (Sánchez D. , 2011). “La forma más simple de comprometerse con decisiones es a través de Asambleas. Ahí se compromete la gente a hacer las cosas, dicen si están o no de acuerdo” (Cueva, 2011)

“Todo se decide no por mayoría de votos sino por consenso y se va viendo los pros más que los contras y luego tomamos una resolución. Es como una mesa redonda, se aporta con ideas y luego se saca un todo. Funciones específicas no existen, cada uno aporta en lo que ha venido trabajando considera qué debería hacer. Si alguien no está de acuerdo, que siempre hay, eso se respeta. Creo que todos tenemos un grupo de ideas comunes” (Cabascango, 2011).

Sin embargo, Cora Cadena (2011) señala que para la toma de estas decisiones sí se toma en cuenta la antigüedad de los participantes dentro del movimiento, así como “la capacidad de responsabilidad que la que cada integrante está capacitado para tener según su propio concepto y en medida en que cumpla con sus responsabilidades, obtiene también mayor o menor cuota de participación”. Este sistema de organización interna sí garantiza una participación más amplia y representativa, pero al ser un grupo pequeño el impacto de esta dinámica es mínimo.

La democracia participativa plantea la posibilidad de que exista una persona que actúe en representación de los intereses de su sociedad. La democracia popular plantea la creación de comités donde los integrantes tengan la

posibilidad de exponer sus ideas y llegar a un acuerdo según los intereses comunes de la comunidad. Una vez acordado esto, el planteamiento se lleva hacia el siguiente nivel, donde los planteamientos de las diversas comunidades se discuten y se llega a un acuerdo que se aplicará a todas ellas. La segunda opción ofrece mayores posibilidades de una verdadera comunicación, de un debate y de una participación más inclusiva.

Sin embargo, esta participación inclusiva no es representativa. Si bien incluye a los participantes de la Organización, éstos no son una fracción representativa dentro del conjunto de la juventud. Su política de debate es efectiva, pero en escena sus decisiones no tienen peso porque no son representativas ni cuentan con suficiente apoyo, así como tampoco convocan a los jóvenes a tomar las riendas de sus responsabilidades y opciones como sujetos civiles de cambio.

También se debe tomar en cuenta el escenario general: según las encuestas realizadas, apenas el 23% de los encuestados conoce otras organizaciones que generen espacios de participación juvenil, de las cuales destaca la FEUE con el 23% de conocimiento. La mayoría de ellos conocieron sobre la organización a través del Internet (43%) y las noticias (42%) y solo el 10% de ellos han participado en proyectos con alguna de las organizaciones.

Esto nos da la idea de que en la escena no existe un alto índice de participación juvenil. Según señala Pablo Galarza (2012), “la garantía de pluralidad se puede avalar hasta un punto en cualquier organización, por lo que se debe buscar ampliar los objetivos, proyectos y metas”. Así se puede rescatar lo que la juventud tiene en común más que sus diferencias, siendo esta una forma efectiva para convocar y agrupar al colectivo juvenil, haciendo de éste una fuerza social dentro del espacio público.

El nivel representativo que posee la Organización es mínimo. Apenas el 18% de los encuestados se siente representado por Diabluma. Esto se debe a que el trabajo de la Organización no identifica lo común de la juventud. En su lugar, se enfoca en campos y propuestas precisas que no necesariamente involucran

a la juventud. Según plantea el educador Xavier Oquendo (2012), “fomentar en la juventud un pensamiento razonado, crítico y sensible mediante la participación es la mejor herramienta con la que se puede equipar a los jóvenes para que sean los actores de su vida y de la vida de la sociedad”.

Para Daniel Ochoa (2012), dirigente de grupo en Boy Scouts, “dentro de un grupo es necesaria la disciplina y la jerarquía para poder completar en los jóvenes un proceso activo de participación tolerante y de consenso. Sin esto, no existe un verdadero acuerdo ni soluciones realmente incluyentes”.

La jerarquía dentro de las organizaciones, factor presente en Diabluma, logra controlar las participaciones y llevarlas a consenso, pero también controla y vigila. De nuevo, se aplican las lógicas que se critican.

Los grupos de participación juveniles son de naturaleza impredecible, múltiple e intensa. Los espacios de participación deben ser las instancias previstas para el cumplimiento de los roles asignados a la juventud según la constitución, como una forma de impulsar el traspaso de los y las jóvenes hacia el ejercicio de su ciudadanía, comprendida en su sentido máximo como actoría social.

Felipe Ogaz (2011) sostiene que decir que el pueblo se mueve solo por dinero o por ignorancia es ofensivo. El pueblo, para él, también se mueve por amor y por compromiso; si ven que sus intereses entran en juego, apoyarán de manera más activa la discusión social ejerciendo a la vez de forma más efectiva su papel como ciudadanos, es decir, poniendo en práctica por convicción sus responsabilidades y derechos como individuos pertenecientes a un engranaje social. Sin embargo, los intereses de la juventud no se ven reflejados en los planteamientos ni en los proyectos de la Organización.

Existen varios tipos de espacios de participación, como se vio anteriormente. Diabluma es un espacio de participación politizado. Mantienen una línea política con soporte social y cultural de izquierda. Sea cual sea su naturaleza, los principios para evaluar un espacio de participación son: información, consulta, decisión y control social. Las cuatro características que requiere un espacio de participación efectiva son: canales flexibles e inclusivos,

reintegración de intereses públicos retenidos en la esfera privada, estructura organizada e identidad simbólica.

En cuanto a la evaluación de Diabluma como espacio de participación, salta a la vista la falta de información organizada y de difusión de propuestas, así como la falta de información sobre la situación de la juventud con la que cuenta y en base a la que la Organización desarrolla sus proyectos. Éstos no son de alcance para las necesidades reales de la juventud, ni se trata de un trabajo que cubre la problemática de la juventud como conjunto.

No existe un sistema de consulta externa y el sistema de mesas redondas y consultas internas posee un impacto mínimo al reducirse a pocos integrantes admitidos dentro de la Asamblea con capacidad de voz y decisión. Las decisiones que se toman dentro de Diabluma se idean en pos de lineamientos cuya naturaleza no es clara, mediante un consenso de organizadores y colaboradores cercanos. Diabluma no tiene presencia firme ni legitimación dentro del espacio público, por lo que sus capacidades como modificadoras o controladores sociales no se evidencian.

Como espacio de participación efectiva, Diabluma no cumple con los requisitos mínimos. A pesar de poseer canales flexibles e (redes sociales principalmente), la forma de manejo y participación dentro de los mismos no es inclusiva. No se encuentra enfocada a la juventud como conjunto y a sus necesidades, sino a apoyar o rechazar temáticas relacionadas con sus méritos antiguos y sus luchas temporales.

No existe dentro de sus planteamientos como Organización una verdadera reintegración de intereses públicos retenidos en la esfera privada. Si bien es cierto que rescatan la lucha anticolonialista y la legitimación de herencias ancestrales, intereses que deben ser públicos pues involucran a toda la sociedad debido a sus orígenes, no reintegran problemáticas mucho más urgentes que vive la juventud de forma cotidiana: falta de trabajo, escasez de oportunidades académicas, falta de espacios de expresión por ejemplo.

Diabluma no se maneja como una estructura organizada. Aunque mantiene un proceso continuo dentro de sus luchas, aunque no permanente, no mantiene

registros, ni se preocupa por hacer un seguimiento realmente efectivo a la juventud de la ciudad desde su propia visión y necesidades. La identidad simbólica es superficial; si bien existe un intento por reivindicar las prácticas indígenas -que también deben ser asimiladas como parte de nuestra herencia - es esta misma condición la que genera rechazo hacia la Organización. Adicionalmente, este tratamiento no es profundo ni analítico ni sensible. Se convierte a la identidad en un símbolo, no en una herencia.

Lograr la identificación es lograr un puente de comunicación interno que fortalece posturas, demandas y posiciones externas de quienes participan en el espacio social juvenil (en especial de los propios y las propias jóvenes), nacido desde el interior del consenso y proyectado hacia propuestas que logren una sociedad más equitativa, participativa y – por ende – democrática.

Diabluma podría ser una oportunidad para reivindicar a los jóvenes como agentes influyentes dentro de su sociedad y como herramientas de transformación. Sin embargo, la organización se convierte en lo que critica: un discurso dominante que permea la identidad de los oprimidos, utilizando las mismas estrategias de poder que hoy rechaza para imponer criterios y no para negociar diferencias.

Se trata de una propuesta sin horizontes claros, sin propuestas determinantes y sobretodo sin participación activa y colectiva para la juventud de la ciudad. Este estudio de caso debe simplificarse y ponerse en escena para exponer el impacto, tanto positivo cuanto negativo, que tiene el trabajo de Diabluma ¿Cómo se construyen entonces los instrumentos para hacerlo?

Capítulo VI: El Diablo en Escena. Justificación y planteamiento de los productos comunicacionales

6.1 Introducción

A partir de esta investigación, se crearon cuatro productos – uno para cada tipo de medio – en los cuales se buscó evidenciar el trabajo de Diabluma a través de situaciones específicas de su configuración en ellos.

Dado que la tesis pone sobre la plataforma varias cuestiones que requieren análisis y difusión a través de los productos, (situaciones que se dan dentro del espacio público y que condicionan el papel de los jóvenes dentro del mismo) resulta una necesidad luego de la investigación ahondar esfuerzos para que dichas circunstancias queden en evidencia a través de los productos para medios digitales, prensa escrita, radio y televisión.

La investigación sobre las construcciones de participación política y social dirigida hacia jóvenes y promovida por la Organización Diabluma será plasmada en cuatro productos multimedios (digital, audiovisual, radial e impreso).

El objetivo de estos productos es plantear nuevas propuestas desde las cuales abordar las temáticas tratadas a lo largo de esta investigación. Resulta necesario que los productos evidencien dentro de la palestra pública no solamente aquello relacionado con la Organización Diabluma, sino también aquellas cuestiones y condiciones que rodean la relación juventud-medios masivos-sociedad-Diabluma.

Estos productos comunicacionales pretenden evidenciar cómo la juventud es parte fundamental de los procesos de sus sociedades y cómo se encuentran limitados incluso dentro de los espacios como Diabluma que dicen ser promotores de espacios de participación, promoviendo un cambio en las construcciones del imaginario colectivo con respecto a las dinámicas de manejo del espacio público.

6.2 Estudio Jurídico:

El presente proyecto se acoge a los siguientes apartados, incluidos en la Constitución Política de la República del Ecuador, vigente al día de hoy:

Título II: Derechos

Comunicación e Información:

Art.16.-Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisiones públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

Art. 17.-El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelará que en su utilización prevalezca el interés colectivo.
2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.
3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Art.18.-Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Art. 19.-La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Art. 20.- El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.

Cultura y Ciencia:

Art. 23. Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.

Jóvenes:

Art. 39. El Estado garantizará los derechos de las jóvenes y los jóvenes y promoverá su efectivo ejercicio a través de políticas y programas, instituciones y recursos que aseguren y mantengan de modo permanente su participación e inclusión en todos los ámbitos, en particular en los espacios de poder público.

El Estado reconocerá a las y los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación. El Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento.

Participación:

Art. 61. Las ecuatorianas y ecuatorianos gozan de los siguientes derechos:

1. Elegir y ser elegidos.
2. Participar en los asuntos de interés público.
3. Presentar proyectos de iniciativa popular normativa.
4. Ser consultados.
5. Fiscalizar los actos del poder público.
6. Revocar el mandato que hayan conferido a las autoridades de elección popular.
7. Desempeñar empleos y funciones públicas con base en méritos y capacidades, y en un sistema de selección y designación transparente, incluyente, equitativo, pluralista y democrático, que garantice su participación, con criterios de equidad y paridad de género, igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad y participación intergeneracional.
8. Conformar partidos y movimientos políticos, afiliarse o desafiliarse libremente de ellos y participar en todas las decisiones que éstos adopten.

Art. 65. El Estado promoverá la representación paritaria de mujeres y hombres en los cargos de nominación o designación de la función pública, en sus instancias de dirección y decisión, y en los partidos y movimientos políticos.

En las candidaturas a las elecciones pluripersonales se respetará su participación alternada y secuencial.

El Estado adoptará medidas de acción afirmativa para garantizar la participación de los sectores discriminados.

Derechos de libertad:

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

2. El derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios.
4. Derecho a la igualdad formal, igualdad material y no discriminación.
5. El derecho al libre desarrollo de la personalidad, sin más limitaciones que los derechos de los demás.
6. El derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus formas y manifestaciones.

7. El derecho de toda persona agraviada por informaciones sin pruebas o inexactas, emitidas por medios de comunicación social, a la correspondiente rectificación, réplica o respuesta, en forma inmediata, obligatoria y gratuita, en el mismo espacio u horario.

8. El derecho a practicar, conservar, cambiar, profesar en público o en privado, su religión o sus creencias, y a difundirlas individual o colectivamente, con las restricciones que impone el respeto a los derechos.

El Estado protegerá la práctica religiosa voluntaria, así como la expresión de quienes no profesan religión alguna, y favorecerá un ambiente de pluralidad y tolerancia.

CAPÍTULO III: Garantías Constitucionales

Hábitat y vivienda:

Art. 31. Las personas tienen derecho al disfrute pleno de la ciudad y de sus espacios públicos, bajo los principios de sustentabilidad, justicia social, respeto a las diferentes culturas urbanas y equilibrio entre lo urbano y lo rural.

El ejercicio del derecho a la ciudad se basa en la gestión democrática de ésta, en la función social y ambiental de la propiedad y de la ciudad, y en el ejercicio pleno de la ciudadanía.

Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador

Trabajo y Producción:

Art.4. Se reconocen y garantizan los derechos de los autores y los derechos de los demás titulares sobre sus obras.

Art. 5. El derecho de autor nace y se protege por el solo hecho de la creación de la obra, independientemente de su mérito, destino o modo de expresión.

Se protegen todas las obras, interpretaciones, ejecuciones, producciones o emisión radiofónica cualquiera sea el país de origen de la obra, la nacionalidad o el domicilio del autor o titular. Esta protección también se reconoce cualquiera que sea el lugar de publicación o divulgación.

El reconocimiento de los derechos de autor y de los derechos conexos no está sometido a registro, depósito, ni al cumplimiento de formalidad alguna.

El derecho conexo nace de la necesidad de asegurar la protección de los derechos de los artistas, intérpretes o ejecutantes y de los productores de fonogramas.

Art. 6. El derecho de autor es independiente, compatible y acumulable con:
La propiedad y otros derechos que tengan por objeto la cosa material a la que esté incorporada la obra;

Los derechos de propiedad industrial que puedan existir sobre la obra; y,

Los otros derechos de propiedad intelectual reconocidos por la ley.

