

# **Estrategias comunicacionales digitales de las organizaciones sociales de la ciudad de Rafaela.**

Marianela Tallano y Sofía Nora Beltramo.

Cita:

Marianela Tallano y Sofía Nora Beltramo (2019). *Estrategias comunicacionales digitales de las organizaciones sociales de la ciudad de Rafaela. XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-023/621>

## **Estrategias comunicacionales digitales de las organizaciones sociales de la ciudad de Rafaela**

**Nombre y Apellido Autores: Sofía Beltramo, Candela Esquerro, Erica López, Mario Russo, Marianela Tallano.**

**Eje Temático:** (Por ejemplo: “Eje 2: Economía, Trabajo”) Nombre de mesa (Por ejemplo: “Mesa 23: Desigualdades y heterogeneidades en el mundo del trabajo”)

**Institución de pertenencia:** Universidad Nacional de Rafaela (UNRaf)

**E-mail:** mario.russo.ias@gmail.com

### **Resumen/ Abstract**

*La ponencia analiza las prácticas y estrategias comunicacionales, basadas en el uso de las tecnologías digitales e Internet, en dos tipos de organizaciones sociales de la ciudad de Rafaela: las tradicionales y las nuevas, surgidas en los últimos diez años y cuyas temáticas están relacionadas con lo que se ha denominado nuevos movimientos sociales (Melucci, 1989).*

*Se hace foco en la manera en que estas organizaciones combinan las prácticas cara a cara y las mediadas por las tecnologías digitales, analizando a partir de allí la construcción de las subjetividades e identidades colectivas y su inserción en la cultura digital. Se realiza una comparación entre ambos tipos de organizaciones tomando como indicadores los modos de utilización de estas tecnologías y el rol que cumplen para alcanzar los objetivos de cada organización. Además, se estudian las producciones intelectuales - materiales escritos, programas de radio, imágenes, audiovisuales- de estas organizaciones sociales, centradas en la acción colectiva, tanto en espacios de encuentro en línea como presenciales.*

*Palabras claves: Cultura digital, organizaciones sociales, tecnologías digitales, medios de comunicación digitales.*

## Introducción

Rafaela es una ciudad ubicada en el centro-oeste de la Provincia de Santa Fe, perteneciente al Departamento Castellanos. Se localiza a unos 90 km de la capital provincial, a 234 km de Rosario, a 292 km de Córdoba y unos 540 km de la ciudad de Buenos Aires. Para el año 2010, la ciudad contaba con una superficie de 162 km<sup>2</sup> y una población total de 91.571 habitantes, según los datos obtenidos a partir del Censo Nacional de Población y Vivienda de ese año (INDEC, 2010). Sus orígenes, como otras ciudades y pueblos de la zona, se remonta al proceso colonizador del último cuarto del siglo XIX que buscaba insertar a la Argentina en el mercado capitalista mundial mediante la producción y el abastecimiento de productos derivados del agro pampeano. Por este motivo, desde 1880 en adelante, las tierras disponibles en la llamada *pampa húmeda* sufrieron un vertiginoso proceso de apropiación y subdivisión y fueron pobladas mediante la llegada de inmigrantes italianos, predominantemente de la región del Piamonte, y de suizo-alemanes que llegaron para explotar estas tierras aptas para el cultivo de cereales.

La conformación y configuración de la industria de Rafaela estuvo íntimamente ligada al desarrollo de la actividad agropecuaria. A partir de los años veinte, y con más fuerza luego de la crisis de los años treinta, comienza a estructurarse un sistema de producción manufacturero que tuvo como eje la transformación de productos primarios locales y la producción de maquinaria agrícola. En los años 60s, el dinamismo de la actividad manufacturera se desplazó de la producción de maquinaria agrícola a la producción de autopartes, compartiendo a su vez una fuerte dinámica con la producción de maquinaria y equipo para la industria alimenticia y de insumos para la ganadería. Hacia fines de la década de 1990, el conjunto de industrias de Rafaela (especialmente la metalmecánica) logró incrementar su participación en los mercados externos, evidenciándose una creciente expansión de sus negocios. Los años posteriores al derrumbe del sistema de convertibilidad, especialmente a partir de mediados del año 2002 y principios de 2003, muestran un cambio impulsado por una política cambiaria favorable y un escenario económico mundial próspero para los bienes transables nacionales, situación que favoreció la diversificación productiva local y logró afianzar el vínculo agro industrial rafaelino. Hoy, la ciudad de Rafaela cuenta, según los datos de la municipalidad local, con 378 industrias y fabrica 296 productos elaborados diferentes. En este sentido, tal como afirma Albuquerque (2008; 7), en la

actualidad, “*la fortaleza del entramado económico de la ciudad tiene su correlato directo en la creación de puestos de trabajo y la calidad de vida de la población*”.

