



**Políticas sociales y emociones
en la era digital**

**Angélica De Sena
(Compiladora)**

De Sena, Angélica

Políticas sociales y emociones en la era digital / Angélica De Sena ;
Compilación de Angélica De Sena. - 1a ed - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Estudios Sociológicos Editora, 2024.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online
ISBN 978-987-3713-56-9

1. Política Social. 2. Digitalización.
CDD 306.01

Diseño de tapa: Elaborado por Florencia Bareiro Gardenal en colaboración con las demás autoras del libro.

Diagramación y corrección: Constanza Faracce Macia.

© 2024 Estudios Sociológicos Editora.

Mail: eseditora@estudiosociologicos.org

Sitio Web: www.estudiosociologicos.com.ar

Primera edición: Octubre de 2024.

Hecho el depósito que establece la Ley 11723.

Libro de edición argentina.

El presente libro puede ser descargado desde el sitio web de nuestra editorial.

Políticas sociales y emociones en la era digital

**Angélica De Sena
(Compiladora)**

Angélica De Sena

Andrea Dettano

Constanza Faracce Macia

Florencia Bareiro Gardenal

Florencia Chahbenderian

María Victoria Mairano

María Victoria Sordini

Rebeca Cena

Estudios Sociológicos Editora

Estudios Sociológicos Editora es un emprendimiento de Centro de Investigaciones y Estudios Sociológicos (Asociación Civil — Leg. 1842624) pensado para la edición, publicación y difusión de trabajos de Ciencias Sociales en soporte digital. Como una apuesta por democratizar el acceso al conocimiento a través de las nuevas tecnologías, nuestra editorial apunta a la difusión de obras por canales y soportes no convencionales. Ello con la finalidad de hacer de Internet y de la edición digital de textos, medios para acercar a lectores de todo el mundo a escritos de producción local con calidad académica.

Comité editorial / Referato

María Rosa Herrera Gutiérrez

Doctora en Ciencias Sociales. Licenciada en Trabajo Social (UNSL). Profesora Titular de Universidad del Departamento de Trabajo Social y Servicios Sociales y Miembro del Centro de Sociología y Políticas Locales. Directora del Master en Metodología Aplicada a las Políticas Públicas. Miembro del Centro de Sociología y Políticas Locales. Su trabajo de investigación se centra en el estudio de los efectos de las intervenciones públicas sobre el desarrollo cívico comunitario y la resiliencia colectiva.

María Noel Míguez Passada

Es Doctora en Ciencias Sociales (UBA), Magíster en Servicio Social (UFRJ) y Licenciada en Trabajo Social (UDELAR). Realizó un postdoctorado en la Universidad de Buenos Aires y otro sobre Prácticas y representaciones políticas en la Universidad París 7, Francia. Es profesora titular del Departamento de Trabajo Social, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de la República de Uruguay. Nivel I del Sistema Nacional de Investigadores.

Enrique Pastor Seller

Catedrático de la Universidad de Murcia (España). Doctor en Sociología. Profesor de la Universidad de Murcia. Promotor y Director Escuela Especialización Profesional de Práctica Social (1998-2006). Vicedecano Facultad (2006-2010). Decano de la Facultad Trabajo Social (2010-2014), Vicepresidente Conferencia Decanos/as Trabajo Social España (2013-2015). Vicepresidente Consejo General Trabajo Social de España (2015-2018). IP Grupo Investigación: «Trabajo Social y Servicios Sociales». IP de Grupo de Innovación Docente. Editor y Director de Azarbe, Revista Internacional Trabajo Social y Bienestar.

Índice

A modo de Introducción <i>Angélica De Sena</i>	9
Bienestar Móvil. Las intervenciones estatales en el capitalismo de plataforma: políticas sociales y aplicaciones móviles <i>Rebeca Cena</i>	23
Las formas de presentar el AlimentAR: imágenes en Instagram de una política alimentaria en Argentina <i>Angélica De Sena y María Victoria Sordini</i>	45
Emociones y prácticas de extensión universitaria en medios digitales: pistas de una sistematización etnográfica <i>María Victoria Mairano</i>	73
La(s) política(s) en TikTok: una aproximación al caso argentino <i>Constanza Faracce Macia</i>	105
Difundir información del IFE en el mundo digital: actores y espacios de la política social en YouTube <i>Andrea Dettano</i>	129
Los medios de pago digitales y las políticas sociales: la Cuenta DNI del Banco Provincia <i>Florencia Chahbenderian</i>	155
Mi pieza: una política de mejoramiento de la vivienda desde un abordaje de los cuerpos/emociones <i>Florencia Bareiro Gardenal</i>	181
Sobre las autoras.....	209

Difundir información del IFE en el mundo digital: actores y espacios de la política social en YouTube

Andrea Dettano

1.Introducción

Desde el Siglo XIX, podemos observar todo un desarrollo de la imagen fotográfica, sumando en el Siglo XX la proyección cinematográfica, la televisión y finalmente, el paso de la imagen analógica a la digital. Luego, con el desarrollo de internet el uso de la imagen no hizo más que intensificarse y mostrar grandes modificaciones en cuanto a sus formas de producción, difusión y consumo. Es por esto que se afirma que las sociedades del Siglo XXI son visualmente desarrolladas (Bericat Alastuey, 2012); en ella convergen vida digital e imágenes, expresando la particular textura de lo social en nuestros días (Scribano y Lisdero, 2018).

Los procesos de digitalización han otorgado mayor preponderancia a la imagen en la sociedad, han modificado sustancialmente los modos de producción y consumo de bienes y servicios, así como las diferentes interacciones de las que somos parte. Los Estados y sus intervenciones no han quedado por fuera de estos procesos, los cuales exceden un carácter “técnico” e impactan profundamente en los modos de comunicarnos, estar con otros, así como interactuar con los organismos e instituciones estatales.

Los diferentes procesos de digitalización vinculados al ámbito público han sido denominados como E-state, gobernanza algorítmica, Estado ampliado (Esteinou Madrid, 2001; Criado, 2022; Camejo et al. 2022), dando cuenta de las implicancias de dichos procesos en la actuación estatal, en los usuarios de los servicios y en las intervenciones mismas. Las políticas sociales forman parte del ecosistema de espacios digitales y se insertan en unas condiciones tecnológicas particulares. En este sentido, es posible observar la llamada digitalización en la actuación estatal en la creación de aplicativos,

bases de datos, sitios web, donde es posible realizar trámites e interactuar con organismos públicos. Asimismo, se han organizado espacios virtuales de comunicación entre las personas destinatarias de políticas sociales: desde la utilización de blogs hasta la creación de Grupos y Perfiles de Facebook y WhatsApp, esta población ha erigido espacios para comunicarse, saldar dudas y compartir consultas sobre las dificultades que enfrentan en la gestión de políticas y programas (Sordini, 2017; Dettano y Cena, 2020). También se observan perfiles y el desarrollo de cuentas que informan sobre nuevos programas, bonos en vigencia, cómo gestionarlos y sus características en redes como Facebook, YouTube, Instagram y TikTok.¹

En esta línea, el objetivo del presente escrito es explorar los contenidos publicados en YouTube sobre la política social más masiva de la pandemia: el Ingreso Familiar de Emergencia (IFE), por parte de cuentas vinculadas con políticas sociales, colaborando en su difusión y explicación. Analizar el IFE para reflexionar sobre la digitalización de las políticas sociales es pertinente dado que su diseño e implementación se realizaron en un contexto de aislamiento a causa de la pandemia por COVID 19, realizándose de manera enteramente virtual. Para cumplir el objetivo propuesto, se hará una etnografía virtual de videos de la red social mencionada para avanzar en la delimitación del contenido producido acerca del IFE en el 2020. Se describirá el carácter principalmente informativo de los mismos, la reproducción de la información de un modo casi literal donde la imagen no hace más que apoyar o reponer lo que se dice oralmente con un diseño muy “casero” o sencillo.