Art. 7. Para los efectos de este Título los términos señalados a continuación tendrán los siguientes significados:

Autor: Persona natural que realiza la creación intelectual.

Distribución: Puesta a disposición del público, del original o copias de la obra, mediante su venta, arrendamiento, préstamo público o de cualquier otra forma conocida o por conocerse de transferencia de la propiedad, posesión o tenencia de dicho original o copia.

Divulgación: El acto de hacer accesible por primera vez la obra al público, con el consentimiento del autor, por cualquier medio o procedimiento conocido o por conocerse.

Editor: Persona natural o jurídica que mediante contrato escrito con el autor o su causahabiente se obliga a asegurar la publicación y divulgación de la obra por su propia cuenta.

Emisión: Difusión a distancia de sonidos, de imágenes o de ambos, por cualquier medio o procedimiento, conocido o por conocerse, con o sin la utilización de satélites, para su refección por el público.

Comprende también la producción de señales desde una estación terrestre hacia un satélite de radiodifusión o de telecomunicación.

Fijación: Incorporación de signos, sonidos, imágenes o su representación digital, sobre una base material que permita su lectura, percepción, reproducción, comunicación o utilización.

Grabación efímera: Fijación temporal, sonora o audiovisual de una representación o ejecución o de una emisión de radiodifusión, realizada por un organismo de radiodifusión utilizando sus propios medios y empleada en sus propias emisiones de radiodifusión.

Obra: Toda creación intelectual original, susceptible de ser divulgada o reproducida en cualquier forma, conocida o por conocerse.

Obra audiovisual: Toda creación expresada mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización incorporada, que esté destinada esencialmente a ser mostrada a través de aparatos de proyección o cualquier otro medio de comunicación de la imagen y de sonido, independientemente de las características del soporte material que la contenga.

Productor: Persona natural o jurídica que tiene la iniciativa, la coordinación y la responsabilidad en la producción de una obra, por ejemplo, de la obra audiovisual, o del programa de ordenador.

Publicación: Producción de ejemplares puesto al alcance del público con el consentimiento del titular del respectivo derecho, siempre que la disponibilidad de tales ejemplares permita satisfacer las necesidades razonables del público, teniendo en cuenta la naturaleza de la obra.

Radiodifusión: Comunicación al público por transmisión inalámbrica. La radiodifusión incluye la realizada por un satélite desde la inyección de la señal, tanto en la etapa ascendente como en la descendente de la transmisión, hasta que el programa contenido en la señal se ponga al alcance del público.

Reproducción: Consiste en la fijación de la obra en cualquier medio o por cualquier procedimiento, conocido o por conocerse, incluyendo su almacenamiento digital, temporal o definitivo, y la obtención de copias de toda o parte de ella.

Videograma: Fijación de una obra audiovisual.

Art. 8. La protección del derecho de autor recae sobre todas las obras del ingenio, en el ámbito literario o artístico, cualquiera que sea su género, forma de expresión, mérito o finalidad. Los derechos reconocidos por el presente Título son independientes de la propiedad del objeto material en el cual está incorporada la obra y su goce o ejercicio no están supeditados al requisito del registro o al cumplimiento de cualquier otra formalidad.

Las obras protegidas comprenden, entre otras, las siguientes: Libros, folletos impresos, epistolarios, artículos, novelas, cuentos, poemas, crónicas, Críticas, ensayos, misivas, guiones para teatro, cinematografía, televisión, conferencias, discursos, lecciones, sermones, alegatos en derecho, memorias y otras obras de similar naturaleza, expresadas en cualquier forma;

Sin perjuicio de los derechos de propiedad industrial, los títulos de programas y noticieros radiales o televisados, de diarios, revistas y otras publicaciones periódicas, quedan protegidos durante un año después de la salida del último número o de la comunicación pública del último programa, salvo que se trate de publicaciones o producciones anuales, en cuyo caso el plazo de la protección se extenderá a tres años.

Derecho de autor

De las obras audiovisuales:

Art. 33. Salvo pacto en contrario, se presume coautores de la obra audiovisual:

El director o realizador;

Los autores del argumento, de la adaptación y del guión y diálogos;

El autor de la música compuesta especialmente para la obra; y,

El dibujante, en caso de diseños animados.

Art.34. Sin perjuicio de los derechos de autor de las obras preexistentes que hayan podido ser adaptadas o reproducidas, la obra audiovisual se protege como obra original.

Los autores de obras preexistentes podrán explotar su contribución en un género diferente, pero la explotación de la obra en común, así como de las obras especialmente creadas para la obra audiovisual, corresponderán en exclusiva al titular, conforme el artículo siguiente.

Art.35. Se reputa titular de una obra audiovisual al productor, esto es la persona natural o jurídica que asume la iniciativa y la responsabilidad de la realización de la obra. Se considerará productor, salvo prueba en contrario, a la persona natural o jurídica cuyo nombre aparezca en dicha obra en la forma usual.

Dicho titular está, además, legitimado para ejercer en nombre propio los derechos morales sobre la obra incluyendo la facultad para decidir sobre la divulgación.

Todo lo cual se entiende sin perjuicio de las estipulaciones y reservas expresas entre los autores y el productor.

Art.41. El autor de una obra fotográfica o el realizador de una mera fotografía sobre una persona, deberá contar con la autorización de la persona

fotografiada, y a su muerte, de sus causahabientes, para ejercer sus derechos de autor o conexos, según el caso.

La autorización deberá constar por escrito y referirse específicamente al tipo de utilización autorizada de la imagen. No obstante, la utilización de la imagen será lícita cuando haya sido captada en el curso regular de acontecimientos públicos y responda a fines culturales o informativos, o se realice en asociación con hechos o acontecimientos de interés público.

Las excepciones establecidas en el inciso precedente no afectan los derechos de autor sobre la obra que incorpore la imagen.

Art. 49. La persona natural o jurídica que hubiere encargado artículos periodísticos, trabajos, fotografías, gráficos u otras obras susceptibles de publicación a través de periódicos, revistas y otros medios de difusión pública, tiene el derecho de publicar dichas obras por el medio de difusión previsto en el encargo, así como de autorizar o prohibir la utilización de la obra por medios similares o equivalentes a los de su publicación original.

Queda a salvo los derechos de explotación del autor en medios de difusión diferentes, que no entrañen competencia con la publicación original.

Si tales obras se hubieren realizado bajo relación laboral de dependencia, el autor conservará el derecho a realizar la edición independiente en forma de colección.

Las disposiciones del presente artículo podrán ser modificadas mediante acuerdo entre las partes.

6.3 Plan Financiero

Tabla 2

Plan de inversión. Activos fijos

Activo fijo	Cantida d	Precio Unitario	Precio Total
Computadora PC	1	700	700
Computadora Mac	1	1.200	1.200
Cámara fotográfica Profesional Sony	1	600	600
Cámara Sony HD (alquiler)	1	250	250
Grabadora de voz	2	80	160
Licencias software	1	200	200
Escritorio	2	30	60
Sillas	4	15	60
Total activos fijos (USD)			3230

Tabla 3.

Servicios básicos

Servicio	Costo Mensual
Limpieza y mantenimiento	40
Alimentación	80
Transporte	70
Renta de oficina	300
Teléfono	80
Luz y agua	60
Uso Internet	45
Dominio y Hosting	100
Total Servicios Básicos (USD):	775

Tabla 4.

Sueldos

Producto	Requerimiento humano	Valor Total (USD)
Audiovisual	Camarógrafo	500
	Asistente de cámaras	300
	Locutor semi profesional	300
	Realizador de guión e investigación	700
	Editor y Post-Producción	600
Digital	Webmaster	700
Impreso	Editorialista	400
	Fotógrafo	400
	Diseñador gráfico	600
Radial	Locutor semi profesional y realizador del guión e investigación	800
Total (USD):		4900

Tabla 5

Capital de Trabajo

Activos Fijos	+	Servicios Básicos	+	Sueldos	=	Capital de Trabajo
3230		775		4900		8905

Financiamiento:

Para la elaboración de los productos multimedia es indispensable realizar alianzas con empresas o entidad públicas interesadas en el planteamiento social del tema. Así también, resultan necesarias las alianzas con productoras y profesionales para que hagan efectiva su colaboración dentro del proyecto. El presupuesto final para la realización de los productos es de 8,905 dólares.

6.4 Plan de Difusión

Es necesario establecer de antemano medios de comunicación donde podrían entrar estos productos aquí concebidos para ser difundidos. A continuación, el detalle de las opciones en las que se planea emitir estos productos:

Tabla 6.

Tentativa de Medios para la difusión.

PRODUCTO	MEDIO
Producto Prensa Escrita	<ul style="list-style-type: none"> • Suplemento incluido en la Revista Q del Municipio de Quito. • Distribución en universidades mediante acuerdos con las autoridades.
Producto Televisivo	<ul style="list-style-type: none"> • Ecuador TV. • Hoy TV. • TeleSucesos.
Producto Radial	<ul style="list-style-type: none"> • Radio Casa de la Cultura. • Radio Colón.
Producto Web	<ul style="list-style-type: none"> • Portal con dominio. • Link directo desde las páginas de instituciones públicas y páginas relacionadas a Diabluma.

6.5 Características y Contenidos de los Productos

A continuación, se detallan los contenidos y características de los cuatro productos, junto a lo que cada uno pretende abarcar y las razones por las que fueron concebidos así.

6.6 Producto de Prensa Escrita

Esta revista buscó poner en evidencia desde la voz de los jóvenes y de los expertos las realidades sobre la relación entre política y juventud, resaltando la importancia de tomar el espacio público y de convertirse en agentes de cambio dentro de la sociedad quiteña. Alrededor de estas relaciones se hacen construcciones y reconstrucciones sobre el pensamiento, la actitud y la acción de la juventud desde la lógica adulta. Sin embargo, estas iniciativas son una forma que tiene la juventud para expresar su necesidad de espacios de actoría que les sean propios.

Sus maneras de vivir las relaciones interpersonales, sus representaciones estéticas, sus condiciones sociales, económicas, étnicas e incluso su género son formas de participación política válidas que la juventud acoge para cubrir su necesidad de ser parte de su sociedad y promover cambios. Sin embargo, con la revista se buscó relacionar al colectivo de la juventud con la actoría social dentro del espacio público a modo representativo.

- **Propuesta de la Revista: SOLFEO**
 - **Tema:** Revista especializada en jóvenes y política
 - **Nombre:** Solfeo
 - **Propuesta:** Realización de una revista especializada en la relación entre jóvenes y política, la cual llevará el nombre de SOLFEO, destinada a un público juvenil interesado en el ámbito de la cultura urbana y la política.
 - Esta revista buscará profundizar en temas que relacionan a la política y a la juventud, empezando por definir qué es espacio público y qué formas innovadoras de presencia dentro del mismo existen para los jóvenes (centrado en el caso Diabluma). Se eligió este tema para empezar la revista en busca de establecer la importancia de que los jóvenes fomenten su acercamiento a lo político y su actoría social.

- **Objetivos:**
- **General:** Producir una revista especializada en juventud y política, de diseño atractivo y contenidos que dirijan al lector hacia la reflexión sobre la existencia de acciones políticas juveniles en Quito.
- **Específicos**
 - Dar voz a los jóvenes y especialistas sobre el tema en cuestión.
 - Recopilar visiones sobre la relación entre jóvenes y política.
 - Abrir un espacio de discusión sobre cómo se relaciona la juventud con la política.
 - Mantener una línea editorial clara que promueva el debate respetuoso.
- **Marco Conceptual**

Como medio de comunicación, la importancia de las revistas radica en que se trata de un medio especializado para abordar temas específicos. Hecho que permite profundizar y analizar fenómenos presentes en el campo de la cultura urbana en la ciudad, mediante una revista.

Tomando esto en cuenta, resulta importante analizar el mercado de revistas que existen en Quito para así cubrir las necesidades de la audiencia. En el Ecuador no existe una revista especializada en política y direccionada a la juventud que sea producida en la ciudad.

En cuanto a las revistas de producción internacional, la mayoría se encuentra en manos de sociedades limitadas. Esta propuesta, al ser libre de lucro, no debe responder a los intereses de la industria sino a la expansión sobre la relación entre jóvenes y política como parte innegable del espacio público, empezando por la relación de la música como herramienta política y la juventud, por lo que funciona como conocimiento cultural y social necesario.

Esta relación ayuda a comprender una nueva perspectiva de la realidad que viven los jóvenes quiteños, desde la cual y en donde actúan, interactúan y viven.

Es importante señalar que se empezó la revista con este tema debido a que la organización estudiada a lo largo de la tesis (Diabluma) tiene estrategias diferentes a las que ofrecen otros grupos de movimientos sociales, aparte de que se enfocan a la población juvenil de entre 17 y 29 años.

Este producto busca principalmente combinar el papel de la política en su relación con la juventud, la música como herramienta política y las herramientas distintas que usa Diabluma para producir acción política comprometida en la juventud.

También a través de esta revista se pretende proporcionar un espacio en la sociedad para la juventud. Es un tema que involucra a toda la sociedad, puesto que a partir de comprender cómo viven y piensan los jóvenes, se puede también construir una realidad más plural sobre los devenires sociales y sus problemáticas.

Esta es la oportunidad para tratar un tema de interés social, puesto que se encuentra incluido en lo que somos y hacemos día a día, así como en la construcción de la sociedad en la que vivimos.

○ **Manejo de Información y Contexto**

Existen tres maneras de manejar el eje de esta revista: la actualización de noticias, la inclusión de información general y el análisis especializado sobre este como fenómeno social. Es este último el de principal importancia; no se debe olvidar que al hablar de análisis también se abre la posibilidad de complementar.

Si bien es cierto que por norma general el público de una revista tiende a ser heterogéneo, también es cierto que cada revista tiene su propio enfoque específico (es decir, apunta hacia una mayoría). En este caso, la revista apunta al público joven. Proyectamos una revista con tendencia no comercial, sino comprometida con el campo cultural y social. El estilo solemne, bien organizado, con fotografías subjetivas reforzará la llegada a un público objetivo, reflexivo, interesado en la temática.

Esta revista responde a un vacío de mercado: la producción de revistas especializadas en temas de juventud política, que abran una puerta para la voz de los jóvenes pero que también permita comprender su cosmogonía y su estilo de vida.

- **Secciones:**

- La revista, además de la editorial, presentará 5 secciones, en las cuales se expondrán los principales géneros periodísticos (entrevista, análisis, reportaje, crónica, noticia).

