

CONNECTANT SABERS

SÍNTESI D'APRENTATGES EN PROJECTES DE RECERCA I ACCIÓ PARTICIPATIVA SOBRE DESIGUALTATS JUVENILS



SÍNTESI D'APRENTATGES EN PROJECTES DE RECERCA I ACCIÓ PARTICIPATIVA SOBRE DESIGUALTATS JUVENILS

Els projectes següents han estat analitzats en el taller internacional "**Connectant sabers**", organitzat en el marc del projecte "Digna joventut", amb l'objectiu d'extreure els aprenentatges clau de les investigacions i els projectes relacionats amb les desigualtats juvenils.

Desigualtòmetro. Oxfam Brasil.

És un projecte d'escolta social en les xarxes socials sobre la percepció de la desigualtat entre el jovent a la ciutat de São Paulo.

Rostros de la desigualdad. Oxfam Mèxic.

Projecte per generar espais que involucrin les persones joves en l'activisme contra la desigualtat i, en concret, en relació amb el treball de cures en context de pandèmia.

Youth Act! Joves en lluita per la justícia global. Consell de la Joventut de Barcelona, Servei Civil Internacional, Càtedra Re|Generation (amb el suport de la Universitat Pompeu Fabra i el Consorci de la Zona Franca de Barcelona) i Grup de Recerca JOVIS.com.

Creació d'espais de debat, reflexió i empoderament perquè el jovent pugui expressar les seves necessitats i alçar la veu.

Garantia juvenil i ocupació. Universidad de Lleida (Espanya).

Recerca centrada en l'accés de les persones joves al mercat laboral a Espanya i, en concret, seguiment de la política pública de la garantia juvenil a partir del 2013

Joves i investigació. Universitat de València (Espanya).

Ponència que pretén respondre la pregunta següent: "Hi ha particularitats per investigar amb joves?".

Digna joventut. Oxfam Intermon i Càtedra Obra Social "la Caixa" d'Estudis sobre Desigualtats Socials de la Universitat de Lleida (Espanya).

Projecte que pretén transformar les relacions de poder que sustenten les desigualtats juvenils.

CONNECTANT SABERS



Principals aprenentatges

Per començar, algunes **consideracions generals** comunes a tots els projectes:

- És important **deixar de** parlar del jovent com si fos un col·lectiu homogeni, cosa que encara succeeix en alguns àmbits.
- Cal deixar de parlar del jovent sense incloure'l en les investigacions i sense que formi part de les propostes de canvi. Es presenta la idea que les persones joves són **subjectes de dret i han de ser part de la solució**.
- En parlar del jovent, encara es focalitzen en aquest col·lectiu **problemes** que són **estructurals** en la societat, com ara la precarietat laboral. És important parar atenció per diferenciar allò que és específic d'allò que és sistèmic.
- S'ha de deixar de parlar del jovent com el futur de la societat oblidant el seu **present**.

És fonamental **comptar amb la participació real del jovent en totes les fases possibles** del procés de recerca-acció. Si pot ser, la gent jove ha de tenir un **paper protagonista**, d'actor principal. Els projectes presentats ofereixen diferents possibilitats en aquest sentit:

- Persones joves involucrades **des de la fase inicial**, és a dir, en la realització d'un estudi etnogràfic sobre percepcions en les xarxes socials. Aquest estudi va donar lloc al diagnòstic a partir del qual es van desprendre les accions i campanyes.
- Involucració en una **segona fase**, de **formació, acció política** i diàleg. En el projecte "Rostros de la desigualdad", d'Oxfam Mèxic, cinc campanyes van ser totalment dissenyades i difoses per activistes (més de 60 persones involucrades, moltes de les quals no havien fet mai una campanya).
- Participació en **totes les fases** del procés: són les mateixes persones joves les que investiguen, detecten problemàtiques que els afecten i fan propostes.
- Per contra, també hi ha exemples on hi ha marge de millora, com ara el projecte sobre garantia juvenil, en el qual el jovent no va participar en el disseny de programes suposadament pensats per a ell, amb el consegüent distanciament de les seves necessitats.