2. Las políticas sociales y el mundo digital

Una primera cuestión que surge al comenzar a indagar algún resquicio del mundo digital es la pregunta acerca de qué es lo digital y cómo es ese espacio tan nombrado y habitado en la actualidad. Para la Real Academia Española, lo digital, en su primera entrada aparece como algo relativo a los dedos, luego a los números como dígitos. En tercer lugar, lo digital hace alusión a “un dispositivo o sistema: que crea, presenta, transporta o almacena información mediante la combinación de bits”; mientras que, en cuarto

¹ En este libro es posible encontrar abordajes sobre estas redes sociales en los capítulos de Faracce Macía, C. y De Sena, A. y Sordini, M. V.

lugar, define a algo que se realiza o transmite por medios digitales. Para Pérez Salazar (2020: 2), la digitalidad implica “la conversión última de todo signo en un código numérico, sobre el que es posible (con relativa facilidad) realizar operaciones de almacenamiento, transmisión y modificación”. Ello puede verse como un aspecto o modificación meramente técnica vinculada con el almacenamiento y manejo de la información, sin embargo, como veremos, presenta muchas modificaciones en los modos de interacción social, en los modos de trabajar, consumir, sentir y experimentar la realidad (Scribano, 2022).

Los diferentes procesos de digitalización vinculados al ámbito público han sido denominados como E-state, gobernanza algorítmica, Estado ampliado; E-gobierno (Esteinou Madrid, 2001; Criado, 2022; Camejo et al., 2022), dando cuenta de las implicancias de dichos procesos en la actuación estatal, en los usuarios de los servicios y en las intervenciones mismas. Esto puede pensarse dividido en dos grandes grupos de modificaciones. Por un lado, todas aquellas modificaciones que, desde el propio Estado se llevan adelante en pos de digitalizar servicios y su labor y, por otro lado, todos aquellos ámbitos del mundo digital virtual donde las personas interactúan a propósito de su relación con el Estado.

Sobre el primer grupo de modificaciones, los modos de hacer del Estado, ahora atravesados por las tecnologías de la información y la comunicación, convocaron desarrollos que sintetizan cómo se ha avanzado y qué se espera de estos cambios. Un aspecto que aúna el tema es el posible efecto virtuoso que las TIC’s tendrían en el vínculo Estado-Sociedad, cómo las tecnologías implican cambios en dicho vínculo, así como la cuestión del acceso a internet, la posesión de dispositivos y las posibilidades de uso de los mismos. Para Concha Roldán (2006), la nombrada digitalización de las intervenciones estatales constituye un movimiento o transformación en el accionar estatal; una “puesta en el aire” que buscaría mejorar la comunicación del Estado hacia los ciudadanos, y que estos últimos puedan “poner su voz” (p. 85). Esto intentaría alcanzar una mayor eficiencia, facilidad en la gestión y funcionamiento del hacer público, así como una participación activa de la ciudadanía.

Para Fernández (2017) el gobierno electrónico o e-gobierno, es parte en América Latina de los procesos de modernización del Estado en marcha desde 1980, donde los nuevos modelos de gestión empiezan a girar en torno a conceptos utilizados por la empresa privada, donde lo privado aparecía como más eficiente que lo público. En este clima, la Administración Pública incorpora estrategias utilizando herramientas como la gerencia pública, la planeación estratégica y el gobierno electrónico. Esto se aceleró en las últimas décadas con el uso masivo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), persiguiendo “beneficios en el manejo eficaz de territorios densos y extensos, incluyendo en los planes estatales tanto las herramientas de gobierno electrónico como las plataformas de Internet municipal, cuyos objetivos están dirigidos hacia la participación e inclusión ciudadana” (p. 37).

El concepto de e-gobierno ha comprendido varias dimensiones como la mejora en los procesos de la administración pública, eficiencia y eficacia de la gestión, la elaboración y monitoreo de las políticas públicas, la prestación de servicios a los ciudadanos y el ejercicio de la democracia electrónica (comprendiendo por esto la transparencia, participación y rendición de cuentas) (Duarte y Pires, 2011). Esto se ha pensado como un proceso gradual de cuatro fases, a saber: 1) Información (Solo publicación de información); 2) Interacción (Posibilidad de comunicación en línea y realización de cierta interacción básica con el sitio: bajar un formulario, por ejemplo); 3) Transacción (Posibilidad de completar un trámite de forma completa en línea); y 4) Integración (Posibilidad de acceder a cualquier trámite con el gobierno desde un punto único, a partir de la integración de diferentes dependencias gubernamentales y niveles de gobierno) (Porrúa, 2004, citado en Fernández, 2017).

En cuanto a las implicancias de la digitalización en las políticas sociales en particular, Gómez Poyato (2022) identifica las transformaciones que el uso de las tecnologías implica para la gestión e implementación de los servicios sociales y el rol del trabajo social. A este respecto, da cuenta cómo el uso de computadoras y las TIC's, cambiaron el significado de la palabra información, su transmisión, uso, almacenamiento y difusión; permitiendo el acceso a datos y variables y facilitando el trabajo de los profesionales encargados.

Camejo et al. (2022), abordan la introducción de lo que denominan Sistemas de Información para la Protección Social y cómo los cambios en los instrumentos de registro, almacenamiento, tratamiento y difusión de la información impactaron en las políticas de protección y asistencia social. Recuperan cómo el uso de algoritmos, con la función de establecer diferencias, clasificar y categorizar a la población ha colaborado, por ejemplo, en la selección de los beneficiarios. Tal como señalan los autores, “La particularidad de estos nuevos mecanismos tecnológicos, basados en procedimientos informáticos, aparentemente exentos de discrecionalidad técnica y posibles distorsiones introducidas por las decisiones humanas, es que recrean una ilusión de neutralidad valorativa y objetividad pura en torno al proceso de toma de decisiones que requiere particular atención” (p. 5).

Poniendo la atención en la población destinataria, Moreno et al. (2023) realizan un estudio en la Ciudad de Huelva (España) para conocer el perfil de los usuarios de servicios sociales en un contexto de digitalización. El estudio exhibe como, en primer lugar, el 40% de las personas no posee internet en sus hogares, 52% cuentan con solo un dispositivo de acceso a internet y solo un 7% usa internet y sus dispositivos para interactuar con organismos públicos. El 17% dice poder realizar procedimientos simples pidiendo ayuda a familiares, amigos, servicios gubernamentales o líneas de ayuda; 33% afirma siempre necesitar ayuda para completar procesos online, mientras que un 31,6% nunca realizó procesos online. Solo el 11,4% dijo haber completado algún procedimiento online en el año anterior. De este porcentaje, al 46% le resultó fácil, 30,7% tuvo que pedir ayuda y un 23% no pudo hacerlo. En cuanto a los procedimientos realizados, sacar un turno fue el que menos dificultad representa, mientras que, más de la mitad de los usuarios, dijeron sentirse incapaces de realizar otras tareas como la renovación de prestaciones, subir documentación o hacer el seguimiento de procesos o trámites.

Lo recuperado dialoga con lo que hemos mencionado como el segundo grupo de modificaciones/ espacio de interacciones donde se despliega “lo digital” en relación con la política social. En la relación con el Estado, la masividad de las políticas sociales en el Siglo XXI ha inaugurado toda una organización de la vida cotidiana, así como diferentes espacios de sociabilidad, en donde internet y las redes sociales son nodales para comprender los

tránsitos por la política social en la actualidad. Su análisis conlleva observar: a) entornos otros de despliegue no tradicionalmente vinculados al estudio de las intervenciones estatales, como los Grupos de Facebook, los canales de YouTube, cuentas de TikTok, Grupos de WhatsApp y b) actores otros que no están previstos en el ciclo vital de la política social (quienes administran y/o moderan grupos, los contenidistas e influencers). Aquí aparecen aquellos espacios como las redes sociales y sitios web -tal como aquí se estudiará el caso de YouTube-, donde las personas destinatarias interactúan, comparten información, dudas y consultas acerca de su acceso y tránsito por las diferentes intervenciones. Estos espacios, plagados de interacciones a propósito de la gestión y acceso a los programas, no solo son numerosos -grupos, canales, páginas, cuentas- y alojan un amplio caudal de dudas, consultas e información, sino que también dan cuenta de ciertos problemas para acceder a los programas, así como todas las intervenciones disponibles -su masividad- que forman parte de los mundos de la vida de la población en situación de pobreza y/o desempleo.