- **Audiencia**

- Nuestra audiencia objetiva es el público joven, así como los especialistas en el área. Por ello manejará un lenguaje fresco, mucha crónica, tipografía juvenil y columnas ordenadas de separación natural. El tamaño de las fotografías variará hasta un tercio de página como máximo.

- **Alcance**

- Se proyecta una primera edición a modo de revista explicativa sobre las formas de relación entre política y juventud dentro de la urbe, las cuales están directamente relacionadas con participación, realidad juvenil y espacios políticos de acción social.

6.7 Producto Televisivo

Con este producto televisivo (reportaje) se buscó poner en escena cómo el espacio público se ve limitado por la discriminación de cualquier naturaleza, lo que ilegitima su naturaleza participativa, incluyendo cómo también Diabluma discrimina. Se incluyen varias voces especializadas y participativas, junto a una dinámica reflexiva.

Se conoce como espacio de participación a uno de los lugares existentes dentro de la esfera de lo público, los cuales son inclusivos y contienen a

agrupaciones o individuos relacionados con una idea, una lucha, un objetivo, una posición o una realidad común. Es el lugar donde se da la participación.

Los espacios de participación garantizan la pluralidad dentro de un sistema social y político, se convierten en representaciones de la existencia de los seres civiles, puesto que su capacidad de ser partícipes los dota también de existencia.

Este reportaje intenta transmitir cómo funciona la dinámica de la construcción de espacios de participación social juvenil actualmente dentro de la ciudad. La importancia de dicha forma de participación radica en que el Ecuador es un país eminentemente joven, por lo que el espacio público debe ofrecer espacios donde los y las jóvenes puedan formarse como líderes de su sociedad y a la vez impulsar su crecimiento personal.

Este producto se encuentra directamente relacionado con el capítulo IV, donde se plantea que los espacios de participación deben ser democráticos y autocríticos, relacionando lo público y lo privado a través de la diversidad de actores escenificando aquello que les es común. Esta participación es la que sienta las bases de la organización social y de las relaciones que dentro de ella conviven.

Al incrementar la capacidad social del individuo joven, se le da la oportunidad de modificar su entorno social y se aumentan las opciones para su desarrollo social. Por ello es indispensable comprender ciertas dinámicas de los espacios de participación juvenil.

Según lo analizado a lo largo de esta tesis, la situación de la juventud en relación con su participación política dentro de la ciudad es alarmante. Dicha participación es mínima, no se encuentra correctamente orientada y no cumple con su papel natural de agente de cambio ni dentro de la sociedad ni entre la juventud. Los y las jóvenes se enfrentan a sí mismos, a la herencia de una cultura social excluyente que desconoce su forma de ser y pensar, no escucha su voz y desvaloriza su potencialidad ciudadana.

Para cambiar este escenario se requiere, además del análisis presentado en este trabajo con respecto al trabajo de Diabluma, poner en la plataforma pública los condicionantes que permiten que esta realidad tenga lugar. Solo haciéndolo se puede aspirar a un cambio positivo para con la realidad del papel social y político natural de la juventud.

- **Propuesta del Reportaje: PARTICIPANTES**

- **Justificación:**

Dentro de este escenario de conflicto y lucha constante, los jóvenes representan no solo la posibilidad de una fuerza de cambio, sino que además se convierten en un público representante del país, puesto que de cada tres ecuatorianos, uno es joven de acuerdo con las estadísticas del Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE).

La condición de los jóvenes, como seres diversos, debe unificarse dentro del marco de la actoría social en cuanto a su relación con el resto de sistemas de la sociedad, los cuales a su vez bloquean muchas de las capacidades y limitan la legitimación de su papel social.

Según cita el estudio de SIJOVEN, “los jóvenes han heredado un país en crisis; han heredado la democracia, una democracia de pocos derechos y ningún deber a la que no están llamados a decidir en ella, pero sí a sostenerla”. La juventud es mirada como un agente social emergente, pero tienen también un papel de traspaso de la ciudadanía civil a la ciudadanía política, condición que asegura sus derechos a participar en el espacio público (Reguillo, 1997, pág. 89)

Para que exista una verdadera participación se requiere de un espacio dotado de ciertas capacidades: transformar, reflexionar, implicar, articular, conocer, construir, aprender, comunicar, habilitar y exigir. Es a través de la participación que el y la joven accede a su propia ciudadanía.

Este estado le permite “sentirse integrado física y simbólicamente en su sociedad como un sistema relacional, no solo en lo funcional y en lo

económico, sin legalmente. Se es ciudadano si los otros te ven y te reconocen como ciudadano” (Borja, 2003, pág. 28)

Al ser Diabluma una de las escasas, si no la única, organizaciones de participación social definida para y por los jóvenes, resulta importante estudiar su comportamiento como espacio de participación para establecer si Diabluma puede ser un ejemplo que fomente la creación de otras organizaciones sociales participativas juveniles.

Diabluma es un colectivo juvenil fundado hace 10 años como propuesta ante “la desesperación de no tener un espacio de representación para los jóvenes, ni una propuesta clara que permita un cambio en la manera cómo se maneja la sociedad”, según declara Felipe Ogaz (2010), actual portavoz y cofundador del colectivo.

Diabluma, autodefinida como Organización Político Cultural de Extrema Izquierda, pretende cubrir una necesidad juvenil específica: la creación de espacios donde sean los jóvenes quienes piensen y actúen al respecto de su presente, construyendo así también su futuro.

Luego de más de 10 años de trabajo como organización, Diabluma se proyecta como una opción para dotar a la voz de los jóvenes de un espacio con peso dentro del contexto social al que pertenecen. Diabluma es la oportunidad para que los jóvenes ingresen a un grupo organizado donde se sigue una línea política, desde la cual se ofrecen plantear soluciones que transformen las problemáticas que estos jóvenes viven a diario.

La condición fundamental que garantiza un espacio de participación social incluyente para los jóvenes es el reconocimiento de su diversidad, pero en la práctica esta condición se ve amenazada por la discriminación ¿Cómo se pone en escena este fenómeno al momento de hablar de espacios de participación para los jóvenes? ¿Cómo se maneja la dinámica entre Diabluma como espacio de participación y la discriminación de quienes en él actúan?

- **Sinopsis:**

Los últimos dos años Diabluma pasó de ser una organización con poca presencia mediática a ser un fenómeno en el país. Si antes algunos los reconocían por ser organizadores del festival musical Quito Raymi o por las marchas antitaurinas cada diciembre afuera de la Plaza de Toros en Quito, Diabluma ahora es un nombre que suena entre los jóvenes y en la sociedad ecuatoriana por múltiples razones, todas ellas relacionadas con sus acciones extremistas a favor de su política de izquierda: la intervención durante la última elección de Reina de Quito nos da una idea sobre cómo y por qué Diabluma empieza a tener poder dentro del espacio público del país.

Diabluma se reconoce como una organización que apoya y respalda al actual presidente de la República, por lo que su presencia durante las movilizaciones de soporte al actual gobierno no es una sorpresa ¿Son un espacio de participación? ¿Quiénes participan en ella? ¿Qué lugar ocupa entre ellos la mayoritaria cantidad de jóvenes que conforman el país?

Comprender la naturaleza y la importancia de los espacios de participación para los jóvenes nos guiará a entender también por qué la discriminación es una amenaza que actúa contra la constitución y los derechos de los ciudadanos, especialmente contra los derechos juveniles.

- **Enfoque:**

El enfoque de este reportaje es social. Busca comprender la importancia de los espacios públicos para los jóvenes, las miradas que caen sobre ellos y la naturaleza de Diabluma como un espacio de participación. Todas estas voces intentarán llegar a una conclusión sobre si Diabluma es inclusiva y puede ser tomado como un modelo para las organizaciones dedicadas a la participación juvenil.

- **Género:**

Este proyecto se desarrollará como un reportaje, donde se incluyan voces que se aproximen a definir si la juventud tiene una participación social activa y si el proceder de Diabluma es una oportunidad para abrir espacios de participación juvenil.

- **Tiempo:** La duración del reportaje oscilará entre 8 y 10 minutos.
- **Requerimientos técnicos:**
 - Cámaras (planos abiertos / planos detallados)
 - Casetes DVC
 - 1 Grabadora de voz
 - 1 Blog de Notas
 - Utilería para las ambientaciones (vestimenta, maquillaje, escenografía, joyería)
 - Trípodes
 - 1 Set de Luces portátiles
 - Varios paquetes de pilas extras
 - Cortapicos
 - Cargadores de Cámaras
 - 1 Laptop (con programa de edición de video: Adobe Premiere o Final Cut)
 - 1 Micrófono
 - 1 corbatero

Tabla 7.

Requerimiento Humano

Equipo de Producción	Productor	Guionista	Auxiliares (2)	Investigador
Equipo de Dirección	Director	Auxiliares (2)		
Dirección de Sonido	Director de Sonido	Director Musical		
Dirección Artística	Director Artístico	Escenógrafo	Auxiliar artístico	
Equipo Artístico	Actores	Entrevistados	Periodista	
Equipo de Post-Producción	Editor	Auxiliar de edición		

Tabla 8.

Plan de Rodaje

Actividad	Tiempo															
	Diciembre				Enero				Febrero				Marzo			
Mes	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Semana #	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Determinación del tema	X															
Investigación previa		X	X	X												
Selección de la información					X	X										
Redacción del pre-guión							X									
Redacción del libro de producción								X	X							
Reunión con el equipo										X						
Pre-grabación											X					
Grabación											X					
Revisión del material												X	X			
Edición												X	X	X		
Revisión final														X	X	
Edición final															X	
Entrega final																X

Tabla 9.

Pre-guión

DESCRIPCIÓN DE IMAGEN	MÚSICA / EFECTOS DE SONIDO	FUENTE
PANTALLA NEGRA Declaración Constitución 2008	Música de inicio Narrado	
Montaje Fotos	Qué es participación y jóvenes	
Toma psicólogo: participación activa (por qué los jóvenes necesitan un espacio de participación)	Jóvenes y participación	
Tomas archivo	Narración: Espacios de participación social	
Tomas archivo	Espacios de participación y discriminación	
Declaraciones Diabluma y discriminación		Empedernido Sebastián Jouve
Declaraciones qué es discriminación		
Pantalla negra con texto	Narración Constitución 2008	
Declaraciones cómo viven la discriminación		
Declaraciones por qué hay discriminación		
Montaje fotografías	Discriminación y espacios de participación: entender al otro.	

Anexos: Material en Video Archivo Diabluma

Intervención en Reina de Quito 2011:

<http://www.youtube.com/watch?v=W4gc5MAjbd0&list=UUtNcm7MHsTENpoKR8CafdMg&index=5&feature=plcp>

Manifestaciones Guayaquil:

<http://www.youtube.com/watch?v=2j7jS7MSK0s>

Manifestaciones juveniles:

<http://www.youtube.com/watch?v=RrzgWscNvFg>

Marcha por la diversidad:

http://www.youtube.com/watch?v=4GRBpbBrl_8

Marcha juvenil contra los toros:

http://www.youtube.com/watch?v=WsJI_PCPkUA

6.8 Producto Radial

Este producto busca poner en la plataforma la actuación de Diabluma como organización promotora de espacios de participación juvenil, enfocándose en cómo utiliza los espacios de difusión musical para darles un trasfondo político. La utilización de la música como vía para llegar y atraer a la juventud a participar política y socialmente dentro de su sociedad es un camino que da resultados dentro de este segmento de la población quiteña y debe ser reproducido.

Este producto se encuentra directamente relacionado con el Capítulo V de la investigación, donde se detalla el análisis de la Organización Diabluma y su trabajo con la juventud. Según se plantea dentro del mismo, la Organización da gran importancia a los festivales musicales como una forma de protesta y afianzamiento del papel protagónico político y social de la juventud.

Adicionalmente, se incluye el análisis de los 12 años de trabajo de la Organización, resaltando lo positivo y lo negativo del mismo.

- **Propuesta de Radio Revista: ENTREN LOS QUE QUIERAN**

- **Guión:**

(ENTRADA)

Bienvenidos sean todos nuestro radio escuchas a este su programa (NOMBRE). Recuerden que pueden comunicarse con nosotros al / o al

(TELEFONOS). Hoy nos vamos con un tema que encierra dentro la clave del eterno enfrentamiento entre adultos y jóvenes: la participación.

Los adultos, que en realidad son ex jóvenes, y los nuevos jóvenes protagonizan una lucha constante sobre quién debe tomar decisiones en políticas públicas y sociales. Al parecer, nunca se ponen de acuerdo. Como respuesta a este conflicto surge la organización Diabluma, en respuesta a la falta de una representación juvenil que participe activamente dentro del Estado.

Antes de descubrir quiénes son y qué hacen, vamos a descifrar de dónde toman su nombre.

(ENTRA PREGRABADO)

El aire tiene un olor especial. Una mezcla de palo santo, puntas y pelo de animales andinos llena el aire. Danzantes vestidos con camisas de distintos colores, chalecos de cuero, zamarros hechos con piel de chivo y alpargatas bailan zapateando el suelo, levantando el polvo. Pasan por las calles de la comunidad de Ilumán, ubicada en la parroquia de San Juan, cantón Otavalo, provincia de Imbabura. Junto a ellos, Aricuchos y Diablo Humas también danzan. Es la celebración de San Juan, mejor conocida como el Inti Raymi. Se festeja el 24 de junio y su conmemoración es un claro ejemplo de la fusión cultural del país: mantiene el significado cristiano de conmemorar el cuerpo de Cristo y la alabanza a San Juan – santo católico – pero también representa la fiesta del sol heredada del Tahuantinsuyo, representando el fin del verano y el agradecimiento por las cosechas obtenidas.

Durante la fiesta, los Aricuchos se colocan en las esquinas, formando ruedas y bailan. Los Diablo Huma – que significa cabeza de diablo - van junto al desfile de danzantes. Llevan máscaras de doble faz, llenas de colores y decoradas con dibujos. La máscara los cubre hasta la mitad del pecho. Tiene dos agujeros para los ojos, orejas de trapo en forma de asa y una nariz también de trapo. En la parte superior lleva tres hileras de cuatro cuernos de trapo. Utilizan zamarros, camisas de color e instrumentos de viento como flautas y rondadores.

Deben cuidar a los danzantes y animar la fiesta: dan latigazos en el piso mientras sus silbidos resuenan, empujan a los curiosos contra la multitud a su alrededor y levantan los faldones de los despistados. Sin embargo, la importancia de ser un Diablo Huma radica en que el escogido pasa a ser considerado guía y consejero de su comunidad hasta el año entrante.

Desde el 2000, los Diablo Huma dejaron de ser referencia exclusiva de la fiesta del Inti Raymi, cuando Felipe Ogaz (2010) bautizó así al colectivo juvenil que fundó junto a otros dos colaboradores. Diabluma, porque su propuesta busca guiar a los jóvenes hacia una estructura de participación social organizada.