Sin embargo, un dato destacado a tener en cuenta para comprender la fortaleza de dicho entramado económico, es la relación público-privada, reflejada en el surgimiento de una serie de organizaciones del sector privado, que comenzó a gestarse a partir finales del siglo XIX y se expandió rápidamente en las primeras décadas del siglo XX. Desde muy temprano, surgió una minoría urbana con una conciencia participativa pública y privada que canalizó sus esfuerzos en una participación institucional muy activa, situación que con el paso del tiempo se transformó en una característica de la estructura social rafaelina que se refleja hasta el día de hoy.<sup>1</sup>

Sin embargo, el cambio de milenio plantea un gran desafío comunicacional para estas organizaciones. La transformación de las sociedades industriales tradicionales en postindustriales, generó el surgimiento de una cultura digital atravesada por prácticas comunicacionales con base en las tecnologías digitales e Internet que, además, permiten la realización de producciones intelectuales muchas veces relacionadas con la libre distribución del conocimiento. Por dicho motivo, nuestro objeto de análisis se centra en la relación entre estas organizaciones y las tecnologías digitales, atendiendo a las dificultades que se les presentan a la hora de insertarse en la cultura digital.

En el contexto de esta ponencia analizaremos el uso de las tecnologías digitales para alcanzar sus objetivos institucionales, tanto de las organizaciones sociales nuevas como de las tradicionales de la ciudad de Rafaela, en el contexto de dicha cultura digital.

### **Marco teórico. Cultura digital y organizaciones sociales.**

La ponencia utiliza como marco general el concepto de *cultura digital* (Lévy, 2007), que incluye el análisis cultural de los usos sociales de Internet. En este contexto, el cambio tecnosocial de las sociedades contemporáneas no sólo está relacionado con las formas dominantes de información, comunicación y conocimiento, sino también con

---

<sup>1</sup> Este tema ha sido bastante abordado por la historiografía y los estudios sociales locales. Para profundizar véase:

**Chemez de Eusebio, M. y otros** (1982); **Imfeld, D.** (1984; 1998; 2001); **Miassi, D.** (1985); **Culasso, A.** (1987); **Stoffel, L.** (1995) y **Vincenti, Ma. I.** (1996), **Quintar, A., Ascúa R., Gatto F., Ferraro, C.** (1993), **Albuquerque, F.** (2008).

transformaciones en la sensibilidad, la ritualidad, las relaciones sociales, las narrativas culturales y las instituciones políticas (Rueda Ortiz: 2008).

Por otra parte, la cultura digital incluye también la imbricación de las tecnologías digitales en los procesos culturales de las sociedades contemporáneas, abordando el concepto de cultura desde la idea del proceso productivo: la producción, circulación y recepción de objetos materiales y/o simbólicos. Así, el estudio de la cultura digital no se agota en el ciberespacio sino que se agrega la *hipertextualidad* entre los distintos medios de comunicación social e industrias culturales (prensa, radio, cine, televisión, etc.) y los procesos de interacción social en el contexto cultural más amplio, en los significados compartidos que se dan dentro y fuera de Internet y en la forma en la que ambos espacios se mezclan en la vida cotidiana (Lago Martínez y otros, 2006, 2008). En este contexto se produce el encuentro de sujetos colectivos y tecnologías digitales en un entramado tecnosocial que configura las prácticas sociales, las formas de interacción, de acción colectiva, los lenguajes, las estrategias comunicacionales y las producciones intelectuales.

A partir de este marco se investiga la forma en la que las organizaciones sociales de la ciudad de Rafaela se redefinen, se organizan y se dan a conocer a partir de su inserción en la cultura digital.

En lo que respecta a las organizaciones sociales, entendidas como grupos de personas que persiguen determinados fines colectivos a partir de la intervención social y/o política, es posible diferenciar entre organizaciones sociales *nuevas* y *tradicionales*. En lo que respecta a las nuevas, es posible entenderlas como aquellas identificadas con valores más generales y universales que los específicos y sectoriales de las organizaciones tradicionales, entendiendo como tales a las agrupaciones asociadas a las instituciones de la sociedad industrial (Lago Martínez y otros, 2006), como pueden ser la familia, las comunidades de intereses y/o creencias.

Por otra parte, las nuevas organizaciones sociales se rigen por nuevos paradigmas de acción colectiva (Clauss Offe, 1992) y sus reivindicaciones son de tipo universal, es decir, se trata de problemáticas que encuentran eco en organizaciones de otras partes del mundo, como es el caso de los movimientos ecologistas, de derechos humanos, feministas, o aquellos que propugnan formas alternativas o comunitarias de producción y distribución de bienes y servicios. Se trataría de un espacio público no estatal con base en la sociedad civil.

## Contextualización y objeto de análisis

En el año 2015 la Subsecretaría de Gestión y Participación de la Municipalidad de Rafaela, en conjunto con el Instituto de Capacitación y Estudios para el Desarrollo Local (ICEDeL) y del programa IncluirSE, perteneciente a la línea de Responsabilidad Social Empresaria del Centro Comercial e Industrial de Rafaela y la Región (CCIRR), elaboraron el primer Mapa Social de las Organizaciones de la Sociedad Civil de Rafaela (OSC)<sup>2</sup>. En consecuencia con lo planteado más arriba, dicho documento arrojó una serie de datos que nos resultan relevantes.

