

## UN ORGANISMO PÚBLICO CON UN FIN SOCIAL EN UN MERCADO DE CONSUMO ¿REALIDAD ANTAGÓNICA?

**Diana Cano**

Lic. Ciencias de la Comunicación

**Silvana Tanca**

Lic. Ciencias de la Comunicación

### Resumen

La presente ponencia consiste en un análisis del rol social de un organismo público, como es el del Instituto Nacional de la Juventud del Ministerio de Desarrollo Social, y su relación con la elaboración de políticas públicas destinadas a la población juvenil.

Dentro de los objetivos del INJU se encuentra la planificación, el diseño, el asesoramiento, la articulación, y la ejecución de políticas públicas de juventud en Uruguay, revitalizando así el papel de los jóvenes como actores sociales estratégicos y potenciando su participación en diversas áreas sociopolíticas.

Uno de los programas del INJU: Tarjeta Joven, busca disminuir las inequidades sociales, mejorar los niveles de participación de la cultura juvenil, y reforzar la comunicación con sus beneficiarios. En este sentido, el comunicador trabaja como un agente de cambio ayudando a las instituciones a adaptarse a nuevos desafíos del entorno y utiliza los medios de comunicación como una red de difusión de principios.

A partir de la investigación en desarrollo surgen las siguientes reflexiones: ¿Qué estrategias puede elaborar el comunicador para generar escenarios de participación social?, ¿cómo genera una difusión efectiva de las políticas públicas hacia la cultura juvenil?, en un mercado tan competitivo, ¿es posible que la Tarjeta Joven logre los objetivos propuestos?

El análisis que presentamos a continuación es el resultado del relevamiento de información de medios digitales y materiales, muchos de ellos proporcionados por la propia Institución, de entrevistas realizadas con referentes de distintas áreas del Instituto Nacional de la Juventud, y de observación

participante.

## Introducción

La presente investigación consiste en un análisis que comenzó en el año 2014, a partir de una práctica pre profesional con el programa Tarjeta Joven del Instituto Nacional de la Juventud (INJU) dependiente del Ministerio de Desarrollo Social (MIDES). Analizamos la evolución del rol social de éste organismo y su relación con la elaboración de políticas públicas, destinadas a una población comprendida entre los 14 y los 29 años.

El INJU se creó por ley el 28 de diciembre de 1990, dependiendo de diferentes Ministerios hasta establecerse en la órbita del MIDES en el año 2006. Dentro de los objetivos del INJU se encuentra la planificación, el diseño, el asesoramiento, la articulación, y la ejecución de políticas públicas de juventud en Uruguay, revitalizando así el papel de los jóvenes como actores sociales estratégicos y potenciando su participación en diversas áreas socio-políticas.

En este quinquenio (2005-2009), las prioridades definidas por el gobierno estaban decididas a avanzar en cinco ejes estratégicos: Uruguay Social, Democrático, Integrado, Productivo e Innovador. De esta manera impulsar un desarrollo humano sustentable, avanzando hacia una sociedad de aprendizaje, estimulando la innovación (Lineamientos de Políticas Públicas en Ciencia, Tecnología e Innovación, 2007)

## Políticas Públicas y gobierno

El Plan de Acciones de Juventudes 2015-2025 elaborado por INJU, define políticas públicas como acciones, implementadas por un periodo de tiempo determinado, que son evaluadas y monitoreadas, a los efectos de medir y observar los cambios esperados. Constituye un proceso que se desarrolla por etapas, que cuenta con dinámicas propias y en las cuales están presentes diversos actores, que conforman un entramado de relaciones en la toma de decisiones de política, en la búsqueda de acuerdos con el objetivo de llegar a posibles resultados. (Plan de Acciones de Juventudes, 2014, cap. Propuestas, p.21)

Según el Dr. Fabián Repetto las políticas públicas son “el conjunto de intervenciones públicas

realizadas por el estado destinadas a dar respuesta a los problemas sociales y/o demandas que tienen origen en el proceso de reproducción y socialización de los individuos en una sociedad” (Repetto, citados por Pierri, 2014, p.70)

El INJU es uno de los organismos destinados a dar respuesta a estos problemas y demandas sociales, en un público objetivo heterogéneo, que involucra preadolescentes, adolescentes y jóvenes. Resulta interesante pensar lo público como algo que está hecho de Estado pero también está hecho de sociedad, como dice Martín Barbero (2008), y es por lo tanto heterogéneo, diverso, y conflictivo. Trabajar sobre las demandas de un contexto que es complejo y cambiante, porque comprende diferentes realidades sociales, económicas y educativas, implica no solamente un esfuerzo de lo público sino que necesita un esfuerzo coordinado entre el Estado y la sociedad.