Los modos de concebir las tecnologías y sus usos admiten algunas problematizaciones dado que pueden operar en múltiples direcciones, por lo que su presencia, diseminación y las construcciones que las circundan deben ser analizados. Tal como señala Cena (2022) “la existencia, disponibilidad y acceso de las tecnologías de la información y la comunicación no garantiza su uso y apropiación, ni mucho menos una disminución de las desigualdades sobre las que éstas se asientan” (p. 247). O, como también señala Orrego, Araya (s/f: 8, citado en Concha Roldan, 2006) “la tecnología en sí misma no es buena, ni es mala, así como automáticamente no genera mayor participación ciudadana, ni superación de la pobreza. Tampoco puede decirse que Internet sea intrínsecamente una herramienta democrática. Más bien se trata de una construcción social que, como toda obra humana, contiene al mismo tiempo promesas y amenazas” (p. 92).

3. Sobre el Ingreso Familiar de Emergencia

Un breve desarrollo sobre el IFE reviste interés no solamente por caracterizar la política bajo estudio, sino también, porque su diseño e implementación permiten reflexionar sobre los procesos de digitalización que atañen

a una política social de gran envergadura en Argentina. De acuerdo con D'alessandro (2022), el IFE implicó revisar diferentes cuestiones como las brechas digitales, la gobernanza de los datos, la inclusión financiera y el rol de la tecnología en las políticas públicas; exhibió las limitaciones del Estado en cuanto a bases de datos disponibles, así como la posibilidad de realizar cruces de información entre sus agencias (Gené, 2022). Noscué Mera (2020), en un estudio realizado en La Plata (Provincia de Buenos Aires) se aproxima a las dificultades propias de los procesos de inscripción digital y la carencia de dispositivos como celulares o computadoras por parte de los beneficiarios del IFE volviendo necesarias diferentes ayudas para la concreción del proceso; Arcidiácono y Perelmiter (2022) buscan desarrollar cómo la digitalización de la política no excluyó a diferentes actores mediadores (agentes estatales y de organizaciones sociales y políticas) en su implementación, sino que estos fueron centrales en lo que denominan “experiencia del trámite” (p. 60). Cena y Dettano (2022), presentan al IFE como una política que congregó receptores en diversas redes sociales, dando lugar a actores como los administradores de Grupos de Facebook, quienes se convirtieron en agentes centrales, al responder dudas y consultas de la población receptora, colaborar en los trámites virtuales, así como evitar que se efectúen estafas. Estos desarrollos dan cuenta de la importancia y variedad de recuperar *lo digital* en esta política.

Ahora bien, el 23 de marzo de 2020, tres días después del inicio del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO), se publicaron en el Boletín Oficial una serie de medidas destinadas a acompañar a los sectores definidos como más perjudicados. Las mismas, se encontraban alineadas con las aplicadas internacionalmente como la realización de transferencias directas de dinero, protección al empleo y seguros de desempleo (Salvia y Poy, 2020; OIT, 2021). Dentro de esta batería de intervenciones, y por medio del Decreto 310/2020, se crea el Ingreso Familiar de Emergencia (IFE), el cual, en un principio, se pagaría desde mediados de abril, por única vez y se liquidaría a través de la ANSES. Desde el inicio y a partir de una caracterización de la población destinataria realizada en base a la Encuesta Permanente de Hogares (EPH) del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), se pensó que alcanzaría a 4 millones de personas (D'Alessandro, 2022; Gené, 2022).

La población destinataria fue definida como personas trabajadoras informales y/o monotributistas de las primeras categorías. La inclusión al programa se delimitó por una serie de atributos, entre ellos: la situación laboral y económica del grupo familiar al cual pertenece la potencial persona receptora. Se consideró también como requisito el ser argentino nativo o naturalizado o tener una residencia en el país no inferior a dos años; y tener entre 18 y 65 años. El IFE fue compatible con el cobro de la AUH, la Asignación Universal por Embarazo (AUE), el Progresar, el empleo como personal de casas particulares, el cobro de asignaciones familiares correspondiente al subsistema contributivo para personas inscriptas en el Régimen Simplificado para Pequeños Contribuyentes y con las asignaciones familiares para los trabajadores y trabajadoras del Régimen Especial de Contrato de Trabajo. El monto transferido fue de 10.000 de pesos argentinos (59.3 por ciento del Salario Mínimo Vital y Móvil) pudiendo cobrarlo un integrante del grupo familiar que se encontrase bajo condiciones de exclusión o precariedad laboral y en condiciones de vulnerabilidad socioeconómica (ANSES, 2020). De acuerdo con Gené (2022), esto fue un aspecto discutido de la política, ya que se planteó “hogarizar el IFE” modificando el monto de la prestación de acuerdo a la composición familiar. Se partiría de una base menor a la establecida que se incrementaría a medida que el grupo familiar fuera más numeroso. Sin embargo, el monto se mantuvo sin alteraciones en sus tres ediciones.

Pese a que se inscribieron 13,4 millones de personas (Gené, 2022), la cantidad de personas receptoras seleccionadas a nivel nacional fue de casi 8.9 millones, representando el 19.5 por ciento de la población total del país. Entre ellas, la proporción de mujeres fue mayor (4.9 millones -55.7 por ciento) a la de los hombres (3.9 millones -44.3 por ciento-) y poco más de la mitad tienen hasta 34 años. En cuanto a la situación laboral de las personas receptoras, 5.6 millones (61.7 por ciento) corresponden a quienes se desempeñan como informales o se encuentran en situación de desocupación sin seguro por desempleo, 2.4 millones (27%) a personas también receptoras de la AUH/AUE, 0.7 millones (7.8 por ciento) a monotributistas (categorías A, B o monotributo social), 0.18 millones (2.1 por ciento) a personas trabajadoras de casas particulares, y 0.12 millones (1.4 por ciento) a receptores del programa Progresar (ANSES, 2020).

La modalidad de pago es un punto para revisar, al constituir un nuevo proceso de bancarización de la política social que se adiciona a aquel que iniciaron los Programas de Transferencia Condicionada de Ingresos desde hace, al menos, dos décadas (Dettano, et al, 2019). Para el cobro del primer IFE, se habilitaron cinco modalidades: 1) acreditación en Clave Bancaria Uniforme (CBU) propia; 2) cajero Automático de Red Link-BNA; 3) acreditación en una cuenta creada a partir del número de documento de identidad; 4) cajero automático de Red Banelco; y 5) cobro en efectivo en Correo Argentino. Para el primer pago (el cual demoró dos meses en completarse), se establecieron etapas y un cronograma de pagos para evitar aglomeraciones y aumento de los contagios (D'Alessandro, 2022). Tal como señala ANSES (2020, p. 15), en la primera liquidación del IFE se crearon alrededor de 500 mil cuentas DNI y luego de la primera implementación, se estableció como condición de posibilidad del cobro tener una cuenta bancaria e informar el CBU a ANSES. De acuerdo con D'Alessandro (2022), para mediados de 2020 se habían abierto 4,8 millones de cuentas bancarias, a la vez que el Banco Provincia fue quien mayor provecho sacó de la bancarización del IFE, al impulsar la Cuenta DNI. "Según información del organismo, entre marzo y mayo su cartera de clientes se multiplicó por 17 y, hacia agosto de 2020, el 57,6% de sus clientes habían entrado vía el IFE" (p. 8).²

4. Materiales y métodos

Para realizar el presente análisis se describirán algunos aspectos de videos publicados en la plataforma YouTube en el año 2020 acerca de la prestación IFE. Describiremos el contenido producido por cuentas no oficiales, para lo que se han seleccionado 14 videos que informan sobre diferentes aspectos de la prestación. Se hará una descripción que contemple tanto el contenido del video (sobre qué informan), y diferentes aspectos del cómo de la transmisión de esa información: el lenguaje, los colores, la duración, quién lo hace.