Iniciada hace 12 años, DiablUma es una organización que se define como de izquierda radical y se presenta como una propuesta para la creación de espacios juveniles de participación social y política.

Durante el último año, su presencia en los medios de comunicación masiva creció. Algunos opinan que es por su evidente lineamiento con las políticas del gobierno, otros dicen que es por su interrupciones escandalosas, como la que protagonizaron durante la elección de Reina de Quito 2011, donde irrumpieron el escenario con carteles anti taurinos.

Para determinar cuál es el papel de esta organización actualmente con respecto a los jóvenes, primero necesitamos saber quiénes son, qué buscan y por qué se originaron. Al respecto nos cuenta Felipe Ogaz, portavoz oficial de la organización.

(FELIPE OGAZ QUIENES SON COMO SE ORIGINARON)

(FELIPE OGAZ PARAESTATALES)

Cuando empezó este proyecto, empezó también una nueva forma de vincular a la política y a la juventud: a través de la música y un reconocimiento de los valores acumulados en la cultura indígena.

(CORA CADENA: CÓMO SE UNIÓ, PROYECTO DE ROCK POLÍTICO)

Poco a poco, la organización entró en contacto con otras organizaciones y partidos con quienes empezaron a poner en marcha el proyecto de izquierda

revolucionario que buscaban. Jorge Cueva, miembro de Diabluma, explica cómo trabajan actualmente.

(JORGE CUEVA: CASA Y OTRAS ORGANIZACIONES)

Si bien al principio se encontraban fuertemente aliados con el partido indígena Pachacutik, con el tiempo la separación entre ambos proyectos políticos trajo resultados positivos para Diabluma. Esta separación se dio cuando los intereses de ambas organizaciones iban por caminos distintos.

(FELIPE OGAZ: RAZONES DE LA SEPARACIÓN)

(CORA CADENA: SEPARACIÓN DE PACHACUTIK)

La forma de organización y trabajo de Diabluma cambió luego de esta ruptura. No solo crecieron sino que además se enfocaron en nuevas luchas dentro del espacio público e ideológico de la sociedad.

Enseguida regresamos con ustedes para descubrir más sobre esta Diabluma, cómo se relacionan entre sus integrantes, qué buscan, que logros han tenido estas y más dudas las aclararemos después del corte. Nos vamos con una canción que nos solicitaron, se viene Hugo Idrovo con Venenoso Batracio, estamos de vuelta enseguida.

(CORTE CANCIÓN)

Estamos de vuelta y seguimos hablando sobre Diabluma. No olviden enviarnos sus preguntas o comentarios a nuestra dirección electrónica (DIRECCIÓN) o a los números (TELÉFONOS) Ana María Morales nos escribe y quiere saber ¿Cómo conforma Diabluma la participación de sus integrantes? Jorge Cueva nos contará más al respecto mi querida Ana María.

(JORGE CUEVA: INTEGRANTES Y ASAMBLEAS)

Una organización interna distinta que responda a una democracia social y participativa y no a una representación es parte de la propuesta de Diabluma. En sus 12 años de trabajo, tienen varios logros dentro del escenario administrativo, entre los que cuentan la pelea por la toma de calles como lugar público de encuentro, la inclusión de propuestas dentro de la Constitución Nacional 2008, la creación de células a nivel provincial y el establecimiento organizativo vertical dentro de su organización según la cuota de participación

(CORA CADENA ORGANIZACIÓN VERTICAL)

(JORGE CUEVA PARTICIPACIÓN INTERNA)

(FELIPE OGAZ NO CANDIDATOS)

(CORA CADENA ORGANIZACIÓN PROVINCIAS)

El constante contacto con las instituciones, debido a la naturaleza de su trabajo, se cierne sobre Diabluma como una constante amenaza contra su forma de participación ¿cómo lo evitan?

(CORA CADENA CONTAMINACIÓN INSTITUCIONAL)

(FELIPE OGAZ FINANCIAMIENTO ESTATAL)

¿Cuáles son los alcances y planes de Diabluma?

(FELIPE OGAZ ALCANCES)

(FELIPE OGAZ PROPUESTAS Y POR HACER)

(CORA CADENA TRABAJO ACTUAL)

Diabluma, como toda organización presenta debilidades y fortalezas ¿Cuáles son estas de acuerdo con los propios integrantes de la organización?

(CORA CADENA FORTALEZAS)

(CORA CADENA DEBILIDADES)

Enseguida regresamos para descubrir otro de los puntos de conflicto de Diabluma como organización representativa: su relación con el actual gobierno. No se desconecten, nos vamos con música en enseguida estamos de vuelta

(CORTA CANCIÓN: JAIME GUEVARA)

Felipe Ogaz sostiene que Diabluma esta en contra del sistema estatal, no del gobierno, pero tampoco el gobierno recibe su apoyo incondicional, dado que existen intereses en juego.

(FELIPE OGAZ INTERESES)

(FELIPE OGAZ DE ACUERDO)

(FELIPE OGAZ DESACUERDO)

El aporte más importante de esta organización radica en construir espacios de participación y conciencia política. Este es el caso del Quito Raymi, hoy llamado Raymi, concierto que se realiza a nivel nacional en varias provincias reuniendo lo mejor de la música en escena con causa políticas.

(JORGE CUEVA ORIGEN DEL RAYMI)

(CORA CADENA ESPACIO DEL RAYMI COMO LUGAR POLÍTICO)

(FELIPE OGAZ LA LUCHA CONTINUA)

Si bien Diabluma es una opción innovadora para la construcción de espacios públicos, su lineamiento político extremo deja de lado a agrupaciones políticas con ganas de participar por falta de empatía. Se debe rescatar que el trabajo de la organización va posicionando a la juventud dentro del espacio público, pero se debe recordar que Diabluma es una oportunidad para reivindicar a los jóvenes como agentes influyentes dentro de su sociedad, como herramientas de transformación. Sin embargo, y a menos que se rectifiquen ciertos parámetros analizados anteriormente, la organización corre el riesgo de convertirse en lo que critica: un discurso dominante que permea la identidad de los oprimidos, utilizando las mismas estrategias de poder que hoy rechaza para imponer criterios y no para negociar diferencias.

Esto fue todo por hoy en este tu espacio. Recuerda escribirnos al (MAIL) o llamarnos a los números (TELEFONOS) para hacernos llegar tus sugerencias y preguntas. Tú construyes este espacio no lo olvides. Los dejamos con buena música esto fue todo por hoy los esperamos en día de mañana de nuevo a la misma hora por la misma estación. Soy Aurelia Romero y Cordero y me despido desde aquí, suerte en todo y nos encontraremos de nuevo mañana no olvides sintonizarnos.

(CORTE MUSICAL SAL Y MILETO) (CIERRE)

6.9 Producto Web

Mediante su creación se procura poner sobre la plataforma los puntos más relevantes del estudio de caso presentado en esta tesis, para fomentar las iniciativas positivas de Diabluma y evidenciar sus fallas, no desde una lógica de juzgamiento, sino desde una visión preventiva, comprensiva e inclusiva.

Debido a que es a través de los medios masivos de comunicación que se construye la concepción, realidad y formas de manejo de los fenómenos y condicionantes sociales, es necesario poner en una plataforma de acceso información sobre esta Organización y su trabajo, junto con el análisis realizado en el presente trabajo.

- **Propuesta página web: Página Web El Diablo**
- **Tema:** Social (Juvenil)
- **Nombre:** El Diablo: Estudio de Caso sobre Diabluma
- **Tipografía:**
- **Logotipo:** Se utilizará una tipografía **Chicken Butt / Branching Mouse Becker / Timotheos** para el nombre del blog y su slogan, generados como imagen.
- **Contenidos:** Para los contenidos, titulares y menú, se utilizarán fuentes de la familia tipo **Arial**, con variedad de tamaños. Los destacados se manejarán con esta misma fuente en cursiva.
- **Marco Conceptual:** Se trata de un blog que busca poner en evidencia el trabajo y el impacto de la Organización Diabluma y su accionar. Lo que pretende el blog es exponer las vivencias y proyectos de la Organización, sus alcances y un análisis sobre la efectividad de los mismos. Incluirá contextos, datos y análisis que permitan comprender el por qué de Diabluma, de sus estrategias y herramientas de acción y su relación con la juventud quiteña.

La línea editorial comprende los espacios de participación social y política juveniles como fenómeno social. No se trata de criticar la labor de nadie. Se trata de contextualizar los esfuerzos de Diabluma y medir su efectividad, así como proponer mejoras a su modelo que hagan más efectivo su alcance para con la juventud de la ciudad.

- **Objetivos:**
 - **General:** Crear un espacio para la exposición y análisis del trabajo de Diabluma como generador de espacios de participación para la juventud.
 - **Específicos:**
 - Analizar la participación de Diabluma dentro de espacio público y su impacto.
 - Exponer la relación de Diabluma con el conjunto de la juventud quiteña.
 - Determinar el impacto de las estrategias de Diabluma para cohesionar y agrupar jóvenes en causas políticas.
 - Determinar si Diabluma genera de forma realista y efectiva espacios de participación para los y las jóvenes.

○ **Audiencia:**

La primera pregunta que surge es, ¿cómo se relaciona Diabluma con la juventud de la ciudad?

En la actualidad, el trabajo de Diabluma busca crear un espacio para que la juventud se convierta en una fuerza de cambio social. ¿Cómo se acercan a ellos? ¿Cómo se maneja la Organización dentro del espacio público? ¿Son sus acciones efectivas e identifican a los jóvenes? ¿Se sienten los jóvenes parte de Diabluma y ven en ellos representatividad?

Ante estas preguntas, surge la necesidad de un medio que hable del accionar de Diabluma y que además exponga diversos puntos de vista al respecto de su trabajo y de su alcance. Solo mediante esta herramienta se pueden comprender la historia de la Organización, sus objetivos y su verdadero alcance dentro del escenario juvenil.

Se necesita abrir un espacio que contextualice y que plantee un estudio sobre esta Organización que, en los últimos años, suena y se empieza a conocer como agente político y social.

Si bien el público en general tendrá acceso a este blog, hablamos de una población primaria específica a la que distribuirlo: los jóvenes. ¿Por qué esta población? Porque a esta población le interesa la información que el blog plantea presentar, debido a que les da una herramienta que los informe y que plantee valoraciones sobre la Organización.

El análisis es una manera de efectivizar su labor: saben lo que sucede, reciben una perspectiva sobre por qué pasa e incluso crear una interacción entre los usuarios que deleve posiciones, ideas e incluso posibles soluciones.

○ **Esquema de navegación:**

- Multitextualidad: Reflejada en los contenidos multimedia, como videos, galerías de fotos y audios.
- Interactividad: Marcada por la creación de foros, espacios de contacto y opinión para el usuario.

- Hipertextualidad: Solventada por la existencia de links a la información: del titular a la nota y dentro de la nota hacia definiciones de términos e información anterior de complemento.
- **Contenidos:** Se manejará un tema en cada sección, del cual devendrá tanto la voz oficial de Diabluma como las voces de expertos y de jóvenes analizando la labor de la Organización en cada faceta planteada.
- **Requerimientos funcionales:**
 - Hosting: Se requiere un servidor, que será determinado al finalizar la programación para subir el periódico a la red.
 - Dominio: estático en la mayoría de páginas, y dinámico en algunas que contengan animaciones o multimedia.
 - Páginas Interactivas: Se planifica la creación de una página de contactos, secciones de comentarios en cada publicación, Una sección de foro sobre los temas donde plantear soluciones, entrevistas con expertos que expliquen causas y consecuencias de cada fenómeno, entrevistas humanas con quienes cuentan sus historias de vida y una galería multimedia de recursos.
- **Alcance:**
 - Actualización de Contenidos: Debido a los recursos contables y al tratamiento que se propone del tema, se planifica un cambio de tema cada semana. Sin embargo, la idea es que el blog se nutra lo más posible con la interacción de los usuarios.
 - Audiencia: Ser leídos por jóvenes y desde jóvenes para darles voz y abrir un espacio donde se sientan libres de expresarse.
- **Secciones:**

Habrán tres secciones: En la primera se explicará quiénes son y qué hacen Diabluma, en la segunda se analizará su presencia e imagen dentro del espacio público y en la tercera se expondrá su relación con la

juventud y la efectividad de sus procesos para atraer y comprometer a este segmento de la población con causas sociales y políticas.

○ **Ficha Técnica:**

Página web en Flash 8 que se montará en una HTML con Dreamweaver. Se creará un código básico, una web simple que llamará a una película flash. La película Flash fue programada con código Java. La película Flash es una especie de home o teatro, en donde se cargarán las distintas secciones, así se evitará cargar cada vez todo el contenido y llamará solo al contenido que se requiera. El video y el sonido se incluirán con Flash, en formatos MOV y MP3. Ambos estarán incluidos dentro de la película (aunque idealmente para el sitio web real es mejor tenerlos por separado, para no generar archivos muy pesados).

Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones

7.1. Conclusiones

- La organización Diabluma canaliza proyectos determinados, en los que puede pasar mucho tiempo involucrado, pero a pesar de este seguimiento que existe no hay un verdadero cambio para la situación de los jóvenes, puesto que estos proyectos no nacen ni responden a las necesidades políticas y sociales urgentes de los jóvenes.
- Las inserciones que ha logrado Diabluma con sus propuestas dentro de proyectos de ley y dentro de la escena del espacio público no son representativas para con la juventud de la ciudad, y tampoco modifican las condiciones de vida de este segmento. No se trata de una verdadera propuesta para la participación juvenil, sino una propuesta para pertenecer a una organización cuya naturaleza fluctúa entre lo político, lo social y lo cultural sin planteamientos de impacto de intención clara y colectiva.
- La organización Diabluma construye espacios de participación juvenil con accionar político orientados hacia jóvenes cuya tendencia ideológica es compatible con los propios principios políticos de la organización, desestimando el aporte que puede ofrecer a su trabajo el porcentaje de la juventud que no comparte estos principios pero que tiene propuestas de transformación social.
- Diabluma busca aprovechar los espacios compartidos por naturaleza entre los jóvenes – los espacios de la música, el inconformismo y la rebeldía propias de esta etapa – como plataformas en las que exponer la importancia de que la juventud se responsabilice de su papel como agente transformador de su propia sociedad se ve relegada ante la búsqueda de captar colaboradores para los proyectos en los que esta organización trabaja, de los cuales ninguno se encarga profundamente de subsanar la problemática juvenil.
- El rescate de la herencia ancestral propia de los pueblos aborígenes (indígenas) nacionales es importante para definir la identidad al considerarla

como parte de nuestro mestizaje tanto como a nuestra herencia española, pero si esta se convierte en un símbolo de división y no de unión, no pasa de ser una herramienta de limitación para el crecimiento de los jóvenes como actores políticos, deslegitimación de quién no está de acuerdo y separación dentro de un mundo juvenil ya convulsionado y dividido.