L'Ariadna, estudia i treballa. Li preocupa la seva inestabilitat laboral present i futura.
@Pablo Tosco/Oxfam Intermon



La Josefina, dona mexicana, fa 7 anys que viu a Barcelona. @Pablo Tosco/Oxfam Intermon

És clau **transferir coneixements i recursos** a les persones joves perquè puguin ser elles les que liderin les campanyes, des de la seva experiència i habilitats, i puguin capacitar-se amb aprenentatges compartits entre tots els actors involucrats.

A més d'investigar d'una manera més participativa, cal destacar la particularitat que **treballar amb joves implica que s'ha de ser més participatiu encara que amb altres col·lectius**, ja que fins i tot Nacions Unides recull la participació com un dret del jovent. Aquesta participació no ha de manipular ni cooptar les persones joves utilitzant-les només per a la recollecció de dades i deixant-les fora de la resta del procés (és molt important no ser extractivistes)

L'INFANT TÉ DRET A EXPRESSAR LA SEVA OPINIÓ I QUE AQUESTA SIGUI TINGUDA EN COMPTE EN TOTS ELS ASSUMPTES QUE L'AFECTIN.

Article 12 de la Convenció sobre els drets de l'infant.

La participació del jovent en les investigacions aporta **avantatges** clars que, encara que puguin resultar evidents, no sempre es tenen en compte::

- Augmenta la motivació i la dedicació. Quan les persones joves se senten part del procés, la seva involucració és molt alta i aporten molta energia.
- Sorgeixen propostes més creatives i proactives.
- Es garanteix la mirada no adultocèntrica.
- S'aconsegueixen una eficiència més gran i una millor qualitat en les respostes de grups diversos.

La interdisciplinarietat és imprescindible.

Es valora molt positivament la col·laboració entre disciplines que aportin una mirada àmplia i complementària, ja que el resultat és molt més enriquidor. En el cas del projecte "Youth Act!", es van combinar perfils de l'àmbit acadèmic i de l'àmbit associatiu en les fases de recerca i propostes, mentre que en la investigació sobre garantia juvenil es va fer combinant el juridicolaboral i el socioeconòmic per a la publicació d'un monogràfic. Les diferents veus multipliquen i donen riquesa tant a l'anàlisi com a les propostes de canvi..

La interseccionalitat és imprescindible.

És important no assumir el grup social jove com quelcom homogeni sinó des de tota la seva heterogeneïtat. Per a això, utilitzar l'eina de la interseccionalitat des de la fase de disseny ajuda a identificar diverses realitats i opressions. En el projecte "Digna joventut" es va tenir en compte aquest enfocament des de la fase de recerca, en la qual es van dissenyar grups de discussió diferenciats pels eixos classe, origen/racialització, identitat sexual i de gènere, rural/urbà, i diversitat funcional.

Actualment, **la digitalització** permet tenir accés a eines que faciliten la participació, com ara les que mostren els resultats d'una enquesta *in situ* o *a posteriori* perquè siguin les persones joves mateixes les que s'autoanalitzin, combinant el quantitatiu amb el participatiu.

CAL ESCOLTAR EL QUE PASSA ALS CARRERS I DONAR-LI ESPAI I VEU

El projecte "Youth Act!" va sorgir d'unes reivindicacions de carrer que van durar dies, en les quals van participar majoritàriament persones joves indignades en el context català. Quan les manifestacions van cessar i els mitjans van deixar de parlar d'elles, silenciant-les de nou, es van crear espais perquè el jovent mateix pogués liderar el procés participatiu i decidís les propostes que calia tractar i les possibles solucions.

Es necessita un temps perquè el procés flueixi amb naturalitat. De vegades, es volen accelerar processos participatius per por que les persones joves es desmotivin o marxin i es perden oportunitats d'aprofundir en el treball. Cal involucrar les persones també en la decisió dels temps que cal dedicar. Si se senten involucrades, difícilment abandonaran el procés.