El muestreo en este tipo de plataformas es algo complejo de delimitar,

² Para más información sobre los Medios de Pago Electrónicos para el cobro de políticas sociales ver, en este mismo libro, el capítulo de Florencia Chahbenderian.

dada la multiplicidad de contenido disponible. Sin embargo, trataremos de dar cuenta de algunos criterios adoptados para hacer visible cómo se ha accedido y seleccionado la información analizada y cómo se han construido consecuentemente los datos. Para Bericat Alastuey (2012), una muestra nos permite observar las diferentes configuraciones contextuales en las que aparece representado un tema, cuáles son los elementos y relaciones que modelan una representación visual. Para Mejía Navarrete (2000) en la muestra cualitativa, lo importante es la profundidad del conocimiento del objeto de estudio y no la extensión de la cantidad de unidades. En esta línea, aplicando un muestreo por conveniencia (Mejía Navarrete, 2000), los videos se han seleccionado buscando en la propia plataforma a partir de las palabras “IFE 2020”. En un segundo momento, se realizó una selección a partir del criterio de máxima variación (Scribano, 2008) de acuerdo a algunos atributos de los mismos, a saber: que fueran de diferentes canales/cuentas, que las cuentas tuvieran distinta cantidad de suscriptores, que tuvieran diferente duración, que trataran diversos temas en relación al programa (por ejemplo, hay videos sobre cómo saber si fui seleccionado, otros sobre como cobrar si fui seleccionado, otros sobre si habrá otras ediciones o pagos del programa).

Otra cuestión de central importancia para este escrito es recuperar algunas cuestiones de la sociología visual para el análisis de videos informativos sobre programas sociales. La sociología siempre ha recurrido a la observación como un método de investigación, por lo que podemos decir que toda indagación se vuelve visual. La sociología visual propiamente dicha, por su parte, implica una observación consciente de la importancia de la imagen. Esto involucra necesariamente el aprendizaje sistemático de una serie de conocimientos teóricos, que van más allá de la percepción visual del fenómeno en pos de desenredar tramas de las relaciones sociales (Ortega Olivares, 2009; Boragnio *et al.*, 2023).

Para este trabajo nos apoyamos en la propuesta de Mauad (2005), quien propone organizar, en un cuadro de doble entrada, lo que denomina “la forma del contenido”. La autora recuerda que la metodología no implica una receta estricta, sino que cada objeto de estudio delimitará el tipo de información que se busque en cada video, o, más concretamente, qué contenido tendrá cada columna. En este sentido, se han grillado en los canales de YouTube: el nombre de la cuenta, la cantidad de suscriptores, el título del

video, la duración, la cantidad de reproducciones y Me gustas, una descripción del video (colores, objetos, personas, textos) y del tema que desarrolla, la cantidad de comentarios, así como la temática de los mismos.

Complementariamente, durante el periodo de observación se tomaron notas que recopilaron análisis provisorios sobre el tipo de contenido publicado en la plataforma. Ello ha contribuido a desarrollar algunas características sobresalientes de los videos informativos sobre políticas sociales y comenzar a responder algunos interrogantes. A saber: ¿cómo se representan visualmente estas producciones de contenido en YouTube? ¿hay personas en la imagen? ¿hay fotografías? ¿hay filminas? ¿hay texto? ¿qué colores se utilizan? ¿qué sucede en estos videos? ¿qué persiguen los mismos?

5. Las políticas sociales en YouTube

YouTube es una plataforma creada en 2005 y comprada por Google en 2006 (Bañuelos, 2009). En ella predomina el relato audiovisual. Allí sus usuarios pueden colgar, ver y compartir videos que, si bien se espera sean autoproducciones, también es posible encontrar películas (o fragmentos), programas de televisión, anuncios o documentales. Para Snelson (2011), los sitios de video son de los más visitados de la web, al tiempo que YouTube es el sitio más visitado en cuanto a contenido audiovisual. En 2010 recibía 2 billones de visitas por día y sus usuarios ya subían 35 horas de video por minuto. De acuerdo con Renés Arellano et al. (2020), YouTube es una de las cinco plataformas que lideran el ranking mundial de consumo, al tiempo que posee unos 1.000 millones de usuarios -un tercio del total de internautas- con más de un 50% de sus visitas hechas desde un Smartphone. En Argentina, es la tercera red social más utilizada (25,6%), luego de Facebook (62,4%) e Instagram (60,6%) (Colsecor, 2023).

Cualquier usuario puede subir contenidos audiovisuales teniendo llegada a muchas personas. Ello se ve reforzado por el hecho de que los enlaces a los videos pueden ser compartidos en otras redes sociales, amplificando su difusión. Se comparte el más diverso contenido, se alojan y distribuyen imágenes a la vez que constituye un espacio de interacción y comunicación (Ardevol y San Cornelio, 2007), donde también la publicidad ha hecho una gran inmersión, siendo una de las principales fuentes de ingresos de los contentistas o youtubers (Sáez Barneto y Gallardo, 2017). Para Saez Barnetto

y Gallardo (2017), YouTube propone una forma de comunicación basada en el monólogo o lo que Sanchez Martínez (2015) denomina “los autos”: autoimagen, autodiscursividad, autobiografía. Habilita un intercambio social más basado en la visualidad que en la textualidad, así como redefine el lugar de espectador. La plataforma permite ver videos y contenidos alojados allí, permite suscribirse a canales de contenido específico, así como también interactuar al pie de cada video, dejando comentarios y obteniendo respuesta a los mismos. También es posible dar *like* o *dislike* al video y compartirlo en otras redes. Así, el contenido allí desplegado, no es algo orientado a la mera contemplación o un consumo pasivo, sino que se vuelve un “canal de agrupación” o “régimen de congregación” orientando puntos de vista colectivos (p. 167).

5.1 Algunas características del contenido producido acerca del IFE

Tratar de analizar las interacciones que se dan en sitios web y redes sociales conlleva retomar la pregunta por los modos en que las Ciencias Sociales conocen el mundo en este Siglo y qué estrategias metodológicas se organizan para aprehender este espacio virtual con miles de teras, visualizaciones y reproducciones. Los flujos constantes de información e interacciones redefinen las distancias y proximidades entre los sujetos, los modos de relacionarnos y estar con los otros, de conocer y narrar el mundo. La organización de impresiones y percepciones que permiten ordenar/clasificar e imputar sentido a la realidad involucra a los sentidos, por lo que tal como señala Scribano (2022), este Siglo XXI redefine los modos de relación social a partir del tacto, pero también a partir de nuevas gramáticas visuales que los escenarios virtuales proponen.

Ya hemos mencionado cómo las políticas sociales se diseminaron por diferentes redes sociales e internet, por lo que YouTube no sería la excepción. En este espacio virtual, no solo es posible hallar canales oficiales de organismos que implementan políticas y programas, sino que hemos hallado canales no oficiales creados especialmente para dar información sobre programas sociales, así como otros que presentan contenido diverso entre lo que incluyen videos acerca de alguno/s programas. Estos canales brindan información variada, desde los diferentes programas de transferencias de ingresos, como el que aquí estamos analizando, hasta jubilaciones y diferentes tipos de bonos.

En el contenido producido hay un aspecto sobresaliente y es su carácter informativo. Aquellas personas que producen este contenido -en su mayoría hombres-, buscan acercar información a partir de videos de corta duración. La mayoría de los analizados duran entre 3 y 5 minutos, aunque hay algunos que llegan a los 9 minutos. Los nombres de las cuentas/canales en su mayoría nombran al organismo que implementa las prestaciones -en este caso la Administración Nacional de La Seguridad Social (ANSES)-, pero también ligan directamente con los procesos de monetarización de la política social; “Cuando cobro” es un ejemplo claro de lo mencionado. Algunas cuentas -la menor cantidad- llevan el nombre del contenidista. Estas son las que quizá también producen contenido sobre otros temas muy variados, desde cómo fabricar barbijos, cómo eliminar una cuenta de Instagram hasta como dar *like* en Tinder.

Los títulos de los videos aluden generalmente al programa, en este caso el IFE, y orientan acerca de la información que el video busca brindar, la fecha de pago, si saldrá o no un nuevo pago y cómo cumplimentar algún paso para cobrar la prestación.