- Diabluma es visto por la mayoría ya sea como una organización sin injerencia ni poder de cambio o como un fenómeno pasajero, una fuerza de choque de corte gubernamental o un grupo de inconformistas sin mayor impacto. A pesar de su intervención dentro de políticas públicas, la falta de consolidación y de direccionamiento hacia mejorar las condiciones de vida de la juventud de sus propuestas no los dotan de un lugar legítimo dentro del imaginario de los y las jóvenes.
- Diabluma podría ser una oportunidad para la creación efectiva de espacios de participación política y social juvenil debido a su propuesta de participación dentro de una organización vertical no convencional (niegan formalismos, utilizan los espacios de expresión musical como oportunidad de expresión política, proponen la necesidad de un cambio nacido desde los jóvenes para cambiar su realidad), sin embargo estos esfuerzos se diluyen debido a que la Organización utiliza estrategias de acción exclusivistas, las cuales están destinadas a un cierto sector de la juventud y no al conjunto diverso que en realidad representa. Por ende, no logran generar verdaderos espacios de participación juvenil plurales, heterogéneos, con propuestas diversas y seriedad de accionamiento.
- Diabluma se configura a sí misma como una Organización representativa de la juventud con 10 000 seguidores. Sin embargo, las encuestas demostraron que apenas el 20% de los 460 jóvenes encuestados conocen de su existencia. Tampoco cuenta Diabluma con un registro de impacto sobre su número de seguidores.
- Diabluma fomenta la pseudoparticipación, dado que sus propios lineamientos son excluyentes y exclusivos. Es un espacio de participación para un segmento determinado de la población juvenil: jóvenes que se identifican bajo la bandera de lo alternativo, de lo diferente, de lo que reniega de nuestra herencia mestiza (porque reniega de la parte española

de la misma sobrevalorando la parte indígena), ambientalistas, inconformes. Jóvenes que asisten a protestas pero cuyo impacto no llega lejos. Una propuesta desde jóvenes (que ya no son jóvenes luego de 12 años de vida de la organización) que buscan crear espacios de existencia política y social para los jóvenes pero que con sus propuestas, incentivan la división de este segmento y multiplican los estereotipos ya existentes sobre los mismos.

7.2. Recomendaciones

- La propuesta de Diabluma es válida como un punto de partida hacia la construcción de espacios de participación juvenil verdaderamente representativos y dinámicos. Los doce años de trabajo de Diabluma son innegables, al igual que los logros esporádicos que han conseguido, pero también se debe resaltar que de no ampliar sus estrategias en busca de aumentar su nivel de inclusión a la par de su crecimiento, esta propuesta pierde su esencia transformadora por falta de nuevos horizontes y pierde también la oportunidad de volverse verdaderamente representativa y activa dentro del imaginario juvenil.
- La práctica de una democracia popular en lugar de una democracia participativa es una propuesta de Diabluma que debe ser más difundida, puesto que ofrece la posibilidad de acrecentar la cuota de participación y el compromiso de los individuos sociales, quienes así asumen de forma más activa su rol de agentes sociales.
- Es necesaria la difusión del trabajo y la ideología que mantiene Diabluma, como estrategia para generar nuevas confrontaciones ideológicas dentro del espacio público que a su vez produzcan el surgimiento de nuevas propuestas transformadoras y que, probablemente, logran incrementar el interés y el compromiso de los jóvenes con su papel como agentes de cambio social. A la vez, también es esta dinámica la que puede transformar la realidad de los espacios de participación juvenil para mejorar sus condiciones y dotarlos de fuerza participativa y representatividad real.
- La toma del espacio musical como herramienta de lucha política, abarcando cuestiones sociales de profundidad inmersas en la práctica cultural y social, es una estrategia efectiva para capturar la atención de los jóvenes y acercarlos a su papel como agentes con poder político, por lo que se recomienda sea reproducida.

Referencias

- Alpizar, L., & Bernal, M. (2003). La Construcción Social de las Juventudes. *Última Década*, 105-123.
- Araguren, L. (2005). La participación ciudadana: Posibilidades y retos. *Aposta: Revista de Ciencias Sociales*, 35-42.
- Arendt, H. (2009). *La Condición Humana*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Paidós.
- Arias Orozco, E. (2002). La juventud en el reencuentro de lo público. *JOVENes*, 6-10.
- Arturo, J. (1998). *El espacio vivido: Territoria y apropiación en el espacio público de Bogotá*. Bogotá, Colombia: Cuadernos de Estudios Urbanos.
- Austin, J. (1955). *Cómo se hacen cosas con palabras*. Madrid, España: Ed. Paidós.
- Baudrillard, J. (1978). *Cultura y Simulacro*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Kairós.
- Baudrillard, J. (1974). Requiem for the media. En G. Mazzaotta, *Por una crítica de la economía política de la señal*. Roma, Italia.
- Bauman, Z. (2005). *Amor Líquido*. Madrid, España: Ed. Fondo de Cultura Económica.
- Bazán Novoa, M. (2005). *Protagonismo social de la juventud*. Lima, Perú: Ed. IPEC.
- Bazán Novoa, M. (2005). *Protagonismo Social en la Juventud*. Lima, Perú: Ed. IPEC.
- Berman, M. (1993). *Todo lo sólido se desvanece: La experiencia de la modernidad*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Siglo XXI.
- Boladeras, M. (2001). *La opinión pública en Habermas*. Barcelona, España: Universidad de Barcelona.
- Boland, E. (1998). *Lista bibliográfica sobre literatura infantil y juvenil*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Novedades Educativas.
- Borja, J. (2003). *La ciudad conquistada*. Madrid, España: Ed. Alianza Editorial.
- Bourdieu, P. (1999). *La Distinción: Criterios sociales y bases del gusto*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Ariel.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. París, Francia: Liber Editions.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y Cultura*. México DF, México: Ed. Grijalbo.
- Brunner, J. J. (12 de Junio de 2006). *Educación Chile*. Recuperado el 23 de Junio de 2012, de <http://mt.educarchile.cl/mt/jjbrunner/archives/Brecha.pdf>

- Cabascango, F. (19 de noviembre de 2011). Organización Diabluma. (A. Romero y Cordero, Entrevistador)
- Cadena, C. (23 de noviembre de 2011). Proceso de Diabluma. (A. R. Cordero, Entrevistador)
- Carrión, F. (2008). *Espacio Público: Punto de partida para la alteridad*. Quito, Ecuador: FLACSO.
- Cerbino, M., & Rodríguez, A. (2005). Participación Juvenil. *Nómadas* , 111-115.
- Cerbino, M., Chiriboga, C., & Tutivén, C. (1999). *Culturas juveniles: Cuerpo, música, sociabilidad y género*. Guayaquil, Ecuador: Abya-Yala.
- Cevallos, F. (2003). *Políticas públicas locales de juventud*. Quito, Ecuador: FLACSO.
- Champagne, P. (1999). *La visión mediática*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Fondo de Cultura.
- Cortés, J. J. (2009). *Cultura y comunicación como praxis para el desarrollo*. Barcelona, España: Ed. Santillana.
- Cospito, N. (2002). *La juventud alemana de Guillermo II al III Reich*. Barcelona, España: Ed. Nueva República.
- Cueva, J. (16 de noviembre de 2011). Organización Diabluma. (A. R. Cordero, Entrevistador)
- Diabluma, C. (09 de diciembre de 2009). *Diabluma*. Recuperado el 25 de enero de 2012, de <http://diablada-diabluma.blogspot.com>
- Eley, G. (1990). *Nations, publics and political cultures: Placing Habermas in the 19th century*. Londres, Inglaterra: MIT Press.
- Espinosa, A. (2012). La edad de los sueños totales. *Revista Q* , 5.
- Feixa, C. (1999). *El Reloj de Arena*. Barcelona, España: Ed. Ariel.
- Foucault, M. (1991). *Espacios de Poder*. Madrid, España: Ed. La Piqueta.
- Fraser, N. (1999). *Iustitia interrupta: Reflexiones críticas desde la posición "postsocialista"*. Bogotá, Colombia: Siglo del Hombre.
- Funes, J. (2001). Ser joven hoy. *Gitanos: Pensamiento y Cultura* , 26-30.
- García, L. (2004). La televisión y los jóvenes: Aproximación estructural a la programación y los mensajes. *Ámbitos* , 115-129.

- Gimenez, G. (1997). *La Sociología de Pierre Bourdieu*. San Andrés Totoltepec, México: Instituto de Investigaciones Sociales UNAM.
- Girard, R. (1985). *Mentira romántica y verdad novelesca*. Barcelona, España: Ed. Anagrama.
- Goldberg, B. (2007). *Tengo un adolescente en casa, ¿qué hago?* Buenos Aires, Argentina: Ed. Lumen.
- González, T. (2010). Ciudad, ciudadanía y ciudadanos: Jóvenes en movimiento. *Revista Argentina de Estudios de Juventud*, 32-34.
- Grau, E., & Ibarra, P. (2000). *Anuario Movimientos Sociales: Una mirada sobre la red*. Madrid, España: Icaria Editorial.
- Habermas, J. (1985). *Factibilidad y validez*. Madrid, España: Ed. Taurus.
- Habermas, J. (1990). *Historia y Crítica de la Opinión Pública*. Barcelona, España: G. Gili.
- Habermas, J. (2010). *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid, España: Ed. Trotta.
- Held, D. (1997). *La democracia y el orden global: Del estado moderno al gobierno cosmopolita*. Ed. Paidós: Barcelona, España.
- Hormigos, J. (2010). *La construcción de la identidad juvenil a través de la música*. Madrid, España: Universidad Rey Juan Carlos.
- Kaase, M. (1992). *Los nuevos movimientos sociales*. Valencia, España: Icaro Editorial.
- Kapuscinski, R. (2008). *Los cínicos no sirven para este oficio*. Barcelona, España: Ed. Anagrama.
- Laclau, E. (1996). *Enmancipación y diferencia*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Ariel.
- Leroi, A. (1985). *Le geste et la parole 2: La mémoire et les rythmes*. París, Francia: Gditions.
- Lifton, R. (1993). *The Protean Self: Human resilience in an age of fragmentation*. Nueva York, Estados Unidos de Norte América: Ed. Basic Books.
- Martín Barbero, J. (2001). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona, España: Ed. Gili.
- McAdam, D., McCarthy, J., & Mayer, Z. (1999). *Comparative perspectives on social movements*. Madrid, España: Ed. Itsmo.
- Méndez Rubio, Á. (2003). *La apuesta invisible: Cultura, globalización y crítica social*. Valencia, España: Ed. Montesinos.

- Moisés, L. (2007). *Colección de tesis digitales. Universidad de las Américas Puebla*. Recuperado el 22 de marzo de 2012, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/linares_m_ma/
- Montaño, L. (2005). *Liderazgo, participación comunitaria y ciudadanía*. Popayán, Colombia: Asociación de Proyectos Comunitarios.
- Muñoz, B. (2005). *Cultura y Comunicación*. Madrid, España: Fundamentos.
- Naresh, M. (2004). *Investigación de Mercados*. México DF - México: Prentice Hall.
- Naval, C., & Charo, S. (2005). Jóvenes y medios de comunicación, frente a frente. *Revista de Estudios de la Juventud* , 6-7.
- Niño, E. (2008). *La brecha entre los jóvenes y los partidos políticos*. Bogotá, Colombia: Ed. Grupo Observa Universidad de Pamplona.
- Ogaz, F. (26 de noviembre de 2011). Organización Dabluma. (A. Romero y Cordero, Entrevistador)
- Osuna, S. (2008). *Publicidad y consumo*. Barcelona, España: Ed. Icaria Antrazyt.
- Pavez, L. (23 de Mayo de 2009). *Juventud Radical*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2011, de <http://www.juventudradical.cl/content/archive/2009/5>
- Reguillo, R. (1997). Estrategias del desencanto. *Revista Latinoamericana de Comunicación* , 23-28.
- Rifkin, J. (2000). *La era del acceso: La revolución de la nueva economía*. Barcelona, España: Ed. Paidós.
- Rivadeneira, R. (1997). *La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*. Bogotá, Colombia: Ed. Trillas.
- Rodríguez, E. (2005). *Organizaciones y Movimientos Juveniles en América del Sur: Estado de situación y bases para un programa de fortalecimiento institucional* . Montevideo, Argentina: Centro Latinoamericano sobre Juventud.
- Rodríguez, E., & Megías, I. (2007). *Jóvenes en los medios: La imagen mediática de la juventud desde su propia mirada*. Barcelona, España: Instituto de la Juventud de España.
- Rodríguez, J. (1999). *Participación juvenil y ciudadana*. Santiago de Chile, Chile: FLAJ.
- Román, P., & Ferri, J. (2008). *Los Movimientos Sociales: Conciencia y acción de una sociedad politizada*. Madrid, España: Consejo de la Juventud de España.

- Romero, P. (04 de Diciembre de 2011). Quito, la ciudad contestataria, mira los hechos políticos con más calma. *El Universo* , pág. Sección País.
- Rucht, D. (1987). *Desde el movimiento de la institución*. Frankfurt, Alemania: Campus Verlag.
- Sagrera, M. (1992). *El edadismo contra jóvenes y viejos*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Fundamentos.
- Sánchez, A. (2007). *La acción de los medios de comunicación masiva en el Ecuador: ¿Acción comunicativa o estratégica?* Quito, Ecuador: FLACSO.
- Sánchez, D. (13 de noviembre de 2011). Trabajo de Diabluma. (A. Romero y Cordero, Entrevistador)
- Savage, J. (2011). Remembering the Wandervögel. *Vice Magazine* .
- Serrano, J. (1998). *La investigación sobre jóvenes: estudios de y desde las culturas*. Bogotá, Colombia: Universidad Central de Colombia.
- SIJOVEN, S. (2006). *La situación de la juventud*. Quito, Ecuador: Ministerio de Bienestar Social .
- Valera, S. (2008). Conflicto y miedo ante un nuevo espacio público urbano. En B. Fernández, & T. Vidal, *Psicología de la ciudad: Debate sobre el espacio urbano* (págs. 149-152). Barcelona, España: UOC.