- A partir de los años 80s, con el retorno a la democracia, la sociedad rafaeline vivió un súbito crecimiento del tejido institucional, por lo que en menos de un cuarto de siglo surgieron más organizaciones que en los primeros cien años de vida de la ciudad.
- Existen en la actualidad cerca de 400 OSC, algunas con mayor o menor grado de actividad y presencia que otras, pero cerca de la mitad nacida durante los últimos 25 años. Desde el punto de vista histórico, el momento de mayor surgimiento de organizaciones sociales (22,7% de las instituciones incluidas en la muestra) corresponde a los períodos comprendidos entre 1991 y 2000, mientras que el 15,8% indica el período 1981–1990. Un 14,4% señala como fecha de creación los años que van de 2001 a 2010, el 11,3% de las organizaciones participantes señala el período 1961–1970 y el 7,5% los años 1971–1980.
- Cerca del 12% de la población rafaeline activa (entre 19 y 80 años) dedica tiempo al trabajo social.
- De las 294 organizaciones relevadas, 117 de ellas, lo que conforma más de 39%, corresponden a cooperadoras educativas, clubes deportivos, vecinales barriales e instituciones de culto (iglesias y parroquias).

---

<sup>2</sup> ICEDeL, INCLUIRSE, CCIRR y Municipalidad de Rafaela, *¿Cómo son nuestras organizaciones sociales? Primer mapa social de las organizaciones de la sociedad civil de Rafaela*, Rafaela, julio de 2015.

- Dicho documento solo incluyó a lo que denominamos organizaciones sociales tradicionales, y por consiguiente, no fueron relevadas instituciones de nuevo tipo, ligadas a la cultura digital y la defensa de intereses más globales

Por este motivo, nuestro objeto de estudio se conformó teniendo en cuenta la presencia de dos grandes grupos: las **organizaciones tradicionales** y las **organizaciones nuevas**. De esta manera, intentamos detectar algunas similitudes y diferencias en cuanto a su utilización de los medios de comunicación digital y su posicionamiento frente a ellos. Asimismo, se conformó una tercera categoría destinada a las organizaciones tradicionales, pero que han podido adaptar sus estrategias comunicacionales a la cultura digital redefiniendo su presencia en el espacio social y digital, a las que hemos dado en llamar **organizaciones tradicionales postmodernas**. Estas últimas se diferencian de las anteriores en la medida que, si bien representan y difunden valores e intereses típicos de la modernidad, son capaces de adaptar sus prácticas discursivas a los formatos propios de la cultura digital para escribir, diseñar o componer contenidos que integren soportes tales como: texto, imagen, video, audio, mapas y otros tipos de información emergentes, de tal modo que el resultado obtenido, además, tenga la posibilidad de interactuar con los usuarios. Vale aclarar que el concepto *posmodernidad* no implica una ruptura de la corriente modernista, sino por el contrario, se encuentra estrechamente relacionado con ésta, por lo que es considerado como “(...) *un nuevo escenario, como una valoración de lo moderno y no una revolución contra él (...)*” (Maestre, 1999:2) o como una “*radicalización de la modernidad*” (Giddens, 1994).

Las organizaciones seleccionadas fueron las siguientes:

Organizaciones Tradicionales	Organizaciones Nuevas
Club de Leones Rafaela	Espacio verdad y justicia por Silvia Suppo
Asociación Centro Especial “La Huella”	Colectiva Feminista Enredadera
Fundación Progresar	Asociación “Ni una menos” Rafaela
Sociedad Italiana de Socorros Mutuos “Víctor Manuel II”	Colectivo Z
Organizaciones Tradicionales Postmodernas	
Grupo Juvenil Parroquia Nuestra Sra. de la Guadalupe	

A la vez, analizamos sus formas de comunicación dentro de la sociedad a través del análisis de su aparición en medios tradicionales, sus páginas web o Facebook y el uso de otras redes sociales, preguntamos sobre sus tradiciones y en el caso de las más antiguas sobre el cambio que se produce a través de las nuevas posibilidades de contacto y publicación.

### **Organizaciones Tradicionales.**

Englobamos dentro de este grupo a aquellas que encuadran sus intereses y valores dentro de los ámbitos propios de las sociedades industriales de finales del siglo XIX y de gran parte del siglo XX. Sus acciones se vinculan principalmente con las instituciones surgidas de los principios de la modernidad, tales como la familia, el trabajo, las creencias religiosas o la beneficencia o filantropía. Como rasgo común, son organizaciones sostenidas por la participación activa de adultos mayores de 30 o 40 años, que poseen espacios físicos de encuentro y reunión propios. Si bien utilizan los medios de comunicación digitales a diario, hacen uso poco estratégico de ellos, puesto que son mayoritariamente usados para difundir actividades y no para ganar presencia en el espacio social y virtual.

### **Sociedad Italiana de Socorros Mutuos “V́ctor Manuel II”**

La Sociedad Italiana es una organización tradicional de Rafaela, fundada en 1890 y vinculada al proceso de colonización que dio origen a la localidad. Con casi 120 años de existencia, surgida como una forma de ayuda social, económica y política entre los compatriotas italianos, hoy se aboca principalmente a la difusión de lo que ellos llaman la “italianidad”. Posee un local propio, que es uno de los más antiguos de la ciudad. A lo largo de su trayectoria logró ser referente del campo artístico y cultural local, razón por la cual hasta el día de hoy sus instalaciones se usan para actividades culturales, artísticas y educativas que organiza la Municipalidad u otras instituciones.

Sin embargo, su presencia en la sociedad rafaeline no se ve reflejada en el espacio digital. Esta organización se relaciona de manera incipiente con los medios digitales, contando con una Fan Page de Facebook e Instagram, donde difunden las actividades semanales mediante videos y fotos. Las redes sociales les permiten recibir consultas sobre actividades o gestión de trámites, que la organización responde derivando a las instituciones

adecuadas. Además, se sirven de un correo electrónico de Hotmail y WhatsApp como uso exclusivamente interno de coordinación entre la comisión directiva.