El contenido de los videos permite revisitar, cuatro años después de la pandemia, algunas condiciones que se organizaban en dicho contexto, a saber: la renovación del ASPO y la incertidumbre que implicaba en cuanto al cobro de una política social, la incertidumbre respecto a si habría una nueva edición o pago, en qué fecha le correspondería cobrar a cada persona, cómo se realizarían los cobros por medios no bancarios (correo, billeteras virtuales u otros medios de pago como la extracción por cajeros con un código³). Las narraciones de los videos recuerdan las dificultades que implicaba el propio aislamiento, lo que condicionaba los días y horarios de funcionamiento de bancos u oficinas de correo y cajeros automáticos a lo largo de todo el país, donde la situación epidemiológica se daba de modos diferentes. También de la multiplicidad de formas de cobro disponibles, así como las dificultades que implicaba la gestión virtual de la prestación. En cuanto a la cantidad de suscriptores de los canales o cuentas grilladas, se trató de seleccionar cuentas con diferente cantidad de suscriptores, hay cuentas que poseen 532 suscrip-

3 Punto Efectivo se planteó como un sistema de pagos para operar en cajeros automáticos, aun sin tener una cuenta bancaria. Consistía en el envío de un código que llegaba vía celular o vía mail al beneficiario/a y, luego, se ingresaba en el cajero automático junto con datos personales (como el número de DNI).

tores mientras que algunas llegan a 155.000. Para el caso bajo estudio, esto incide directamente en la cantidad de visualizaciones, es decir, aquellos con más suscriptores poseen más reproducciones.

Sobre las descripciones que poseen los videos, podemos mencionar que en algunos casos se explicita el contenido del video de manera breve (dos o tres oraciones), se utilizan hashtags vinculados con dicho contenido (#anses, #ife #bono #fechadecobro), pero también vinculados a otras prestaciones, como por ejemplo #tarjetaalimentaria. En algunos casos, aparece información que se menciona en el video, pero por escrito, como las fechas de cobro según medio de pago seleccionado, así como también aparecen links a otros videos producidos por el mismo contenidista, links a la página oficial de ANSES, links para unirse a grupos de Facebook, a cuentas de Twitter o links donde se invita a los espectadores a colaborar por medio de Mercado Pago o PayPal con la producción de más contenido. También aparece -al igual que en el video- la invitación a suscribirse al canal.

Los videos analizados en la plataforma dan cuenta de diferentes cuestiones, como el desarrollo de información de manera literal o la repetición de aspectos volcados en la página del organismo ejecutor; una estética muy sencilla, en su mayoría se trata de filmas con una voz en off; y la difusión de novedades que circulan en los medios de comunicación o redes, trayendo discursos de funcionarios o notas periodísticas que adelantan sobre posibles nuevas ediciones o cobros.

La mayoría de los videos grillados no tienen a una persona en la imagen, sino que presentan una voz hablando sobre una imagen, que pueden ser filmas que reiteran o reafirman lo que se dice, o capturas de pantalla del sitio de ANSES (Ver imagen N°1). En general se trata de hombres o de voces masculinas.

Imagen N°1

\$10.000 por única vez en el mes de abril. Lo cobrará solo un integrante del grupo familiar, priorizando a la mujer.

Trámite

A partir del 11 de abril podés conocer si te fue otorgado el beneficio. En esta etapa, solo podrás ingresar para cargar tu CBU, la cual tiene que ser propia. Debés ingresar de acuerdo al siguiente cronograma con tu Clave de la Seguridad Social.

- DNI terminados en 0 y 1: sábado 11 de abril
- DNI terminados en 2 y 3: domingo 12 de abril
- DNI terminados en 4 y 5: lunes 13 de abril
- DNI terminados en 6 y 7: martes 14 de abril
- DNI terminados en 8 y 9: miércoles 15 de abril

Si estás cobrando alguna Asignación Familiar se va a depositar en esa cuenta. Si no pudiste cargar tu CBU el día indicado, podrás hacerlo desde el 16 de abril.

Si no tenés CBU propia, desde el jueves 16 de abril vas a poder elegir otro medio de cobro.

INGRESAR PARA CARGAR CBU



INGRESO FAMILIAR DE EMERGENCIA (IFE) 2020 | Fui ACEPTADO, y AHORA?



De Negocios
533 suscriptores

Suscribirse

👍 2



🔗 Compartir

↓ Descargar



51 visualizaciones hace 4 años

INGRESO FAMILIAR DE EMERGENCIA (IFE).

Mi trámite fue aprobado, y ahora cómo sigo??

Fuente: YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=F9d1Owx4qEI>

En los videos grillados, solo en dos la imagen principal es una persona hablando y no una presentación o filminas. Uno tiene como contenidista a una mujer y el otro a un varón. Esto es un aspecto interesante dado que la centralidad del video parece ser la información que se busca acercar: un decreto que se lee, las fechas de cobro según la terminación del documento de identidad y el medio de pago adoptado, el paso a paso de realización de la inscripción en la página web de ANSES (Ver imágenes N°2 y N°3). En este sentido es que el contenido no solo busca informar sino -a modo de tutorial- “enseñar a hacer” o “mostrar cómo se hace”. En casi todos los videos, se lee o repite la información de modo lento, con apoyatura de capturas del sitio oficial de ANSES y en no pocos casos el contenidista lee con dificultad e incluso en el video hay faltas de ortografía. Aquello que es leído es información que se encuentra en la web, sin embargo, cientos de videos son creados para reiterar o leer de manera textual esa información.

Imagen N°2

\$10.000 por única vez en el mes de abril. Lo cobrará solo un integrante del grupo familiar, priorizando a la mujer.

Trámite

A partir del 11 de abril podrás conocer si te fue otorgado el beneficio. En esta etapa, solo podrás ingresar para cargar tu CBU, la cual tiene que ser propia. Debés ingresar de acuerdo al siguiente cronograma con tu Clave de la Seguridad Social.

- DNI terminados en 0 y 1: sábado 11 de abril
- DNI terminados en 2 y 3: domingo 12 de abril
- DNI terminados en 4 y 5: lunes 13 de abril
- DNI terminados en 6 y 7: martes 14 de abril
- DNI terminados en 8 y 9: miércoles 15 de abril

Si estás cobrando alguna Asignación Familiar se va a depositar en esa cuenta. Si no pudiste cargar tu CBU el día indicado, podrás hacerlo desde el 16 de abril.

Si no tenés CBU propia, desde el jueves 16 de abril vas a poder elegir otro medio de cobro.

INGRESAR PARA CARGAR CBU



INGRESO FAMILIAR DE EMERGENCIA (IFE) 2020 | Fui ACEPTADO, y AHORA?



De Negocios
533 suscriptores

Suscribirse

👍 2



🔗 Compartir

⬇ Descargar



51 visualizaciones hace 4 años

INGRESO FAMILIAR DE EMERGENCIA (IFE).

Mi trámite fue aprobado, y ahora cómo sigo??

Fuente: Youtube, <https://www.youtube.com/watch?v=ry-0T7Vl9Jg>

Imagen N°3

Jueves cobran Asignación Universal por Hijo o por Embarazo no deben completar el formulario ya que van a cobrar automáticamente si cumplen los requisitos.

Cuándo completar el formulario

Debés hacerlo **entre el 27 y el 31 de marzo**, en el día específico según el último número de tu DNI.

Es importante que respetes la fecha indicada para facilitar tu trámite y el de todas las personas que se inscriban.

- DNI terminado en 0 y 1: **viernes 27**
- DNI terminado en 2 y 3: **sábado 28**
- DNI terminado en 4 y 5: **domingo 29**
- DNI terminado en 6 y 7: **lunes 30**
- DNI terminado en 8 y 9: **martes 31**

INICIAR PREINSCRIPCIÓN

Última revisión
Jueves 26 de Marzo de 2020 12:00

Como hacer el IFE Ingreso Familiar de Emergencia anses 2020



Mauri R Tutoriales

Suscribirse

👍 3



🔗 Compartir

⬇ Descargar



Fuente: Youtube, https://www.youtube.com/watch?v=98eP_p0wvBQ

Esto resuena con otros estudios, ya que tal como señalan Cena y Dettano (2022), a partir de entrevistar a administradores de grupos de políticas sociales en Facebook, estos reiteran cómo los potenciales destinatarios no entienden, necesitan que les expliquen varias veces la información que está en la página de ANSES, haciendo de su hacer algo necesario, que en muchos casos evita estafas o les posibilita gestionar la prestación. Noscué Mera (2020) y Arcidiacono y Perelmiter (2020) aportan sobre esto a propósito del IFE, y dan cuenta de cómo la población receptora requirió de mediadores para concretar el trámite de inscripción o la selección de un medio de pago.