En este sentido el INJU desarrolla diferentes programas que promueven el intercambio, la creación y la participación de sus públicos juveniles. Sin embargo, no solamente se trabaja generando programas para jóvenes sino con jóvenes, empoderándolos, estimulando la accesibilidad y participación. La construcción de las políticas públicas debería tener un gran componente de participación social, de activismo, y de compromiso.

En este sentido Martín Barbero (2008) reafirma la necesidad de encontrar políticas públicas “no uniformadoras”, es decir, que se planteen la heterogeneidad de lo público y que sean capaces de posibilitar la presencia, la visibilidad de la diversidad social, incluyendo a las minorías o grupos disidentes.

Entre las funciones del gobierno se destaca la idea de conducción y de guía, sin embargo esto no es suficiente, ya que se hace necesario coordinar recursos y especificar tareas para lograr sus metas establecidas. Pensar escenarios futuros permite tomar decisiones, prevenir y anticiparse. Es necesario considerar las necesidades y las demandas. El gobierno debe realizar seguimiento, evaluación y corrección de políticas, además de monitoreo y control de gestión.

Cada vez son más los actores en el debate de la formulación y de la implementación de políticas. Se han ampliado las áreas de intervención de las administraciones públicas, se han creado espacios específicos de encuentro y de intercambio de información entre instituciones y entidades, desarrollado instancias de participación enfocada a grupos con características determinadas -como son la tercera edad, el medio ambiente, el deporte, la discapacidad- pero también reafirmando

diferenciaciones territoriales, barrios, zonas, regionales. Es un desafío para un sistema tradicionalmente jerárquico, aggiornarse a las necesidades y las demandas de un público diverso que participa y que desafía la legitimidad de su rol.

Por sus implicancias sociales, así como por su función de crear espacios de debate con amplitud y participación ciudadana, el INJU tiende a la distribución y no a la concentración de poder. Uno de sus objetivos apunta a descentralizar el dominio político, generando impactos y acciones sobre la sociedad. El INJU no solamente facilita el acceso a beneficios como productos y servicios, sino que impulsa y motiva a su público a “circular” por la ciudad, trabajando en la democratización y apropiación de espacios comunes.

### El rol del comunicador

Dice Etkin (1997) que para que un sistema sea viable, es decir que se asegure un desarrollo sostenible a largo plazo, requiere un sustento que no sea la imposición desde el poder sino del plano de la comunicación. Entendemos que el comunicador trabaja como un agente de cambio ayudando a las organizaciones a adaptarse a estos nuevos desafíos del entorno.

A través de la comunicación se da a conocer lo que se está haciendo, es una herramienta de difusión que permite a los jóvenes empoderarse y hacer valer sus derechos. Enriquecer el acceso a la información veraz es una manera de direccionar las situaciones emocionales coyunturales o subjetividades individuales que pueden surgir.

Son varios los autores que se remiten a los conceptos de cooperación y coordinación en esta materia, como forma de lograr los objetivos propuestos por las organizaciones. Uno de los principales exponentes es Gary Kreps (1995) que considera a la comunicación como una herramienta que ayuda a obtener éstas actitudes, según el autor las personas utilizan la comunicación para obtener información de los otros y para proporcionársela. La información cobra un rol fundamental ya que es la que puede determinar que las personas cooperen.

“...la comunicación es el proceso que permite a la gente coordinar sus conductas...da fuerza a las personas para trabajar juntos hacia la consecución de los fines propuestos...la gente mediante las actividades sociales establece acuerdos mutuos de relaciones aceptables a través de modelos ritualizados de comunicación con los otros. Estos acuerdos relacionales se dirigen hacia modelos

interdependientes de interacción, para coordinar sus esfuerzos hacia objetivos comunes. El desarrollo de las relaciones es, por tanto, la clave para la coordinación interpersonal, y las comunicaciones humanas son el instrumento que la gente usa para establecer y mantener unas relaciones efectivas”. (Kreps, 1995, p.5)

El Instituto maneja un gran flujo de información que prepara a las juventudes para la toma de decisiones y la participación colectiva. Se difunde por diferentes canales, mayormente digitales, articulándola con los referentes regionales, quienes se encargan de generar instancias de diálogo y retroalimentación. Definir estrategias y políticas públicas implica un acercamiento, un diálogo con los públicos.