ANEXOS

ANEXO 1: AUTORIZACIÓN DE DIABLUMA (CORREO ELECTRÓNICO DE HOTMAIL)

Re: consulta importante

11/28/10

DiablUma

info@diabluma.org

To AureNupa Romero y **infodiablada@gmail.com** on

Cordero From: behalf of **DiablUma**

(info@diabluma.org)

Sent: Sun 11/28/10 2:10 PM

To: AureNupa Romero y Cordero

(aure_belen@hotmail.com)

Estamos encantados de ayudarte, podrás llamar al 097289800 con Felipe para ver que exactamente necesitas de nosotros, gracias

El 27 de noviembre de 2010 22:20, AureNupa Romero y Cordero <aure_belen@hotmail.com> escribió:

Señores Diabluma: Soy Aurelia Romero y Cordero, estudio Periodismo en la UDLA, séptimo semestre. Me encuentro trabajando en mi tema de tesis: "Gran reportaje acerca de la representación social del sujeto joven en relación al mundo adulto en la ciudad de Quito." Rubén Daría Buitrón y Gabriela Muñoz - periodistas - me sugirieron que me contacte con ustedes por la siguiente razón. Mi tesis busca demostrar que los jóvenes somos capaces de generar cambio y que tomamos diversas posiciones ideológicas, enfrentando esta idea a la de los prejuicios del "mundo adulto" quienes construyen la idea de juventud ya sea como etapa de transición entre la inocencia y la responsabilidad o como un momento de rebeldía e idealismo pasajero. Debido a los múltiples logros que ha conseguido Diabluma como colectivo urbano juvenil y organizado, estoy interesada en hacer mi gran reportaje (un reportaje para los cuatro medios: radio, prensa escrita, televisión e internet) sobre ustedes: su labor, sus logros, sus metas, los obstáculos que enfrentan, sus inicios. Este gran reportaje tiene como finalidad conseguir espacio público en los medios para el siguiente año,

aproximadamente en estas épocas previas a Fiestas de Quito, como parte de una nueva propuesta sobre cómo vivir dichas fiestas. Es el trabajo de su colectivo el que permitirá derrumbar los prejuicios que construye la sociedad alrededor del joven, pues demuestra que dicha construcción no se acoge a una realidad existente.

Agradeciendo de antemano su atención y a espera de sus respuesta, me despido. Saludos Cordiales, Aurelia Romero y Cordero.

info@diabluma.org

<http://www.diabluma.org>

Pukara DiabIUWasi / 12 de Octubre N4-194 y Yaguachi (Frente a la Asamblea Nacional) / 00593 2 2231305

ANEXO 2: DEFINICIONES E INDICADORES DEL SISE / SIJOVEN (SISTEMA INTEGRADO DE INDICADORES SOCIALES)

Definiciones sobre juventud - SIJOVEN

La definición etárea

La edad social, salvo particularidades de situaciones y condiciones, para definir y analizar la situación juvenil, puede establecerse entre los 15 y 29 años. El paso a una etapa adulta comprende situaciones en las cuales: aumentan progresivamente su presencia en el mundo laboral en jornadas cotidianas; disminuyen sus tiempos para el juego y la recreación; conforman sus propios hogares con independencia económica; y decrecen sus procesos de enseñanza-aprendizaje.

La adscripción identitaria juvenil, desde adentro y desde afuera; es decir: cómo se ven a sí mismos de la misma forma que cómo los mira la sociedad, responde a una relación, distinción, diferenciación e, incluso, confrontación con otras generaciones¹.

En tal sentido, un concepto como el de juventud se explica en mayor medida – no solo desde un enfoque operativo, sino desde un enfoque de relación–, no solo por la edad, sino en función de las relaciones con las otras generaciones (Cevallos C2 ., ibid).

Innumerables instrumentos técnicos y políticos dan cuenta de una (in)definición frente al rango de edad de la juventud; así, la Resolución 50-81 de Naciones Unidas, y otros instrumentos como el PRDAJAL⁴, fijan un rango entre los 15 y los 24 años de edad; mientras que la Carta Iberoamericana de Derechos de la Juventud lo hace entre los 15 y 25 años. Los instrumentos nacionales como Ley de la Juventud fija esta edad entre los 18 y los 29 años, y el Código de Niñez y Adolescencia, fija la etapa de adolescencia entre los 12 y los 18 años.

Sin embargo, tomando en cuenta los disensos existentes en la delimitación de la edad, así como de las situaciones y condiciones que identifican el “ser joven”, en estricto sentido investigativo y analítico de la situación particular de los y las jóvenes en el Ecuador, no sólo es pertinente, sino necesario establecer un rango de edad. Por tanto, las edades seleccionadas para realizar este estudio se ubican en los grupos de adolescentes y jóvenes que tienen entre 15 y 29 años⁵.

Para llegar a dicha delimitación, hay que remitirse a la tendencia investigativa, tanto histórica –convencional para muchos–, como teórica que tiene relación con las características (situaciones y condiciones) generalizables que circundan a la etapa juvenil; sobre todo aquellas que la diferencian socialmente de otras etapas como la niñez, la adultez o la tercera edad.

Inicialmente, se puede analizar que el paso de la niñez a la juventud comprende situaciones institucionales, sociales, culturales, incluso políticas y económicas. Las instituciones juegan un papel fundamental no solo en la internalización de valores, sino en la asignación de roles⁶; para el caso de los y las jóvenes, es, a través de ciertas instituciones, donde se marca su rol social, con lo cual se afirma sus adscripciones identitarias, no necesariamente de aceptación de instituciones y roles, sino a partir de su contraposición con dichas instituciones y con los roles que los actores sientan en ellas.

Influye por tanto, el tránsito de la escuela al colegio, y mayormente la incorporación al ciclo de especialización para el bachillerato o carreras técnicas; el acercamiento más cercano al alcohol, tabaco y drogas ilícitas; la “pulsión” o “efervescencia” por la experimentación, el riesgo, el vértigo o el peligro. Su cuerpo cambia, su voz, su contextura física y otros, generan una mayor apropiación del cuerpo y una exigencia cada vez mayor a su intimidad; es decir, asumen su cuerpo con particularidades formas y lo “adornan”, su cuerpo se vuelve un vehículo de expresión social, es la estética de la piel. Son más “contestones” y “rebeldes”, es decir, expresan su posición con mayor fuerza .

Dichas situaciones de diferenciación de lo juvenil y lo infantil están marcadas, incluso por el mercado y las industrias culturales⁸, quienes también los diferencian y “ofrecen” productos “exclusivos” y particulares para su consumo. Y de jóvenes que, por su parte, contemporáneamente, estructuran sus relaciones desde lo que pueden ser sus accesos al consumo, la existencia de las marcas, el status, etc.

En todas las culturas, comunidades o tradiciones familiares, se han constituido “ritos de paso”; cada rito encierra un sentido mítico, y en la exploración de ese pensamiento mítico, es posible encontrar las formas en que se definen a los sujetos de la sociedad: cumplir una cierta edad; ingresar a un ciclo educativo o

institución; la aceptación que puede tener una vida sexual activa; la “perdida” de la virginidad –sobre todo en los hombres–; la llegada de la primera menstruación; el aprestamiento al trabajo; la oportunidad de vincularse efectivamente con los quehaceres de las comunidades adultas; entre otras, significan “ascenso” social y familiar, dignas de otorgárseles recompensas y “beneficios” como entregarles un juego de llaves de la casa, participar de las reuniones de “adultos”, mirar la televisión hasta cualquier hora y otras tantas.

La juventud, por tanto, es un tiempo de decisiones, responsabilidades y experimentación propias: estudiar y qué estudiar; trabajar y sus ingresos; sus relaciones con la pareja, de cómo viven su sexualidad o el hecho de poder ser padres o madres; el qué hacer con su tiempo libre o el tipo de vicios o consumos a los que se acercan. Todas ellas constituyen situaciones que marcan sus vidas, que se las toma en esta etapa y que, generalmente, lo enfrentan por primera vez.

Cada sujeto joven, a diferencia del niño, siente y exige mayor autonomía; se involucra en otros espacios de socialización: conforma organizaciones, clubes o pandillas; asiste a bailes, fiestas y conciertos. Esa búsqueda de autonomía es, de hecho, lo que los va llevando a dejar esa “moratoria social” y los involucra en el mundo adulto, el mismo que está signado por una asunción de autoridad y poder sobre sí mismos y el resto. Una autonomía que tiene relación con la independencia, más que con el rechazo o desvinculación a instituciones sociales como la familia, por ejemplo.

En tal sentido, aquella etapa de vida que empieza con la pubertad, termina con la asunción plena de las responsabilidades y la autoridad del adulto, en tanto jefes masculino y femenino de un hogar económicamente independiente; presencia del trabajo en la jornada cotidiana; disminución del juego, y de su presencia en instituciones de aprendizaje.

Varios estudios cualitativos en los cuales se ha preguntado a jóvenes acerca de la edad en la que marcarían una “ruptura” entre el mundo joven del adulto, o una edad en la cual “componerse” o “madurar”, el promedio de sus respuestas se encuentra en los 25 años, es decir que esta edad juega en el imaginario juvenil como un “tope”, a partir del cual las responsabilidades y roles anteriormente citadas deben ser asumidas con “seriedad”. Además, ésta

constituye una edad en la cual, en promedio, los jóvenes ya se encuentran, sea incorporados en el mercado laboral y actividades productivas, u “obligados” a incorporarse; además de que, en su mayoría, ya han modificado su estado civil o tienen perspectivas de hacerlo; en otros casos ya son padres o madres, o aspiran a serlo; y otros tantos roles considerados del mundo adulto.

Si bien, a lo largo de la construcción de lo juvenil puede tematizarse lo que algunos investigadores han señalado como elementos centrales a: la emancipación y la autonomía como trayectoria; la construcción de una identidad propia como problema central; o las relaciones intergeneracionales como marco básico para el logro de dichas metas; sobre todo, lo que salta a la vista es aquella característica donde prima “la obtención de la condición de adulta como meta principal”, develándose así la tendencia en la que en la sociedad se prima la etapa adulta, lo que ha llegado a denominarse como adultocentrismo. Asimismo, esta configuración de lo que es el “ser joven”, también está marcada por imaginarios en los cuales joven es: “un hombre blanco, soltero, estudiante, que vive con sus padres”, y oculta, o no permite comprender que en esas diversidades del ser joven, también puede encontrarse la posibilidad de: ser una madre de 18 años, desempleada; o un afrodescendiente, rural, no católico. Es decir, existe un imaginario de joven idealizado o estereotipado, según sea el caso.

El enfoque generacional - SIJOVEN

Enfoques y temáticas

El escenario de la investigación de la juventud en el Ecuador El interés, tanto social como investigativo, sobre la juventud es reciente en el Ecuador. Asimismo, los temas para su estudio han sido recurrentes. A lo largo de este documento ya se han citado algunos de los enfoques utilizados para acercarse a este sujeto social; pero una constatación de ellos se los puede encontrar en los medios de comunicación, quienes funcionan como eco antelas visiones y lugares comunes, revistiéndoles de espectacularización y pornografización¹ de su accionar, logrando con esto una afirmación negativa de las identidades que les son imputadas a los jóvenes.

Una breve revisión de los diferentes enfoques desarrollados para analizar a la juventud, pueden relatarse con el título de una producción colombiana llamada:

“Esperanza bajo sospecha”. Así, los jóvenes entrañan, paradójicamente, enfoques y sentimientos de “esperanza” social y son vistos como promesa, pero también se los mira con “sospecha”, o en el peor de los casos, culpabilizados de la problemática social.

La década de los ochenta sentó algunos precedentes importantes que impulsaron el estudio y la acción, sobre todo gubernamental, a favor de los jóvenes; así, la celebración del Año Internacional de la Juventud (1985), la creación de la Dirección Nacional de la Juventud (1989), evidenciaban los intentos por retomar el papel que el Estado debía tener hacia la juventud, y sentaban las bases de una naciente política y enfoque hacia los jóvenes.

Quizá es en la década de los noventa donde se desarrollaron la mayoría de estudios e investigaciones; quizá también por la importante manifestación que varias organizaciones juveniles tuvieron alrededor de la mitad de esta década. Sin duda, otros factores internos y externos abonaron en este sentido: la presentación del primer proyecto de Ley de la Juventud (aprobada 10 años después de su presentación); la institucionalización de la Organización Iberoamericana de Juventud (organismo intergubernamental creado inicialmente por la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura -OEI-, que luego cobró autonomía); la aprobación del Programa de Acción Mundial para la juventud hasta el Año 2000 y subsiguientes; la promulgación del Programa Regional de Acción para la Juventud para América Latina y el Caribe –PRADJAL2–; contribuían a una vertiente de investigación y acción hacia los jóvenes.

Para aquellas décadas, y lo que va de la presente, sin embargo, son hechos particulares los que han concitado el interés investigativo –de los medios y la academia–: el “aparecimiento” de la violencia relacionada a las pandillas juveniles, los índices de embarazo adolescente, la presencia de casos de aborto; el consumo de drogas; la criminalidad y la delincuencia. En otras palabras, es –solamente– a partir de problemáticas sociales donde se ha regresado a ver a los jóvenes; de allí también que cuando se trata de investigar acerca de temas referidos al deporte, a las relaciones intergeneracionales, estilos de vida, tiempo libre, entre otros temas, la información es escasa o nula. El primer documento oficial acerca de juventud constituye el Informe: “La

Juventud del Ecuador al fin de la década de 1990”, producido por el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE), a propósito de la X Conferencia Iberoamericana de Ministros de Juventud. En dicho documento se detallan una serie de datos cuantitativos acerca de la situación de la juventud.

Asimismo, diversas organizaciones desarrollan sus estudios particulares, sea para impulsar la formulación de Políticas Públicas, o para implementar sus proyectos y acciones. Sin embargo, dichos datos, en su mayoría, carecen de universalidad, ya que han sido estudios focalizados.

Dicho esto, y sumado al hecho que el Sistema de Estadísticas en el Ecuador, carece de datos específicos para analizar la temática juvenil, sus datos son desactualizados, o sus acciones de difusión y comunicación han carecido de estrategias de apropiación y uso social de la información existente; podemos concluir que el conocimiento acerca de la juventud en el Ecuador es aún incipiente.

En el lugar común y en ciertos discursos pragmáticos, es recurrente la alusión de que “no son necesarios más diagnósticos, sino empezar a actuar”, si bien, el investigar seriamente supone ya

Un trabajo que, no por el hecho de tener entradas teóricas y conceptuales, resulta menos comprometido como un trabajo que “solucione” directamente los problemas con los jóvenes⁴; sin embargo, la crítica es válida solo si la investigación en cuestión no pretende ofrecer aportes relevantes, o que no establezca cercanía con los sujetos o problemas a investigar. Más aún la tendencia investigación-acción está tamizándose en los sectores académicos e intelectuales, así como en varias organizaciones que requieren de estudios, ya que encuentran en ellos miradas que no habían “encontrado” y que potencian sus acciones.