Este es un aspecto que, si bien caracteriza la digitalización de la política social (Moreno et al., 2023), la excede. Otros trabajos previos mencionan también los problemas de inteligibilidad de las intervenciones estatales y sus mecanismos de acceso (Dettano y Chahbenderian, 2018), de manera que muchas veces las personas receptoras dicen no comprender los trámites que deben realizar o la información que se les brinda. Al mismo tiempo, los propios técnicos de los programas hacen referencia a esta no comprensión (Dettano, 2020). Esto parecería volver necesarios estos espacios virtuales que, por medio de una repetición casi literal, explican paso a paso e informan sobre cómo acceder a las políticas y programas, a la vez que actualizan respecto a novedades.

Los comentarios de los videos son dudas o consultas de personas que se encuentran intentando gestionar y acceder al IFE que, dependiendo de la cuenta, son respondidos o no por el contenidista. Muchas veces también las mismas personas se van respondiendo. Esto es un aspecto que ya se ha observado en los grupos de receptores de políticas sociales en la red social Facebook. Las interacciones y decenas o cientos de comentarios apuntan a saldar dudas o consultas sobre cómo acceder, volcar situaciones personales -incluso compartiendo capturas de pantalla-, esperando que los otros miembros los ayuden o aclaren las dudas (Sordini, 2017; Dettano y Cena, 2020; De Sena et al., 2022). También se comparten videos y enlaces a grupos de WhatsApp organizados para dicho fin. Tal como señalan Mardon et al. (2018), lo que llamamos comunidades virtuales, se encuentra deslocalizado y fragmentado, es decir, no se circunscribe solamente a una plataforma o red social, sino que las interacciones se dan a través de múltiples espacios online, por lo que estar en YouTube puede conducir a Facebook o un Sitio Web, así

como consultar algo en Facebook puede dirigir a un video de YouTube o a ser parte de un grupo de WhatsApp. La particularidad de YouTube, vendría a ser -a diferencia de lo estudiado en Facebook- que la centralidad la tiene el contenido explicativo/informativo presentado en un video. El contenido lo produce un emisor -el contenidista- y sobre eso pueden desplegarse dudas y consultas en comentarios. En los grupos de Facebook, en cambio, si bien se acude en busca de información, los muros se alimentan de publicaciones de todos los miembros del mismo.

5.2 Lo literal hecho video: lectura y repetición de la información por medio de imágenes

El segundo aspecto a analizar en estos videos es cómo se presenta esta información, y es aquí donde haremos uso de herramientas de la sociología visual (Mauad, 2005; Bericat Alastuey, 2012), buscando responder qué dicen los contenidistas sobre esta política; qué información acercan; cómo lo hacen; qué imágenes aparecen en los videos; cómo interactúa la imagen con la narración oral de los mismos.

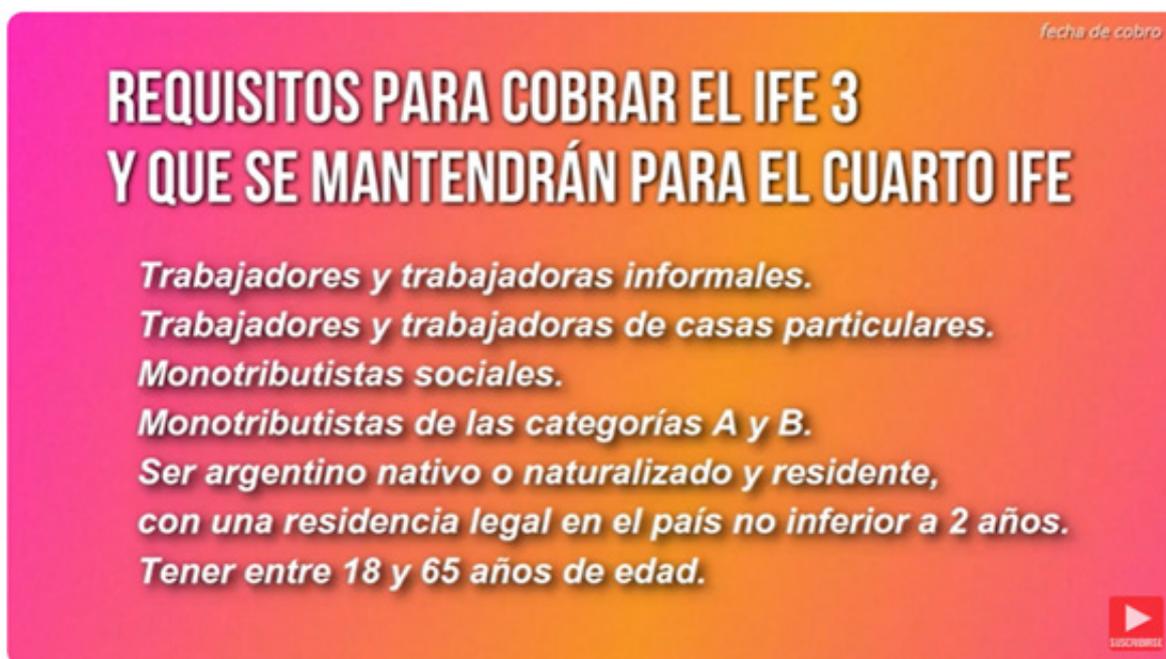
Si las imágenes informan, también podemos decir que contienen una visión del mundo, cuya producción e interpretación obedecen a un contexto que determina qué medios técnicos producen la imagen, dónde circulan y se consumen y quiénes lo hacen (Mauad, 2005). La imagen constituye la textualidad de una determinada época que, para el caso bajo estudio, dialoga con un contexto de masividad de intervenciones estatales (De Sena, 2011) con un carácter monetarizado, cuyo acceso y gestión parecen requerir de explicaciones o repeticiones visuales de información que ya está circulando en otros medios, como un sitio web. Los videos analizados también se corresponden contextualmente con lo que Sánchez Martínez (2015), define como un fenómeno de utilización masiva de recursos digitales, que permitió la expansión de lo visual en las redes sociales, a partir de la utilización de software intuitivo para los usuarios. En estos espacios -las redes sociales- “lo visual es una materia de exploración, de experimentación que permite entender las hibridaciones de los contenidos, pero también las modalidades de colaboración en internet” (p. 165); caracterizadas a su vez por ser hipermedia, donde confluyen imagen, texto, audio y video.

La mayor parte de estos videos, consisten en producciones donde se deslizan filmas con información textual, videos en donde el primer plano

es una pantalla compartida para realizar algún procedimiento/inscripción, gestión (Imagen N°2). En general hay una filmina de portada que exhibe el nombre del canal y el título del video, pero muchas veces se inicia directamente con una filmina que comienza a desarrollar la información que promete el título del video y la voz del contenidista.

Los videos suelen tener un diseño muy sencillo y en la mayoría de los casos no poseen unos colores homogéneos, sino que hay diferentes colores: mientras que las filminas “informativas” quizá son naranja con la letra en blanco, aquellas que invitan a suscribirse y aparecen en el medio del video, son celestes con la letra en verde. Un aspecto central que caracteriza a este contenido es que aquí lo visual es una apoyatura de lo que se dice. Se trata de una imagen con texto que apoya de forma literal lo que se dice, la imagen opera como soporte, no agrega demasiado y en general es estática, con alguna animación para la aparición del texto (Ver Imagen N°4). También se intercalan imágenes de alguna oficina de ANSES o imágenes que aparecen en la página de la entidad, como un dibujo de una familia; reproduciéndose a medida que se va dando la información que se promete en el título.