Un dato para tener en cuenta es la restricción en la cantidad de personas que manejan las redes sociales de la organización. El objetivo es controlar los contenidos que se suben puesto que, según lo expresado por los entrevistados, tienen cierta desconfianza en relación con el uso de estas redes. Por este motivo, solo consideran a las redes sociales como un medio más de consulta y difusión, equiparable con los afiches o comunicados de prensa. Otro punto a tener en cuenta es la cordial relación con los medios de comunicación tradicionales, principalmente la prensa escrita, a los que recurren para difundir eventos puntuales. Al ser una institución sin fines de lucro, la colaboración y el trabajo de los miembros es voluntario, con tiempos limitados, por lo que no pueden designar como labor continuada y específica la gestión de las redes. Tampoco ven viable dejar librada a cualquier integrante la tarea de publicación, ya que la comisión directiva posee un criterio y una visión de la institución y de la *italianidad* que, según lo expresado por los integrantes de dicha comisión, se puede perder o mal interpretar en las redes sociales. Por esta razón, el uso de las redes y de la información en general responde a un criterio y una política implícita de “*neutralidad política*”, abocados únicamente a difundir eventos o actividades. Un problema detectado desde la organización es la ausencia de jóvenes, ya que las personas vinculadas a la institución son ancianas y les cuesta mucho que las nuevas generaciones se interesen y comprometan con la participación.

### **Fundación Progresar**

Es una organización tradicional en Rafaela, nace en la década de 1930 por iniciativa de un grupo de mujeres dentro del seno de la Sociedad Espiritismo Verdadero para ayudar a familias de escasos recursos. Se dedicaron a la realización de acciones solidarias básicas, tales como confección de ropa, visitas a enfermos o asistencia solidaria. Desde 1956, ampliaron sus acciones mediante la creación de espacios para alimentación y talleres de oficios para niños. En 1981 nacen los Talleres de Oficio desde la Agrupación Juvenil de la Sociedad Espiritismo Verdadero y, en consecuencia, la necesidad de formar en oficios a los chicos que terminaban la educación primaria y no continuaban los estudios secundarios (en aquel entonces no obligatorios). En formato de educación no formal, se dictaban cursos de carpintería, soldadura, costura, cocina y artesanías. Aunque es una organización que genera

actividades de las que participa la familia en su conjunto, la mayoría de sus miembros son adultos mayores a 40 años, tanto hombres como mujeres, vinculados al espiritismo. Otro dato importante es que la organización cuenta con edificio propio, inaugurado en abril de 2002.

Si bien tiene acceso a los medios de comunicación digitales, son utilizados como una forma de difundir y ampliar sus campañas solidarias. Por ejemplo, utilizan su página en Facebook para promocionar la venta de pollos para juntar fondos, la recolección de ropas o zapatos para donación. Otra constante es el uso de grupos de WhatsApp entre los organizadores para coordinar las tareas de los distintos grupos. Sin embargo, más allá del acceso a las redes de comunicación digital, expresan que carecen de un perfil especializado en el manejo de estas tecnologías de comunicación y, por lo tanto, no logran aprovechar todo su potencial. Otra problema que manifestaron durante las entrevistas fue la falta de recambio generacional, ya que si bien en la Fundación participan jóvenes (muchas veces los hijos de sus miembros), no logran que estas personas se comprometan con la realización de ciertas actividades, como podría ser la comunicación a través de las redes sociales.

### **Club de Leones**

Es una organización filantrópica internacional fundada en Estados Unidos en 1917 y con presencia en Rafaela desde 1960. Posee una sede propia en un local céntrico de la ciudad. Al tener contacto permanente con la sede central en Estados Unidos utilizan asiduamente las tecnologías digitales, ya que deben enviar diariamente y de manera *on line* imágenes y videos de las actividades realizadas, así como también la cantidad de horas de trabajo de los participantes, el control de fondos y donaciones, etc. A partir de estos datos se realiza un informe mensual.

Hacen uso de las redes sociales como Facebook y WhatsApp para la comunicación interna y con los socios, manejadas por los comités de cultura, educación, prensa y difusión, que además se encargan de la comunicación con los medios masivos tradicionales. Según lo expresado por los entrevistados, la política comunicacional es muy organizada, lo que garantiza la actualización constante de la información. Cuentan con una página web y un sistema de intranet propio a nivel distrital, a través de ella mantienen una comunicación interna fluida y comparten materiales *on line* con integrantes de otras sedes. Sin embargo, y tal como sucede en otras organizaciones, los jóvenes no se interesan por las actividades de la

organización. Según los entrevistados, esto dificulta el manejo de las redes sociales, puesto que los pocos socios activos no se encuentran familiarizados con este tipo de tecnologías, además de que deben realizar muchas tareas simultáneamente.