Además, habría que “aprehender” de la reciente incursión del mercado y su directo acercamiento.

A los jóvenes, en tanto sujetos de consumo; es quizá el mercado quien mejor ha podido “leer” y “entender” mejor a los jóvenes, y responder con productos “exclusivos” para ellos; el mercado ha logrado cumplir sus objetivos sobre la base de estudios e investigaciones. Aquello no pasa, necesariamente, con lo social y los jóvenes. Además, otra crítica a este lugar común podría ser la

posibilidad de preguntarse si lo que existe es suficiente para entender a los jóvenes; o si ya son “suficientes” los diagnósticos, dónde están las respuestas pueden ser obvias, sin embargo, es necesario entender que la mayoría de (estas) reflexiones sigue siendo un conjunto de hipótesis de trabajo.

Pese a la nula, escasa o deficiente información respecto a la juventud, no se puede desconocer que los aportes más significativos desde el punto de vista académico, se refieren al interés por “indagar” en las relaciones sociales juveniles y en aspectos cualitativos; es aquí donde una entrada al enfoque cultural y la aproximación y cercanía con los sujetos de estudio ha presentado resultados mucho más “ricos” en contenidos.

De hecho, no solo basta partir de que la juventud es más que una estadística o un número, sino –además– que (re)vestirlos con rostros y sentidos quizá sea entender que detrás de las estadísticas existen personas que piensan y sienten, muchas veces de diversas maneras, y que las causas, así como las soluciones a sus problemas, no pueden universalizarse, generalizarse o estereotiparse.

La búsqueda de los rostros e historias detrás, no solo es un canal para la búsqueda de acciones efectivas, sino que en la medida en que se pregone que ante el anonimato de la estadística, lo que se privilegie es el mayor protagonismo de los sujetos, es una manera en que se (re)valoriza al sujeto, le da un sitio concreto, mas no abstracto, y lo reconoce como actor. Solo de esta manera, ojalá las personas puedan ser capaces de oír lo nuevo detrás de lo conocido y asumir lo distinto detrás de lo que ya se sabía con anterioridad (Liberan, 1994), en otras palabras, si se evita lo obvio, las personas serán capaces de “entender” estas situaciones o percibirlas diferente.

Las aproximaciones cualitativas no solo evidencian las “reales” necesidades y expectativas de los jóvenes, sino que además establecen tendencias que pueden ayudar a determinar los indicadores cuantitativos y categorías para el análisis (estadístico) que aporten en el mismo sentido que las demandas. En otras palabras, la construcción de indicadores cuantitativos a partir de aproximaciones cualitativas puede ser vista como complicación u oportunidad.

ANEXO 3: LEY DE LA JUVENTUD

REGISTRO OFICIAL N° 439

El reconocimiento de las particularidades de las y los jóvenes y la necesidad de establecer mecanismos complementarios a los ya existentes en el sistema jurídico, que promuevan el goce y ejercicio efectivo de sus derechos y garanticen el cumplimiento de los deberes y obligaciones. (Art. 1).

La Igualdad ante la ley y la no discriminación que se aplicarán a todos los y las jóvenes, de manera independiente a su condición familiar, social, cultural, religiosa, económica, racial, étnica, filiación política, opción sexual, o cualquier otra condición personal o la de sus padres, representantes legales o responsables. (Art. 4).

Sus derechos y garantías son inherentes a su condición de persona; y, por consiguiente, son de orden público, interdependientes, indivisibles, irrenunciables, intransigibles, y en los casos en que sea aplicable, imprescriptibles. Se reconoce la intangibilidad de los derechos. (Art. 7).

El reconocimiento en tanto titulares de todos derechos expresados en la Constitución y otros instrumentos legales nacionales e internacionales (Art. 6); de su participación (Art. 9); de su diversidad (Art. 10); entre otros, insta al Estado y a la sociedad en su conjunto, a diseñar e implementar políticas públicas para su desarrollo (Título II), a través de mecanismos e instituciones articuladas en un Sistema Nacional encargado de promover los derechos de la juventud (Título III).

Art. 14.- Políticas de promoción de los derechos a la educación.- Las políticas educativas dirigidas a los y las jóvenes deben tender a los siguientes aspectos: Fomentar una educación en valores para el fortalecimiento del ejercicio y respeto de los derechos humanos; una educación cívica que promueva el respeto y la participación en democracia; el cumplimiento de los deberes individuales, familiares y sociales; y, el reconocimiento a la diversidad étnica y cultural.

Fomentar la comprensión mutua y los ideales de paz, democracia, solidaridad, respeto y tolerancia entre los y las jóvenes.

Mejorar la educación básica, capacitación técnica, formación artesanal y profesional de los y las jóvenes.

Prevenir, sancionar y erradicar todas las formas y prácticas de violencia en la educación.

Prevenir, sancionar y erradicar todas las formas de castigos físicos o psicológicos, o sanciones disciplinarias crueles, inhumanas o degradantes.

Promocionar capacitar jóvenes líderes.

Garantizar el libre funcionamiento de los gobiernos estudiantiles.

Promocionar becas a todo nivel educativo, priorizando el acceso de las personas de escasos recursos y grupos vulnerables.

Promocionar pasantías laborales en los sectores público y privado, enfocadas en las necesidades de desarrollo del país y la oferta de empleo.

Promover la investigación, formación y la creación científicas.

Promover que los medios de comunicación emitan mensajes educativos que reconozcan y respeten la diversidad, los derechos y las necesidades de los y las jóvenes.

En su articulado reconoce las particularidades de las y los jóvenes (Art. 1); sus derechos y garantías, inherentes a su condición de persona (Art. 7), y la igualdad ante la ley y la no discriminación, aplicables a todos los y las jóvenes, de manera independiente a su condición familiar, social, cultural, religiosa, económica, racial, étnica, filiación política, opción sexual, o cualquier otra condición personal o la de sus padres, representantes legales o responsables (Art. 4).

Art. 10.- De la diversidad de los pueblos.- Se reconoce las particularidades de los u las jóvenes pertenecientes a nacionalidades indígenas y pueblos afroecuatorianos y su derecho a vivir de acuerdo a sus prácticas culturales. En ningún caso estas prácticas culturales pueden violar los derechos de los y las jóvenes.

Art. 18.- Políticas de promoción de la equidad.- Las políticas de promoción de la equidad, buscarán establecer un trato especial y preferente a favor de los y las jóvenes que se encuentren en una situación de desventaja o de vulnerabilidad, para crear condiciones de igualdad real y efectiva. En particular estas políticas se dirigirán a las siguientes finalidades y personas:

- a. Asegurar la equidad de género;
- b. La superación de la pobreza

- c. La superación de la exclusión cultural o étnica;
- d. Los y las jóvenes con discapacidades; y,
- e. Los jóvenes VIH-SIDA

En todo ello insta al Estado y a la sociedad en su conjunto, a diseñar e implementar políticas públicas para su desarrollo (Título II), a través de mecanismos e instituciones articuladas en un Sistema Nacional encargado de promover los derechos de la juventud (Título III).

Art. 12.- Definición de políticas.- Las políticas de promoción de los derechos de los y las jóvenes son un conjunto de directrices de carácter público, emitidas por los organismos competentes, dirigidas a asegurar la vigencia de los derechos de los jóvenes.

En la definición de políticas de juventud siempre se deberá contar con su participación, ya sea de manera directa o a través de las organizaciones que se constituyan de conformidad con la ley.

Art. 13.- Principio de descentralización de las políticas.- Las políticas, programas y proyectos para los y las jóvenes, deberán considerar el principio de la descentralización desconcentración y participación ciudadana, es decir, reconocer de manera efectiva las necesidades de los u las jóvenes de cada localidad y las condiciones de cada una de sus comunidades.

Los lineamientos de políticas establecidas en la presente ley son básicos y prioritarios. Los organismos encargados de su promoción deberán considerar en cada caso las circunstancias y necesidades de la población juvenil.

TITULO III

DEL SISTEMA NACIONAL ENCARGADO DE PROMOVER LOS DERECHOS DE LA JUVENTUD Y CUMPLIMIENTO DE SUS DEBERES

Capítulo I

Disposiciones generales

Art. 20.- Definición y responsabilidades del Sistema Nacional de Promoción de la Juventud.- El sistema nacional de la juventud es el conjunto de políticas públicas, programas y organismos encargados de promover los derechos de la juventud. Este sistema es un medio adicional de promoción y garantía de los derechos de los y las jóvenes, que funciona de una manera coordinada con las demás entidades y organismos de la administración pública central e

institucional, de los organismos autónomos y demás instituciones públicas y privadas responsables de la promoción, protección y respeto de los derechos de la población juvenil. Se respetará el principio de especialidad de los diferentes componentes del sistema.

Art. 21 Organismos del Sistema.- El Sistema Nacional de la Juventud se encuentra conformado por:

- a. El consejo Nacional de Políticas de Juventud;
- b. El Instituto Nacional de la Juventud;
- c. Los Consejos Locales de la Juventud;
- d. Las organizaciones juveniles; y,
- e. Las instituciones que trabajan con la juventud y en relación a los y las jóvenes.

CIUDADANÍA Y PARTICIPACIÓN

La participación juvenil constituye uno de los elementos centrales en el desarrollo juvenil, ya que entraña un pleno reconocimiento de su ciudadanía y su actoría en la sociedad y en todos los asuntos que les atañe. Por tanto la participación debe ser generada a lo largo de todo su proceso de desarrollo y en todos los escenarios sociales, políticos, económicos y culturales.

Art. 17.- Políticas de la promoción de la participación juvenil.- las Políticas de la promoción de la participación juvenil deberán dirigirse:

- a. Promover la participación plena de los y las jóvenes en el campo cívico, social, económico, cultural, artístico y político;
- b. Fomentar el acceso a los medios de comunicación y a la tecnología de información;
- c. Promover la conformación y funcionamiento libre de organizaciones juveniles, de acuerdo a la ley;
- d. Garantizar y promover el ejercicio responsable de los derechos juveniles;
- e. Formar e informar sobre los derechos y deberes juveniles;
- f. Garantizar la participación de los y las jóvenes en el diseño, aplicación y evaluación de las políticas y planes que les afectan;
- g. Fomentar y asegurar la constitución y funcionamiento de gobiernos estudiantiles como un medio de participación de los y las jóvenes en la vida escolar; y,

h. Estimular el intercambio nacional, internacional y local de jóvenes y de organizaciones juveniles.

En términos de ciudadanía, la Ley de la Juventud expresa:

Capítulo II

De los principios fundamentales

Art. 6.- Titularidad de todos los derechos.- Los y las jóvenes son titulares de todos los derechos reconocidos en la Constitución Política de la República, en los instrumentos internacionales vigentes y en otras normas legales, por lo que se reafirma su derecho al pleno goce y disfrute de los derechos humanos, civiles, políticos, económicos, sociales y culturales, tanto a nivel individual como colectivo.

Los límites a los derechos de los y las jóvenes deben estar expresamente establecidos en la ley y deben encaminarse a lograr el bien común, garantizando la paz, la seguridad pública y los derechos de terceros.

Art. 7.- Naturaleza de los derechos y garantías.- Los derechos y garantías de los y las jóvenes, son inherentes a la condición de persona; y por consiguiente, son de orden público, interdependientes, indivisibles, irrenunciables, intransigibles, y en los casos en que sea aplicable, imprescriptibles, Se reconoce la intangibilidad de los derechos.

Art. 8.- Equidad de género.- Todas las políticas, programas y proyectos que se desarrollen en relación a los y las jóvenes deberán promover la plena vigencia del principio de equidad de género, entendiéndolo por tal el reconocimiento de la igualdad de derechos, oportunidades y responsabilidades de hombres y mujeres.

Se prohíbe toda distinción, exclusión, o restricción basada en el sexo, que tenga por objeto o resultado, menoscabar o anular el goce o el ejercicio de los derechos humanos y libertades fundamentales de la mujer.

Art. 9.- Plena participación juvenil.- Los y las jóvenes tienen derecho a participar en todos los asuntos que les interese o afecte, especialmente en el diseño y evaluación de políticas y ejecución de acciones y programas que busquen el desarrollo y el bienestar de la comunidad, para ello el estado propiciará y estimulará la conformación de organizaciones de jóvenes. La plena participación de la juventud implica el reconocimiento de la libertad de

pensamiento, conciencia, religión y asociación de los y las jóvenes, incluido su derecho a la objeción de conciencia.

ANEXO 4: TENEMOS ALGO QUE DECIR: PREOCUPACIONES Y ORGANIZACIONES DE LOS JÓVENES EN QUITO

¿Qué es Diabluma?

Dayanara: Es un grupo de jóvenes diverso que acepta varias tendencias pero se define como de izquierda.

Augusto: Es un grupo de jóvenes de distinta ideología y hay tolerancia hacia las distintas posiciones pero se centra en aspectos culturales y ancestrales de la sociedad.

Fernando: Diabluma nace con la necesidad de hacer algo como jóvenes, dedicarnos no solo a lo cultural sino al trabajo social. Pero tomando en cuenta que también estábamos buscando las raíces, de dónde venimos, de donde nacemos, quiénes somos y desde ahí emprender el trabajo social. También podíamos hacer trabajo social involucrándonos en una radio, en revistas pero no teníamos la idea de quiénes éramos. En el camino hemos ido encontrando el trabajo que hay que hacer.

Es ambiguo dicen somos un grupo de jóvenes de distinta ideología, podemos ser de izquierda y de ley nos planteamos el tema de lo cultural pero nada está definido. Expliquen un poco esto, porque al parecer cualquiera pudiera ser Diabluma pero ¿cuán amplio puede ser?

D: Es diverso pero es de izquierda, es decir puede ser trotskista, leninista, nunca de derecha y obviamente nunca fascista.

¿Por qué?

D: Porque si se define de izquierda está en contra del sistema actual, al cual queremos cambiar y lo hacemos desde varios ámbitos, desde lo cultural lo que dice Augusto, rescatar el ser indio porque los indios han sido rechazados por el hecho de ser indio, el decir indio siempre ha sido considerado un insulto, y se ha rescatado lo español, se ha rechazado a la gente por su cercanía con lo indígena. Yo creo que ese rescate es importante pero admitiendo que somos mestizos, que nos guste o no tenemos algo de españoles, pero que de ninguna manera nos hicieron un favor. Sino que nos vinieron a conquistar.

Lamentablemente. Diabluma se ha quedado en los conciertos, eventos culturales, conciertos que no siempre han tenido continuidad, aun siendo

conciertos temáticos como el Espaldas al Norte que es antiimperialista o el Lluçshi Yanqui.