Imagen N°4



● Anses ULTIMAS NOTICIAS 2020 - Fecha de Cobro CUARTO IFE ¿QUIENES LO PIERDEN? - TramiteAR

Fuente: YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=HuRw-blJAdQ>

En cuanto a los colores, predomina bastante el celeste (color del logo de ANSES), pero también el naranja y rojo, con letras en blanco. Algunos videos parecen tener un poco más de “producción”, desarrollándose con un tipo de filmina con colores, tipografía y diseño que se sostiene a lo largo de todo el video. Otros son más “caseros”, se comparte una captura de pantalla con alguna información y queda estática, mientras se lee algo, o se cuenta algo en relación al programa. Al compartirse pantalla, muchas veces se puede ver el escritorio de la computadora del contenidista y cómo va navegando, pasando de una pantalla a otra para hacer las demostraciones de cómo inscribirse, cómo revisar las fechas de cobro o algún “paso a paso” que se quiere mostrar.

Los videos generalmente cierran con la invitación a interactuar con el canal, suscribirse, dar me gusta, así como comentar el video. Junto con esta invitación, también aparece otro elemento que es adelantar o prometer contenido e información para un próximo video: fechas de cobro para un próximo IFE o si habrá o no una nueva edición. La promesa consiste en que seguir el canal permitirá enterarse de las novedades de manera más rápida.

Al tratarse de cuentas no oficiales, se vuelve interesante dar cuenta de un aspecto que fue registrado y es de dónde proviene la información del video, cuál es la fuente que se menciona. En algunos casos, se da el nombre del diario de donde se está recuperando un artículo periodístico, en otros casos se hace alusión a discursos y comunicaciones de funcionarios públicos. Son comunes las frases: “tal como informó (nombre del funcionario/a) o “el gobierno no descarta...”, dejando un poco difusa la fuente de la información recuperada. Esto invita a reflexionar sobre los modos de producción de verdad, así como los espacios informativos que producen confianza en las sociedades 4.0. Para Scribano (2020), en estas sociedades atravesadas por las TIC’s, se modifica lo que llama la economía política de la verdad, por lo que los procesos aceptados para producir la verdad, así como las áreas o ámbitos que garantizarían la misma se ven trastocados. Para este autor, los procedimientos científicos tradicionales pierden peso de verdad y aparecen otras alternativas, espacios y actores que producen “lo que es verdad”. Para Gil et al. (2020), si bien los medios de comunicación tradicionales siguen teniendo peso en el consumo mediático, los medios digitales muestran un ascenso: mientras que el consumo televisivo se reduce, el consumo de inter-

net asciende. Renobell (citado en Scribano y Lisdero, 2015), por su parte, afirma que las “Visualidades profesionales de los medios de comunicación de masas están a la misma altura que imágenes domésticas o privadas. El ojo profesional participa del ojo amateur en una red de emisores sociales. Los estilos se superponen y se da lugar a diferentes visualidades” (p. 169). Aún más, y como ya mencionamos, si bien la información se encuentra en un sitio web oficial -la página de ANSES-, los contenidistas ofrecen estos videos para reponer, explicar y repetir la información que circula tanto en medios oficiales como en los medios masivos de comunicación.

6. Algunas conclusiones

Escribir sobre una política de tamaña envergadura a cuatro años de su inicio e implementación es una tarea que permite dar nuevas miradas sobre la misma. Ya en el año 2024, encontramos más producción académica sobre el IFE, así como información disponible que nos permite sumar reflexiones acerca de las políticas sociales en Argentina, su amplio alcance o masividad, sus procesos de digitalización y el crecimiento de la bancarización. La pandemia ha generado picos de crecimiento en la población atendida por programas de transferencia de ingresos (ODSA-UCA, 2023), poblando -aún más- el mapa y territorio de las intervenciones estatales y dando cuenta de las condiciones tecnológicas en las cuales las mismas se insertan. Dichas condiciones, así como los espacios y actores que hacen parte de las mismas, no son buenos o malos en sí mismos, podrían habilitar mejoras, pero también nuevos grupos de desigualdades, dificultades, estratificaciones, por lo que deben ser puestos en discusión.

Sumar elementos de la sociología visual, y el análisis visual propuesto, han permitido abonar las lecturas sobre cómo las políticas sociales forman parte del ecosistema de espacios digitales, cómo lo hacen y qué buscan transmitir estando allí.

Este contenido, como hemos desarrollado, pone el foco en informar sobre novedades del IFE, acercar de manera veloz toda nueva información que se dé a conocer al calor del avance del ASPO en Argentina. Con un diseño muy sencillo, donde predomina el texto y la imagen no hace más que apoyar lo que se dice o repetir información, los contenidistas de políticas sociales exhiben un espacio más del mundo virtual (ya existían blogs, cuentas de

Instagram, grupos de Facebook y WhatsApp), que se vuelve una ayuda para acceder y cobrar la prestación estatal. Así, los videos que leen textualmente el contenido de sitios web oficiales, que repiten fechas de cobro según medio de pago y terminación de DNI, que buscan reponer información ya disponible en otros medios, que acompañan el paso a paso compartiendo pantalla de procesos de gestión e inscripción, son una (más) de las ortopedias que se han erigido para acceder a estas políticas y programas.

Mientras los procesos de digitalización de las acciones estatales sostienen una narrativa de eficiencia, democratización, transparencia y cercanía con la ciudadanía, la presencia de estos videos en YouTube para la gestión de las intervenciones da cuenta cómo, en la sociedad de la información, donde grandes caudales de datos son almacenados y circulan gracias al avance de la digitalización, la población receptora de políticas sociales parece hacerse presente por distintos espacios virtuales en busca de comprender aspectos -a simple vista- no legibles de la misma. Al mismo tiempo, diferentes personas organizan respuestas, en este caso, produciendo contenido en YouTube, por lo que actores y espacios “otros” confluyen en los procesos de implementación de las políticas sociales en el presente Siglo. Esto nos invita a continuar reflexionando sobre dónde se despliegan las intervenciones estatales, quiénes ponen en escena dicho despliegue y con qué estrategias teórico-metodológicas avanzar en su indagación.

Bibliografía

ANSES (2020) Boletín IFE I-2020: Caracterización de la población beneficiaria. Dirección General de Planeamiento – julio 2020. Disponible en: <http://observatorio.anses.gob.ar/archivos/documentos/Boletin%20IFE%20I-2020.pdf>

ARCIDIÁCONO, P. Y PERELMITER, L. (2022) “Mediaciones sociales y burocráticas en la era digital. La política social argentina en tiempos de pandemia.” *Revista Uruguaya de Ciencia Política*, 31, (2), 57-30. <https://doi.org/10.26851/RUCP.31.2.3>

BAÑUELOS, J. (2009) “YouTube como plataforma de la sociedad del espectáculo”. *Razón y Palabra*, (66).

- BERICAT ALASTUEY, E. (2012) “La visualización en la obra de Erving Goffman y el análisis socio iconográfico”, en: Bericat, E. (ed.) (2012) *Sociologías en tiempos de transformación social*. España: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). P. 45-71.
- BORAGNIO, A; DETTANO, A; FARACCE MACIA, C; SORDINI, M. V; MULKI, J; PINQUELA, P; CENTOLA, A; CHAHBENDERIAN, F; MAIRANO, M. V; PASTORMERLO, E; CALIVA, D. (2023) *Comedores y merenderos en pandemia. Un recorrido a través de la imagen*. Documentos de Trabajo del CIES, N° 18. AGOSTO – 2023. http://estudiosociologicos.org/portal/wp-content/uploads/2023/08/DTNumbre_18.pdf
- CAMEJO, S; DA COSTA, P. y VECINDAY, L. (2022) Controversias y desafíos del Trabajo Social ante los emergentes Estados de bienestar digital. XIII Congreso Internacional de Trabajo Social.
- CENA, R. (2022) “¿Dónde están las Políticas Sociales? sobre intervenciones estatales y procesos de digitalización en las sociedades 4.0”. *EHQUIDAD. Revista Internacional De Políticas De Bienestar Y Trabajo Social*, (18), 243–262. <https://doi.org/10.15257/ehquidad.2022.0019>
- CENA, R. y DETTANO, A. (2022) “¿Quiénes hacen la política social? tramas de actores, acciones, (des)intereses y emociones en administradores de grupos de Facebook vinculados a las políticas sociales”. En Sordini, M. V. *Hacer políticas sociales: estudios sobre experiencias de implementación y gestión en América Latina*. Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora. pp. 157-186.
- COLSECOR (2023) Tendencias y consumos digitales en Argentina. <https://www.fundacioncolsecor.org.ar/informes/los-consumos-digitales-argentina-n12872>
- CONCHA ROLDÁN, S. M. (2006) “Políticas públicas e Internet”, en: Cerbino, M. y Richero, A. (eds.) *Gobernanza, políticas públicas y aplicaciones de Internet*. Ecuador: FLACSO, IRDC. Rispergraf. Pp. 85-96.
- CRIADO, I. (2022) “Tecnologías y políticas sociales en América Latina”. *Estado & comunes, revista de políticas y problemas públicos*. N° 15, vol. 2, julio-diciembre de 2022, pp. 153-157.
- D’ALESSANDRO, M. (2022) Ingreso Familiar de Emergencia. Una política pública a contrarreloj. FUNDAR. https://fundar.ar/wp-content/uploads/2022/09/Fundar_IFE.pdf

DE SENA, A. (2011) “Promoción de microemprendimientos y políticas sociales: ¿universalidad, focalización o masividad?, una discusión no acabada”. *Pensamiento Plural* 8, p. 5-36.