El INJU se plantea “siempre llegar un poco más lejos”, para ello apuesta no solo al uso de las redes sociales como canal de difusión y comunicación, sino a la priorización y organización de la información. “Es imposible que todo el mundo esté enterado de todo. O somos unos genios o estamos haciendo muy poquito” dijo el Lic. Federico Barreto<sup>1</sup>, Director de INJU.

Asimismo expresó que es necesario que todos los equipos estén enterados de todo lo que se hace.

En la búsqueda de la reivindicación y promoción de los derechos juveniles, el Instituto combina propuestas que considera grandes diferenciales en términos de impacto. Entre ellas: la participación directa ciudadana en las decisiones públicas y la concepción de una <sup>1</sup> En entrevista realizada en noviembre 2017.

comunicación que trabaje transversalmente al ámbito público. No solamente en los resultados sino en los procesos, en la estrategia y en el diseño de las acciones y campañas.

Para un Instituto que trabaja en todo el territorio nacional, son esenciales las giras regionales, los encuentros horizontales, la retroalimentación y el diálogo constante con su público objetivo. Es imprescindible trabajar la comunicación interna entre los representantes regionales (que pueden ser distintas Intendencias, Juntas Departamentales o entidades, cada una con sus particularidades), articularlos con los diversos públicos y mantener la constante circulación de información.

## Tarjeta Joven

Durante la práctica entendimos como fundamental, reforzar la comunicación de Tarjeta Joven con sus beneficiarios, porque trabajando desde allí podríamos lograr una eficiente comunicación para con los usuarios, fortalecer las relaciones, logrando una mejora en los niveles de interacción y participación de la cultura juvenil.

Este programa no pretende ser competencia, ni se identifica como una tarjeta de beneficios para adquirir bienes y servicios, sino que se define como promotora de los derechos de los jóvenes. Actualmente si bien existe el plástico con diseños personalizados, Tarjeta Joven es una aplicación, pasible de ser descargada por teléfonos celulares. A través de ella las juventudes reciben información sobre sus derechos, oportunidades, eventos y servicios a los que puede acceder, en todo el territorio nacional.

Tarjeta Joven es parte de un conjunto de diferentes programas, cada uno con un vínculo particular y una forma determinada de relacionarse con las juventudes. El comunicador trabaja varias líneas de acción para generar participación, algunas implican ir al territorio, ya que necesitan de una estrategia de comunicación para que los jóvenes se involucren y se acerquen.

En conclusión, consideramos acertada la decisión del INJU de involucrar a Tarjeta Joven con otros programas que forman parte de las políticas públicas, así como desarrollar una aplicación que abarque diferentes servicios para que los jóvenes puedan empoderarse y hacer valer sus derechos, y se enmarca en los objetivos del Plan de Acciones de Juventudes 2015- 2025.

La posibilidad de coordinación, cooperación y participación en los programas de políticas públicas, son importantes para el proceso de conformación de la ciudadanía, y genera compromiso y democratización. La comunicación como herramienta de difusión, se hace indispensable a la hora de fortalecer los vínculos Estado-sociedad.

#### Bibliografía

Etkin, J. & Schvarstein, L. (1997). Identidad de las organizaciones. Paidós: Buenos Aires.

INJU (2014). Plan de acciones de Juventudes. Montevideo, Uruguay.

Kreps, Gary L. (1995). La comunicación en las organizaciones. Estados Unidos: Addison- Wesley Iberoamericana.

Lineamientos de Políticas Públicas en Ciencia, Tecnología e Innovación (2007).

Recuperado de [http://spin-be.unesco.org.uy/subida/documentosRelevantes/innova-uy\\_politicas\\_publicas\\_c ti\\_22dejun07.pdf](http://spin-be.unesco.org.uy/subida/documentosRelevantes/innova-uy_politicas_publicas_c ti_22dejun07.pdf)

Martín Barbero, J. (2008). Políticas de la comunicación y la cultura: claves de la investigación. Documentos CIDOB. Dinámicas interculturales. CIDOB.

Pierrri, L. (2014). La coordinación interorganizacional en Políticas Públicas Sociales de Infancia: ¿Ahora se trata de coordinar?. Tesis de Maestría no publicada, Universidad de la República, Facultad de Psicología, Montevideo, Uruguay.