### **Asociación Centro Especial “La Huella”**

Es un centro para personas discapacitadas formado en el año 1995. Posee dos sedes propias, una céntrica y otra en las afueras de la ciudad. Esta organización forma parte de las tradicionales por su campo de acción, relacionado con la ayuda a personas con discapacidades y a sus familiares, aunque muestran un uso novedoso de los medios de comunicación digitales. Sin embargo su trabajo no consiste únicamente en el apoyo a sus integrantes, sino que gran parte de su actividad se centra en la lucha contra la discriminación. Para ello, utilizan activamente los medios tradicionales y redes sociales con diferentes funciones. Su principal medio de comunicación es Facebook, donde publican sus actividades, trabajos y logros, ya que parte de su estrategia comunicacional consiste en dar a conocer a la comunidad lo que hace esta organización.

Por otro lado, su participación en las redes se orienta a combatir la discriminación y pone en discusión lo que se considera “normal” en la sociedad. De esta manera, la comunicación también se transforma en un campo de lucha por los derechos de sus concurrentes y, por extensión, de todas las personas con discapacidad. En este sentido, buscan concientizar a la población, evitando una postura compasiva, lo que consideran contraproducente para su labor. La estrategia consiste en “desdramatizar” el término discapacidad, ya que consideran que “no hay que tenerle miedo”. Por ese motivo, la organización focaliza en la integración como elemento clave, para generar la aceptación de sus miembros en la sociedad y la lucha por sus derechos completos. Esta claridad en el objetivo comunicacional los ha llevado a tercerizar el manejo de la comunicación externa contratando a un especialista, que además es ex miembro de la organización. A la vez, poseen una política de comunicación interna para comunicarse entre las sedes.

Por otro lado, utilizan las redes sociales, los medios audiovisuales y la expresión artística, para la labor terapéutica, que incluye la interacción social y el fortalecimiento de los lazos entre las personas. Al mismo tiempo, trabajan mucho a través de la imagen, como expresión identitaria y en relación con la expresión artística. Por otra parte, las redes sociales

les permiten compartir diferentes tipos de contenidos, incluyendo de esta manera a quienes poseen discapacidades visuales, auditivas o relacionadas con el habla. Los talleristas crean y administran las cuentas Facebook, priorizando la autonomía de los concurrentes a la hora de subir contenido.

### **Organizaciones nuevas.**

Las organizaciones nuevas están ligadas a la cultura digital y a la defensa de intereses vinculados a grupos tales como los movimientos ecologistas, de defensa de los derechos humanos, feministas, colectivos por la diversidad sexual, por solo mencionar algunos ejemplos. Como norma común, encontramos un comportamiento mucho más heterogéneo en relación con las estrategias comunicacionales llevadas adelante, combinando de forma efectiva medios de difusión tradicionales con digitales. También la presencia mayoritaria, pero no exclusiva, de jóvenes y adolescentes es otro rasgo distintivo.

A diferencia de las organizaciones tradicionales, consideran a las redes sociales como como un espacio de lucha y confrontación política, que les permite expresarse “libremente” sin intermediarios aparentes. Otro punto común es, en la mayoría de las organizaciones, la falta de espacios o sedes físicas propias, por lo que su lugar de acción se encuentra en la vía pública o el ciberespacio.

### **Espacio Verdad y Justicia por Silvia Suppo**

Esta organización se engloba dentro de las llamadas nuevas y surge inmediatamente después del asesinato de la militante por los de Derechos Humanos y ex presa política Silvia Suppo, el 29 de marzo de 2010. Integrada por familiares, amigos de Silvia Suppo y por organizaciones sociales y culturales de Rafaela funciona, además, como “organización de organizaciones”, ya agrupa organizaciones solidarias con la causa. No son un grupo numeroso, se trata de 15 personas repartidas en dos comisiones: judicial y activismo callejero. Poseen un local propio en la ciudad.

La actividad fundamental son las marchas públicas y la organización de actividades culturales tales como murga, teatro, murales, intervenciones y escraches a instituciones públicas (incluidos la Municipalidad, Tribunales y el Juzgado Federal).

La primera consigna fue una estrategia comunicativa, ya que se centró en luchar contra la operación mediática (tradicional y digital) que trató el caso como un crimen civil sin implicancias políticas. Gracias a esta doble labor, lograron la suficiente presión para llevar la causa a la Justicia Federal. Luego de cinco años de fuerte impulso, se realizó el documental audiovisual “Silvia” y se llevaron a cabo acciones de acompañamiento a las organizaciones de Derechos Humanos (DDHH) de todo el país, que incluyeron la participación en Teatro por la Identidad, la denuncia de casos de abuso policial institucional, presentaciones de libros, etc. A través de estas actividades tratan de dar visibilidad a la organización y tejer redes para burlar el “cepo mediático infranqueable” que sufrían a nivel local.

La relación con el poder local también fue problemática, ya que la organización debió disputar su presencia en el espacio social con la organización *Memoria Verdad y Justicia*, institucionalizada y reconocida oficialmente por el gobierno municipal.

Son respecto a las tecnologías digitales, el vínculo es acotado y netamente utilitario, ya que fueron las modalidades tradicionales y analógicas las que registraron el recorrido de esta organización. El uso de correo electrónico fue importante desde el primer momento para centralizar los contactos, mientras que Facebook se usó para difundir las actividades a través de videos y fotografías, con escasa interactividad. Comenzaron a utilizarlo luego de 5 años del nacimiento de la organización (a partir de 2015). Por otro lado, Whatsapp se utiliza para convocar a sus participantes a actividades puntuales de la organización interna. También tuvieron un blog que fue abandonado, en consonancia con los cambios en los usos de Internet, que fue volcándose hacia lo que se denomina “redes sociales”.