DE SENA, A.; DETTANO, A. y CENA, R. (2022) “Chasing the research object: social policies and emotions in virtual spaces”, in: Scribano, A.; Korstanje, M. Rafele, A. *Global Emotion Communications: Narratives, Technology, and Power*. New York: Nova Science Publishers. Pp. 195-222

DETTANO, A. (2020) “Miradas y emociones sobre la maternidad desde la política social: las malas madres o las “mamas cachivas”, en: Boragnio, A. y D’hers, V. (Comp.) *Mujeres y políticas de las sensibilidades*. Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora. Pp. 185-206.

DETTANO, A. y CENA, R. (2020) “Precisiones teórico-metodológicas en relación a la definición de Entorno en Etnografía Virtual para el análisis de políticas sociales”. *Revista Tsafiqui*. N°15, Dic. 2020. <https://revistas.ute.edu.ec/index.php/tsafiqui/article/view/precisiones-teorico-metodologicas-en-relacion-etnografia/555>

DETTANO, A. y CHAHBENDERIAN, F. (2018) “Desigualdades en tiempos de Programas de Transferencias Condicionadas de Ingresos: un estudio de la implementación de Ciudadanía Porteña”. *Saber*. Vol. 30. p. 363-372.

DUARTE, F. y PIRES, F. (2011) “Inclusión digital, tres conceptos clave: conectividad, accesibilidad, comunicabilidad”. *Ar@cne. REVISTA ELECTRÓNICA DE RECURSOS EN INTERNET SOBRE GEOGRAFÍA Y CIENCIAS SOCIALES*, N°150. <https://www.ub.edu/geocrit/aracne/aracne-150.htm>

ESTEINOU MADRID, J. (2001) “Internet y la transformación del Estado.” *Revista Ámbitos*, 6, pp. 21-34.

FERNÁNDEZ, C. (2017) “Gobierno electrónico. Un desafío en la inclusión ciudadana”. *Revista de Pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad*, N°107, 36-46. <https://digitecavfx.pt/view/775/TELOS%20107%20-%20Fundacion%20Telefonica.pdf#page=48>

GENÉ, M. (2022) “La épica de la urgencia y los límites del Estado. La hechura de las políticas públicas frente a la pandemia en Argentina”. *Estudios Sociales*. núm. 63, 1-18 <https://doi.org/10.14409/es.2022.2.e0030>

GIL, M.; GÓMEZ DE TRAVESEO, R. y ALMANSA, A. (2020) “YouTube y coronavirus: análisis del consumo de vídeos sobre la pandemia CO-

VID-19”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 121-153. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1471>

GÓMEZ POYATO, M. J. (2022) Digitalización y Trabajo Social. Un espacio público en construcción. Tesis de Doctorado, Universidad de Zaragoza, España.

MARDON, R.; MOLESWORTH, M. y GRIGOREB, G. (2018) “YouTube Beauty Gurus and the emotional labour of tribal entrepreneurship”. *Journal of Business Research*, Volume 92, 443-454. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.04.017>

MAUAD, A. M. (2005) “Fotografía e historia, interfases”, en F. Aguayo y L. Roca (eds) *Imágenes e investigación Social*. México: Instituto Mora. pp. 464-474.

MEJÍA NAVARRETE, J. (2000) “El muestreo en la investigación cualitativa”. *Investigaciones Sociales*, 4(5), 165-180. <https://doi.org/10.15381/is.v4i5.6851>

MORENO, R. M., BORRERO M. F., FERRI FUENTEVILLA, E., MEDINA F. R., LUCHENA A. M. y AGUADO, O. V. (2023) “Technologies and social services. An overview of technology use by users of social services”. *PLoS ONE* 18(5): e0284966. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0284966>

NOSCUÉ MERA, E. (2020) “Usos y apropiaciones de TICs desde la subalternidad: El COVID19 y la gestión del IFE”. *Question/Cuestión*, Nro.67, Vol.2- DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e431>

ODSA-UCA (2023) Privaciones Sociales y Desigualdades Estructurales. Condiciones materiales de los hogares en un escenario de estancamiento económico (2010-2022). Documento Estadístico N. 3. EDSA Serie Agenda para la Equidad. Barómetro de la Deuda Social Argentina, Observatorio de la Deuda Social Argentina, Universidad Católica Argentina. Educa.

ORTEGA OLIVARES, M. (2009) “Metodología de la sociología visual y su correlato etnológico”. *Argumentos*, vol. 22, núm. 59, enero-abril, 2009, pp. 165-184.

OIT (2021) La política del Ingreso Familiar de Emergencia (IFE) Su potencial impacto en la participación de los y las adolescentes en el mercado de trabajo. https://webapps.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-buenos_aires/documents/publication/wcms_827662.pdf

PÉREZ SALAZAR, G. (2020) “El meme en internet”. *Virtualis*, 11 (21), i-vii.

RENÉS ARELLANO, P; GOZÁLVEZ PÉREZ, V. y BERLANGA FERNÁNDEZ, I. (2020) “YouTube e influencers en la infancia. Análisis de contenidos y propuestas educativas”, *Icono 14*, 18 (2), 269-295. doi: 10.7195/ri14.v18i2.1455

SÁEZ BARNETO, G. y GALLARDO, J. (2017) “La relación de los youtubers con la publicidad y sus espectadores. El caso de YouTube España”. *Telos, Revista de Pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad*, N°107, 47-58. <https://digitecavfx.pt/view/775/TELOS%20107%20-%20Fundacion%20Telefonica.pdf#page=48>

SCRIBANO, A. (2008) *El proceso de investigación social cualitativo*. Prometeo Libros.

_____ (2020) “Consumo digital y sensibilidades de plataforma: algunas pistas para su análisis”, en: Dettano, A. *Topografías del consumo*. Buenos Aires: Eseditora. Pp. 225-248.

_____ (2022) *Emotions in a Digital World. Social Research 4.0*. United Kingdom: Routledge.

SCRIBANO, A. y LISDERO, P. (2018) “Experiencia visual e Investigación Social: hacia una crítica de la economía política de la mirada digital”. *Religación. Revista de ciencias sociales y humanidades*, Vol 3, N° 9, pp. 165-181.

SÁNCHEZ MARTÍNEZ, J. A. (2015) “Cultura visual digital y campos de acción en redes sociales”, en: Winocur, R. y Sánchez Martínez, J. A. *Redes sociodigitales en México*. CONACULTA/FCE. Pp. 162-188.

SNELSON, C. (2011) “YouTube across the Disciplines: A Review of the Literature”. *MERLOT Journal of Online Learning and Teaching* Vol. 7, No. 1. p. 159-169. https://jolt.merlot.org/vol7no1/snelson_0311.pdf

SORDINI, M. V. (2017) “El uso de internet en relación a programas sociales”. *Boletín científico Sapiens Research*, 7 (2), pp. 51-64. <https://www.srg.com.co/bcsr/index.php/bcsr/article/view/247/232>.

Sitios web

<https://dle.rae.es/digital?m=form>