És important buscar perfils de **joves no tan accessibles**, que no acostumen a estar en espais participatius. Pot ser molt enriquidor i permet ampliar la mirada habitual.

Generar aliances amb entitats juvenils, tant d'acció política com d'intervenció social, amplia la participació a perfils de joves molt diversos. En el projecte "Digna joventut" es va aconseguir la participació de joves amb diversitat funcional, del col·lectiu LGTBIQ+, migrants, etc.

Cal proposar campanyes artístiques amb un component de participació en lloc de simples campanyes de difusió. Diversos aprenentatges:

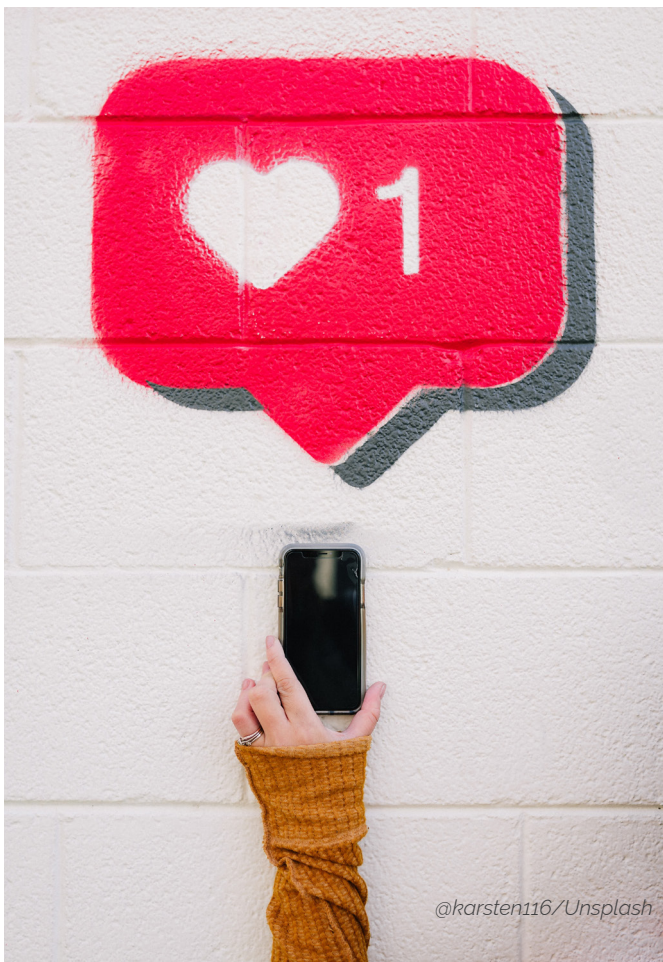
- **Cal apostar per l'art**, més que per campanyes de difusió fetes per una agència o similars. L'art obre altres oportunitats de participació i de col·laboració; les persones s'apropien del projecte i això porta a altres formes de difusió, de més implicació. Al projecte "Digna joventut", hi van participar joves *influencers* dels camps de la il·lustració i la música que, partint de les seves respectives vivències i ampliant el seus coneixements mitjançant les recerques generades, van dissenyar i van crear la campanya pública a les xarxes socials.
- És necessari **donar llibertat a les persones creadores** perquè el resultat sigui autèntic i el procés resulti genuí. Cal deixar clara l'estratègia, però no s'ha d'interferir en la creació.
- Els **mitjans artístics**, a diferència dels convencionals, a més de permetre una àmplia varietat de formats, recullen no només les dades del que ha estat o el que és, sinó que també permeten somiar, imaginar el que pot ser. Pensant en el jovent, és important aquesta mirada al futur.
- **El món artístic és més inspirador.** No es basa tant en la paraula i, per tant, facilita l'accés a persones que no s'expressen tan bé verbalment, és més inclusiu.