¿Qué más hace Diabluma?

A: Tienes razón en lo que dices que eso de la diversidad se lo podría tomar mucha gente, pero eso es también una virtud porque respetas, si vos estas en contra de cómo se están llevando las cosas la única salida que te queda es ser de izquierda o matarte. Y dentro de la izquierda hay tendencias, los anarquistas, los socialistas, pero lo fundamental es respeto, y esto te permite ver las diferentes realidades que hay en la sociedad y de acuerdo a eso ver que se debe rescatar y las maneras en las que se podría desarrollar tomando en cuenta el sentido de la organización. El objetivo de Diabluma es rescatar lo marginal de la sociedad, los indígenas, Quito Milenario.

F: Claro que nunca estás con intereses políticos, porque por error o por mala suerte la cultura está mezclada en lo político. Pero estoy de acuerdo con el Augusto que es no estar directamente enfocados a llevarle a Diabluma a una propuesta política sino más bien al rescate cultural y a un trabajo social, no hacer charlas o concientizar, sino actuar frente a los problemas que existen tomando en cuenta la solidaridad.

Pero ¿qué entienden ustedes por política? Porque están poniendo un poco como si el espacio de trabajo es lo cultural y no importa la ideología política, entonces a mí me cuesta entender. Porque para mí la política es un espacio de poder y eso no tiene que ver necesariamente con las elecciones, tiene que ver con lo que se puede y se hace en colectivo, con la potencialidad, la iniciativa. Lo político sería, para ustedes, lo institucional. Pero no entiendo cuando Diabluma se plantea como cultural y no político, pero sí de izquierda, aunque están abiertos a las distintas ideologías. Entonces tienes neoliberalismo, fascismo que son ideologías, cómo logra Diabluma superar eso.

F: Nos quedamos con lo cultural y sé que está mezclado lo político, pero no estamos directamente en la política. Es un espacio abierto, es una confusión de términos, porque va a venir solo la gente que se identifique con los planteamientos, es como una exageración decir que si viene alguien de derecha esto está abierto. Lo cultural está relacionado con lo político y lo político es cualquier posición que tomas cualquier decisión que asumas. Es

cultural nuestro espacio porque no es electoral. Y el trabajo que nosotros estamos haciendo es que la gente pierda el miedo a la palabra político, lo cultural te permite acercarte sin miedo.

D: A mi si me desubica un poco lo que dice el Fernando, porque yo siempre he dicho Diabluma se define como un grupo de izquierda, estoy de acuerdo con el Felipe, alguien de derecha no va a estar aquí porque no está de acuerdo con los planteamientos. Este es un espacio de izquierda, y lo que hace la derecha es proteger sus intereses y obviamente lo que nosotros hacemos es luchar contra los intereses de la burguesía para la redistribución de la riqueza.

¿Cómo trabajan? ¿Existen papeles definidos?

D: Lo que más me gusta de Diabluma es que no hay jerarquías, todos trabajamos y las decisiones son tomadas en lo que yo llamo centralismo democrático, es decir todos decidimos, se planifica algo y cómo vamos a realizarlo.

F: Estamos en la capacidad, como seres humanos, de hacer el mismo trabajo, lo único que hay que aclarar es que todo se decide no por mayoría de votos sino por consenso, y se va viendo los pros más que los contras, y luego tomamos una resolución.

A: Es como una mesa redonda, aportas con las ideas que tienes y se saca un todo. Funciones específicas no existen, cada uno aporta en lo que ha venido trabajando, lo que considera que debería hacer. Si alguien no está de acuerdo, que siempre hay, eso se respeta. Creo que todos tenemos un grupo de ideas comunes.

Ustedes se plantean en el espacio cultural, ¿se definen alternativos a algo o cómo se ubican? ¿Cómo es ese medio?

F: Cuando pintamos la bandera de Diabluma le pintamos una A de anarquía, una hoz y un martillo del comunismo y con letras blackeras, entonces creo que tendrías que entender un poco la cabeza de la Daya que es roquera, va a la Iglesia, es de Diabluma, del MPD, es anarquista y también del FRIU; se repite el tema que están muy gastados los términos, yo sé que a todo el mundo le gustaría oír, si nosotros somos una organización de izquierda hasta las huevas, pero si eres de izquierda o de derecha se ve en actos. El trabajo que ha hecho

Diabluma es contra el imperialismo, contra la cultura oficial, contra el sistema capitalista.

Trabajamos con culturas urbanas, ahora estamos en su mayoría rockeros, pero hay un par de chamas que le meten con ganas al hip hopo Entonces no solo trabajamos con rockeros. también lo hacemos con los indígenas, con el pueblo Kitu kara. Pero esto implica una posición política, querer una nueva sociedad, y allí vendría de nuevo un problema tal vez de términos, el nombre de cómo sería una nueva sociedad es algo menos concreto y más inútil. Pero existen valores mínimos que lino sí puede discutir y si puede acordar.

F: Claro, podríamos hablar de eso, porque creo que todos tenemos en este espacio esos valores mínimos. Claro que el Fernando quisiera un país de blackeros yeso ya no es posible. Hay dos niveles organizativos en Diabluma, hay gente que están cuando hay actividades y hay otra que está en las reuniones, sigue el proceso. Cuando se acaba algún evento viene un proceso de seguir yendo a reuniones y conversar, hay preocupaciones otro grupo de gente que aparece. Eso me parece bacán porque no necesitas tener carnet para ser de acá, sino que cuando hay gente que no está de acuerdo o no le interesa no aparece.

Si bien eso puede significar horizontalidad, ¿no es una aparente debilidad?

¿Por qué a esa gente no le interesa seguir en el proceso, en el otro nivel organizativo?

F: No es una debilidad, porque la gente joven es decidida y dedicada, pero hay otra que no es dedicada pero le gusta apoyar. Cuando vienen y te apoyan es una fortaleza, una debilidad sería que si tienes un proyecto macro la gente se salga antes que aumente. Y la gente no está con nosotros no porque no están de acuerdo con la ideología o el trabajo que tiene Diabluma, sino por falta de tiempo.

D: Es una debilidad, por ejemplo cuando dicen que no se sienten parte porque sus proyectos no son tomados en cuenta, y es una debilidad que la gente no se organice. Que aparezcan solo al evento sino hay una continuidad queda en un evento más.

Entonces ¿cómo trabaja Diabluma? ¿En qué áreas?

F: Hacemos conciertos de rock, foros, reuniones donde discutimos, vamos a reuniones de otros sectores donde planteamos lo que nosotros pensamos. Nunca nos hemos planteado como una organización grande sino de personas conscientes, vemos carencias en las organizaciones grandes porque siempre atentan contra la diversidad y la individualidad.

Nosotros somos parte del movimiento indígena porque aceptan nuestra lógica, inclusive la lógica de ser pocos. Hacemos fiestas, no nos oponemos al consumo de alcohol y drogas. Esto no hemos discutido pero un acto político no tiene por qué ser una huevada seria con terno y micrófono, si consideras que un acto político es expresarse, no es que cuando chupas dejas de ser persona. Esta formalidad es entendida desde occidente, pero para nosotros una asamblea o un congreso puedes hacerlo desde la fiesta. Ahí hay un conflicto con el resto de organizaciones porque nosotros no tenemos ningún rollo, le pedimos a la gente que respete nuestro espacio.

¿Por qué trabajar con otras organizaciones? ¿Cuáles son las limitaciones y la mejoría?

D: Creo que siempre hay que buscar lo que nos une, no lo que nos separa; con otras organizaciones podemos tener objetivos comunes para eventos específicos o tener la misma tendencia como en la Semana del rock con Revancha Libertaria.

A: Trabajamos con Kawsay y la gente del pueblo Kitu Kara. Depende del área en la que trabajemos.

Fe: Los límites se dan en el trabajo, trabajar con otras organizaciones es necesario porque es trabajar para la gente y hay otras organizaciones que están interesadas. Es un interés de todos y cuando estamos unidos somos más fuertes, nosotros, los demás y el proyecto mismo.

¿Cuál es el objetivo de Diabluma? ¿Y sus límites?

F: La revolución social a través de la generación de conciencia, porque eso es lo que te va a llevar a ir a un concierto, asistir a una reunión, tomar un arma si se requiere. La conciencia de la burguesía, cómo te afecta.

D: Si estas en contra de esta sociedad, entonces el objetivo es cambiarla.

Sí es cierto que es un tema de conciencia, pero ir a un concierto no significa necesariamente tomar conciencia, la gente va a un concierto porque le gusta la

música y no importa mucho lo que dice la banda, por ejemplo los de Likaon tienen una letra contestataria anti militarista, pero no sé si toda la gente que escuche Likaon lo haga por eso.

Entonces ¿por qué hacer conciertos?

D: Porque la gente se abre un poco más, por ejemplo la gente que escucha Jaime Guevara se identifica no solo con la música sino con lo que él hace.

A: Aquí puedes encontrar la diferencia entre lo que es política y es cultura, vos tranquilamente podrías encontrar una banda con una ideología, pero a vos te puede gustar solo porque es buena música, entonces se separa la cultura de la política, si organizas un concierto como Diabluma, va a ir gente que se siente identificada con lo que hace y piensa Diabluma.

¿Cuáles son los obstáculos internos y externos que Diabluma tiene que atravesar para lograr los objetivos.

D: Por ejemplo, la música está para dar un mensaje pero el mensaje no siempre puede llegar, es necesario preparar el antes y el después del concierto, porque la gente solo puede quedarse en la música.

F: Es la cuestión personal, revanchas personales de quién figura, quién hace más, quién tiene más años, que es un obstáculo. Pero no solo de Diabluma sino de la sociedad en general, entender qué es lo individual y lo colectivo, entender que se está trabajando en un proceso colectivo. Es un espacio de discusión, por ejemplo estas discusiones que tienen el Augusto, el Fernando y la Daya son permanentes, sobre si sirve hacer un concierto o no. Otra de las grandes limitaciones es de la conciencia, porque se podrían hacer más cosas si hubiera más gente trabajando permanentemente o si podríamos superar los temas de si yo soy el más bacán o no.

ANEXO 5: HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN

ENCUESTA

Marque en cada pregunta con una (X) según su criterio:

Edad:

Sexo: Femenino Masculino

1) ¿Conoce a la Organización Diabluma?

Sí No

Si su respuesta es negativa, por favor responda desde la pregunta 7.

2) ¿Conoce el trabajo de esta organización?

Sí No

¿Cómo conoció de su trabajo?

Prensa Escrita Radio TV Internet

Noticias

3) ¿Asiste a eventos organizados por Diabluma?

Sí No

4) ¿Considera que el trabajo de Diabluma cubre sus necesidades políticas y sociales?

Sí No

5) ¿Se siente representado por Diabluma?

Sí No

6) ¿Ha trabajado en algún proyecto con Diabluma?

Sí No

¿Considera que el proyecto en el que participó mejoró las condiciones de participación de la juventud?

Sí No

7) ¿Conoce otras organizaciones dedicadas a generar espacios de participación social y política para la juventud en la ciudad?

Sí No

¿Cuáles?

ff

¿Cómo conoció de su trabajo?

Prensa Escrita Radio TV Internet

Noticias

8) ¿Ha participado usted en alguna de estas organizaciones dedicadas a generar espacios de participación política y social para la juventud?

Sí No

GRUPOS FOCALES: PREGUNTAS

PERCEPCIÓN DE DIABLUMA:

- ¿Qué es Diabluma para usted?
- ¿Cómo se percibe actualmente su imagen?
- ¿Qué calidad de trabajo ofrece Diabluma?
- ¿Cómo es la su participación dentro de los proyectos de Diabluma?
- ¿Qué necesita usted de Diabluma?
- ¿Cómo apoya Diabluma sus necesidades particulares?
- ¿Qué ventajas encuentra usted en el trabajo que realiza Diabluma con el grupo la que usted pertenece?
- En caso de pertenecer a otro colectivo, ¿qué diferencias predominantes encuentra usted entre su colectivo y el colectivo Diabluma?

TRABAJO DE DIABLUMA:

- ¿Cómo ve usted el trabajo que realiza Diabluma?
- ¿Qué mejoras deberían realizarse dentro de Diabluma para efectivizar su trabajo?
- ¿Conoce usted los logros de Diabluma? ¿Qué opina de ellos?
- ¿Qué beneficios adicionales espera de Diabluma?
- ¿Qué expectativas tiene con respecto al colectivo?
- ¿Se involucraría en el desarrollo de proyectos compartidos entre usted y Diabluma?
- ¿Qué tipo de servicios deben optimizarse dentro de Diabluma según su opinión?

DIABLUMA EN LOS MEDIOS PÚBLICOS:

- ¿Recibe novedades y noticias sobre Diabluma? ¿Cómo?
- ¿Cuál es el medio más efectivo para usted al momento de recibir información de Diabluma?
- ¿Cada cuánto tiempo quisiera recibir actualizaciones sobre eventos, novedades y proyectos desarrollados por Diabluma?
- ¿Asiste a las invitaciones de Diabluma? ¿Por qué?

ENTREVISTAS: PREGUNTAS PERSONALIZADAS

Psicólogo Educativo: Impacto social del grupo, construcción del joven, importancia de la libre expresión, trascendencia de la motivación a realizar proyectos, conflictos comunes en el trabajo de un colectivo, posibilidades de la imagen del colectivo versus su realidad, rebeldía juvenil, liderazgo.

Comunicador: Papel de los medios dentro de la construcción del conflicto adultos-jóvenes, medios como posibilidad de acceso público, papel del periodista dentro del manejo de información pública, pautas para conciliar grupos humanos a través de la comunicación, tipo de comunicación de los colectivos, comunicación efectiva a masas, manipulación comunicativa.

Sociólogo: Dinámica de los espacios de participación juvenil, construcción de estrategias para grupos humanos, apego mediante la recuperación de símbolos ancestrales, influencia grupal, métodos de liderazgo sociales, espacio público, participación social, construcción de la juventud.

Educador: Cómo se construye al joven en el sistema educativo, formación de la personalidad, relaciones jerárquicas, autoritarismo, rebeldía, eficacia de las agrupaciones efectivas, necesidades de la juventud, desarrollo de la conciencia social, conflictos del crecimiento.

Boy Scouts Ecuador: Qué hacen, cómo eligen a sus integrantes, por qué fueron creados, qué necesidades de los jóvenes cubren, qué enseñan, cómo se organizan, qué tipo de jerarquía manejan.

Grupo Juvenil de la Parroquia de La Asunción: Cómo se creó, qué hacen, qué rituales cumplen, qué funciones tienen, cómo se organizan, cómo eligen a sus miembros, qué ofrecen a los jóvenes, qué intereses cubren dentro del panorama juvenil.