Un punto a destacar es que un colaborador independiente se propuso para armar el artículo de Silvia Suppo en Wikipedia y lo actualiza permanentemente.

Si bien son conscientes de su limitación en el uso de las tecnologías digitales, no les resulta un hecho problemático ya que la organización cree haber logrado su objetivo inicial: que se tomara el asesinato de Silvia Suppo como un crimen de *lesa humanidad* cometido por la última dictadura cívico- militar, a pesar de haber sucedido en 2010. Además, consideran como un logro que el ícono con el rostro de Silvia Suppo fue reivindicado por organizaciones que trascienden lo partidario y apoyan las luchas por los derechos humanos, como *Ni una menos* o el *Colectivo LGTIB*, entre otras.

### **Colectiva Feminista Enredadera**

Es una agrupación nueva, con sólo 10 años en la ciudad, que comenzó convocando a mujeres que conversaban sobre los diferentes tipos de violencia que sufría cada una, creando un espacio de sororidad. Con el tiempo, se integran al movimiento “Socorristas en red, feministas que abortamos”, comenzando un fuerte activismo por el aborto legal y el apoyo a mujeres que quieren interrumpir su embarazo. La mayoría de sus miembros son adolescentes y jóvenes de la ciudad que comenzaron a contactarse y compartir inquietudes sobre el tema.

Hacen un uso activo de las tecnologías digitales, que les son funcionales para la comunicación con las mujeres que acuden buscando ayuda y para la articulación con la Asamblea Feminista de Rafaela, que agrupa a múltiples organizaciones políticas. Su relación con las redes sociales en un principio fue a partir de la creación de un blog digital donde escribían producciones propias. Hoy cuentan con Facebook e Instagram para la comunicación con mujeres que necesitan apoyo y para la difusión de información y eventos. El correo electrónico es muy utilizado para la comunicación formal con las instituciones oficiales públicas. En cuanto al WhatsApp, si bien facilita sus comunicaciones internas y con otras compañeras del resto del país, es visto como un obstáculo que impide el encuentro físico más frecuente. Por otro lado, usan los medios tradicionales para difundir eventos y también recurren a difusión analógica como pegatinas, pancartas y flyers.

Consideran que las redes sociales son fundamentales para mostrar su identidad y darse a conocer. Resaltan el uso de Instagram, ya que esta herramienta les permite transmitir en vivo sus actividades y marchas, donde las mismas participantes pueden hacerse escuchar, sin intermediarios ni medios tradicionales que filtren o tergiversen sus demandas y reclamos.

Además es de destacar que, al englobarse dentro de un colectivo mayor, su actividad no se limita solo al alcance de la prensa local, sino que han conseguido difusión en medios zonales y nacionales como el *Diario Uno* de la ciudad de Santa Fe o *Página 12* de Buenos Aires.

### **Ni una menos Rafaela**

Nacida en 2015 al calor del movimiento nacional que fue creciendo en repudio a los femicidios en Argentina, surgió con la idea inicial de plantear actividades culturales y

educativas, pero la realidad de los crecientes femicidios les modificó la agenda y decidieron ocuparse de los hechos vinculados con la violencia de género.

Su relación con las redes sociales es fundamental, ya que la página de Facebook es el principal medio de comunicación con la comunidad, donde reciben consultas sobre violencia de género y numerosos pedidos de ayuda de mujeres a través de la mensajería privada de dicha plataforma. Allí también publican su agenda de actividades en coordinación con la Asamblea Feminista de Rafaela, a partir de notas de prensa, videos y audios de las notas realizadas por los medios tradicionales. Sin embargo, ven la limitación de no poseer una sistematización de la comunicación, ya que, por ejemplo, no existen miembros asignados para esta tarea ni poseen un cronograma de posteos diagramado.

En cuanto a la comunicación interna, utilizan WhatsApp, que tiene la desventaja de limitar sus encuentros personales porque en general las integrantes de esta colectiva son mujeres jóvenes con muchas ocupaciones. El correo electrónico solo es utilizado para comunicaciones institucionales con organismos del Estado.

Aunque su principal medio de comunicación es a través de las redes sociales, las actividades a partir de medios analógicos son fundamentales para esta organización, ya que también se prioriza la difusión a través de folletería en la vía pública.

### **Colectivo Z**

Es una organización nueva, nacida en 2006 y centrada en el arte político. Realizan intervenciones artísticas urbanas que surgen de la agenda social, sobre todo, denunciando lo que consideran hechos de violencia institucional. No poseen una sede o espacio propio, por lo que su espacio fundamental es la calle, entendido como territorio donde se desata la lucha artística y donde tienen presencia con intervenciones que buscan interpelar a las personas que habitan la ciudad.

Actuar y reflexionar en el medio físico y analógico es su interés principal, por lo que llevan adelante la publicación de una revista de baja tirada. No recurren a los medios tradicionales para convocar, aunque se sirven de ellos cuando actúan en espacios sociales mediáticos como marchas.

A causa de la falta total de registros de sus actividades, comienzan a generarlos por su cuenta. Utilizan solamente Facebook, a través de una fan page con publicidad paga. En

ella difunden el registro de las intervenciones artísticas a través de fotos y videos y mantienen la interacción con la comunidad, simpatizantes o no. No usan la red social Instagram ya que, por estar centrada en las imágenes, no les parece funcional para desarrollar reflexiones críticas escritas.