El David va néixer a Extremadura.
Va migrar a Barcelona
en busca d'oportunitats.
@Pablo Tosco/Oxfam Intermon



En **context de pandèmia**, es van fer diversos aprenentatges al voltant de les xarxes socials i al treball impulsat amb la participació de joves:

- Les emocions negatives dominaven les converses de les xarxes socials, i es va observar que parlar de la desigualtat com a problema abstracte desmobilitzava o irritava. Aquest *input* va donar la pista per treballar en **exemples concrets** i amb **narratives positives i esperançadores**, com ara l'accés a aigua o la visibilització de les cures. Les persones **van respondre millor** davant propostes concretes.
- Pel que fa al **comportament** de les persones **en les xarxes socials**, en contextos políticament molt polaritzats es va detectar que el públic jove que potencialment tenia intenció de fer alguna cosa per canviar la situació tenia por de ser criticat en les xarxes, un espai ja polaritzat de mena. En aquest sentit, hi va ajudar el fet de simplificar el debat i llançar campanyes amb un enfocament popular i neutre (com ara la d'Oxfam Brasil, amb l'astrologia com a excusa per, a partir d'aquí, poder debatre sobre temes més seriosos). També es va observar que s'animaven a entrar en la conversa més persones a partir del debat impulsat per perfils que es podien percebre com **més neutrals**, com ara determinades persones *influencers*.



Quant als **proveïdors** contractats per a les campanyes, si es treballa amb agències, és important que no siguin tradicionals, que tinguin **persones joves en el seu equip**. En el projecte "Digna joventut" es va prioritzar treballar amb cooperatives socials gestionades per gent jove.

Sobre **propostes o formats innovadors**:

- Cal destacar pel seu component innovador la campanya d'Oxfam Mèxic "Cuidar es chamba", ja que va fer servir **tres tipus de formats** per a la campanya: un de tradicional, un altre fet amb activistes i un tercer fet amb aliances estratègiques amb dos mitjans digitals de gran abast i adreçats al públic jove, Chilango i Pictoline. D'aquesta manera van assegurar una bona difusió i van poder arribar al públic amb el qual volien conversar.
- La presentació de les dades d'una investigació a partir de **fotografies** permet il·lustrar d'una manera més intuïtiva i aterrada com es viu la desigualtat. En el cas d'Oxfam Mèxic, l'aposta per fotografies d'**objectes**, i no pas de persones, va facilitar l'entrada a les cases particulars i a les habitacions i els refrigeradors, que parlaven per ells mateixos, mostrant la realitat més quotidiana.
- Cal facilitar la participació i donar cabuda a la creativitat en la fase de recerca a través de tècniques qualitatives audiovisuals, com per exemple en el projecte "Digna joventut", a través de la **recollida d'experiències** distintives quotidianes a través de fotografies, vídeos i àudios.
- Per tal d'arribar al públic jove, també destaquen com a innovadors els **fotoàudios**, una animació en bucle com les que apareixen a Spotify o YouTube en escoltar música. Això funciona bé perquè ens hem acostumat a mirar un material visual en les xarxes mentre escoltem àudio. És una manera d'ancorar les persones perquè es quedin escoltant allò que volem comunicar.
- Novel·les gràfiques, còmics, diaris audiovisuals on el jovent expliqui les seves experiències a partir de diferents formats (vídeos, TikToks, dibuixos...), decidir col·lectivament una sèrie de paraules clau... Les possibilitats són múltiples, però, en qualsevol cas, cal buscar la participació del col·lectiu jove des del començament fins al final, d'una manera autèntica i genuïna.

CONNECTANT SABERS

SÍNTESI D'APRENTATGES EN PROJECTES DE RECERCA I ACCIÓ PARTICIPATIVA SOBRE DESIGUALTATS JUVENILS



Universitat
de Lleida



OXFAM
Intermón

AMB LA COL·LABORACIÓ DE:



Agència Catalana
de Cooperació
al Desenvolupament



Generalitat
de Catalunya