### **Organizaciones tradicionales postmodernas.**

Estas se diferencian de las tradicionales en la medida que, si bien representan y difunden valores e intereses típicos de la modernidad (tales como la familia, la moral cristiana, los rituales religiosos, etc.) son capaces de adaptar sus prácticas discursivas y sociales a los formatos propios de la cultura digital.

La cuestión postmoderna se expresa, no solo en la forma en que redefinen y adaptan sus formas de comunicación a las nuevas redes sociales, sino principalmente, a como se generan nuevas transformaciones en la subjetividad, la ritualidad, las relaciones sociales, las narrativas culturales que afectan a toda la estructura de sentido de la organización, hasta el punto de inclusive generar una ruptura con las formas predominantes de interpretación.

Sin embargo, estas formas no son contradictorias, sino que conviven y se refuerzan mutuamente ya que tienen lógicas de producción, circulación y consumo diferentes que se adaptan a los ámbitos e intereses individuales.

### **Grupo Juvenil Parroquia Nuestra Señora de Guadalupe**

Es una organización orientada a jóvenes católicos con más de 20 años de presencia en la ciudad. Se dedica a nuclear jóvenes de entre 15 y 30 años que comparten intereses y creencias vinculadas con el credo católico, lo cual la transforma en una organización tradicional. Posee un salón de encuentro anexo a la parroquia.

Su relación con las tecnologías digitales es muy activa y permanente. No utilizan los medios tradicionales sino que la difusión de sus actividades es 100% digital. A su vez, en su interior poseen un subgrupo denominado “Pastoral de Medios” que se encarga de crear contenidos audiovisuales, memes y publicaciones de humor con contenido cristiano. Adaptan el lenguaje y las creencias cristianas al humor y la ironía propia de la cultura digital. Esto es un elemento sumamente significativo para comprender el carácter postmoderno de esta organización.

Si bien sus miembros enfatizan que el contenido que publican no es ofensivo y es aprobado indirectamente por los sacerdotes, se suelen generar conflictos con algunos adultos mayores que no llegan a comprender este tipo de humor. El hecho radica en un uso *profano* de la imagen y el nombre de Cristo (satírico, reiterativo y hasta acrítico) y otros actores bíblicos, que es empleado de una forma que rompe con las formalidades y rigideces propias del culto católico.

Por otro lado, aunque la gestión de las redes sociales Facebook e Instagram está a cargo de jóvenes estudiantes de comunicación y periodismo, son conscientes de que no tienen una planificación comunicacional y ambos grupos trabajan a partir de un criterio implícito de no faltar el respeto a las propias creencias ni a las ajenas. Si bien consideran que les falta formación en marketing digital, lo que les serviría para ampliar la audiencia, utilizan las nuevas tecnologías mediáticas con mucha eficiencia, ya que contactan con grupos católicos de otras parroquias de la ciudad, del país e incluso de Latinoamérica. En este sentido, vemos una concordancia entre los objetivos tradicionales de la Iglesia Católica y el uso de las redes sociales, ya que pueden servir como herramienta para alcanzar el viejo ideal ecuménico y universal del cristianismo.

Otro elemento postmoderno es la realización de rituales católicos, como “Rosarios en Vivo” o “lecturas del evangelio” vía Instagram o Facebook. De esta manera, algo tan íntimo y personal como la asistencia a misa o a la interpretación de las sagradas escrituras, puede ser socializado por las redes sociales, rompiendo la barrera tiempo/espacio y generando lo que podríamos llamar, parafraseando a Nicholas Burbules, una “*misa ubicua*”, desarticulado y a la vez aunando los ámbitos público y privado, lo íntimo y lo compartido, lo individual y lo social. Este tipo de adaptaciones generó la aparición de un sacerdote “instagramer” de la localidad de Río Cuarto, cuyo campo de acción ya no se limita a su espacio geográfico barrial, sino que es seguido por miles de usuarios en todas partes del país, transformándose en algo cercano a una estrella o celebridad del momento, siendo él quien asesoró a los jóvenes de la Pastoral de Medios en la creación y administración de sus cuentas virtuales.

En síntesis, estos ejemplos muestran cómo estos jóvenes han podido adaptar las prácticas sociales y discursivas de una institución tradicional milenaria y conservadora como es la Iglesia Católica a los espacios propios de la cultura del ciberespacio.

## **A modo de conclusión**

La difusión masiva de los medios de comunicación digitales en los últimos 15 años ha generado una serie de cambios en el espacio social rafaélino, centrados en el uso de las redes sociales y la aparición de una cultura digital.

Esto ha permitido la difusión de los ideales y objetivos de las OSC de la ciudad de Rafaela, si bien las que hemos caracterizado como nuevas son las que utilizan con más frecuencia estas tecnologías.

De lo analizado hasta el momento, es posible afirmar que la mayoría de las organizaciones tradicionales parecen estar atravesando una crisis en torno de sus formas de comunicación y organización.

Sin embargo, algunas instituciones caracterizadas como tradicionales parecen ser capaces de adaptarse a los cambios planteados por la cultura digital, tal se ha evidenciado en los casos de análisis. Por ello hemos propuesto pensar el entramado de las organizaciones sociales de la ciudad de Rafaela en 3 categorías.

Por un lado, encontramos las *organizaciones tradicionales*, con muchos años de presencia institucional en la ciudad, atravesando un momento de crisis. La mayoría de ellas no logra atraer a las nuevas generaciones, generando incertidumbre respecto de su continuidad en un futuro cercano. Al mismo tiempo, su larga trayectoria y fuerte presencia en el espacio social, no se corresponde con su escasa presencia en el espacio virtual, usado de forma tangencial y con poca interacción. En este punto cabe destacar la excepción de La Huella que utiliza estas tecnologías de manera fluida y como parte fundamental de su accionar.

Por otro, tenemos a las *organizaciones nuevas*. Es posible señalar como elementos característicos de estas la presencia mayoritaria, aunque no exclusiva, de jóvenes y adolescentes entre sus integrantes. Al mismo tiempo, muestran un mayor desenvolvimiento en el uso de las tecnologías digitales, si bien no cuentan con especialistas en comunicación, salvo en el caso de las colectivas feministas.

Estas nuevas organizaciones parecen estar más inmersas que las tradicionales en la cultura digital, lo que les permite compensar la falta de presencia institucional tradicional, ya que en muchos casos no poseen sede física o personería jurídica para participar en los espacios tradicionales de lucha. Por eso mismo, optan por una doble estrategia de

politización de las redes sociales acompañada por una fuerte presencia en la calle o en manifestaciones públicas, enmarcando sus reclamos en la mundialización de la protesta y la simultaneidad de las acciones, las nuevas formas organizativas, la diversificación de las estrategias de acción colectiva y la relevancia de la comunicación en los procesos de activismo social y político.

El último grupo, que hemos dado en llamar, *organizaciones tradicionales postmodernas*, engloba a aquellas organizaciones que sí han podido adaptarse a los cambios tecnológicos comunicacionales planteados en el nuevo milenio. Estas organizaciones si bien representan y difunden valores e intereses típicos de la modernidad (tales como la familia, la moral cristiana, los rituales religiosos, etc.) son capaces de adaptar sus prácticas discursivas y sociales a los formatos propios de la cultura digital, pero de una forma completamente nueva. Con un lenguaje postmoderno que simultáneamente encaja y rompe con las estructuras tradicionales, han logrado redefinir sus propias condiciones de existencia en el ciberespacio, con formas que no son contradictorias con las existentes, sino que conviven y se refuerzan mutuamente.

En función de lo analizado hasta aquí es posible afirmar que, si bien las organizaciones tradicionales parecen tener más dificultades que las nuevas para utilizar las tecnologías digitales con fines de difusión y organización, esta barrera parece no ser infranqueable, tal como lo demuestran La Huella y la Parroquia Guadalupe, quienes han encontrado la manera de sumergirse en la cultura digital, ya sea contratando especialistas, como en el caso de La Huella, o bien adoptando los códigos y la semiótica de la cultura digital en otros ámbitos, como en el caso de la parroquia.

Por otra parte, y por tratarse de una investigación en proceso, cabe preguntarse si la composición etaria de las organizaciones sociales analizadas está directamente relacionada con la utilización de las tecnologías digitales o si, por el contrario, se trata de un indicador más junto con, por ejemplo, una mirada estratégica en materia comunicacional, la composición social, el acceso a financiamiento, entre otras.

A medida que avance la investigación trataremos de responder este interrogante, así como otros que vayan produciéndose en el transcurso del trabajo de campo y el análisis posterior de los datos.

### **Bibliografía:**

- Alburquerque, F; Costamagna, P y C. Ferraro. *Desarrollo económico local, descentralización y democracia. Ideas para un cambio*. UNSAM EDITA, 2008.
- Giddens, A. *Consecuencias de la modernidad*. Alianza Editorial, Madrid, 1994.
- ICEDEL, INCLUIRSE, CCIRR y MUNICIPALIDAD DE RAFAELA, *¿Cómo son nuestras organizaciones sociales? Primer Mapa Social de las organizaciones de la sociedad civil de Rafaela*, Rafaela, julio de 2015 [disponible en [https://www.rafaela.gov.ar/File.aspx?n...t=Mapa\\_Social\\_de\\_Rafaela\\_-\\_2015](https://www.rafaela.gov.ar/File.aspx?n...t=Mapa_Social_de_Rafaela_-_2015)].
- INDEC, *Censo Nacional de Población, hogares y viviendas. Censo del Bicentenario*. 2010 [disponible en [https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/poblacion/censo2010\\_tomo1.pdf](https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/poblacion/censo2010_tomo1.pdf)].
- Lago Martínez S. y otros, *Ciberespacio y resistencias. Exploración en la cultura digital*. 1ra ed. - Buenos Aires: Hekht Libros, 2012.
- Lévy, P. *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Barcelona: Rubí; México: Anthropos, 2007.
- Maestre, A. *La Modernidad en cuestión: fragmentos de un Debate*. Metapolítica en Revista Trimestral. Vol. 3. No. 11 Pp. 1-2. Martín, Chuck. (1999). Las 7 Ciber Tendencias del Siglo XXI, 1999.
- Offe, C. *La sociedad del trabajo: problemas estructurales y perspectivas de futuro*, Alianza, Madrid, 1992