



Estrategias comunicativas en la movilización estudiantil del 21 noviembre del 2019
en la ciudad de Medellín

María Teresa Hoyos Giraldo

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Rectoría Antioquia y Chocó
Sede Bello (Antioquia)
Programa Comunicación Social - Periodismo
noviembre de 2020

Estrategias comunicativas en la movilización estudiantil del 21 noviembre del 2019
en la ciudad de Medellín

Estudiante:
María Teresa Hoyos Giraldo

Monografía presentada como requisito para optar al título de Comunicador Social -
Periodista

Asesor:
Alma Leonora García Gómez
Magíster en Comunicación

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Rectoría Antioquia-Chocó
Facultad de ciencias humanas y sociales
Comunicación social y periodismo
Bello
Noviembre de 2020

*A mi familia que siempre estuvo ahí cuando lo necesite.
A mi madre, que fue apoyo incondicional en los momentos difíciles.
Y a los docentes que me impulsaron a ser quien soy hoy.*

Tabla de contenido

Resumen	7
Introducción	9
Capítulo I.....	11
Planteamiento del problema.....	11
Justificación.....	12
Capitulo II	14
Estado del arte	14
Marco teórico	24
Marco Conceptual:	28
Marco legal y normativo:	32
Marco Praxeológico:	32
Capitulo III.....	33
Objetivos	33
Capítulo IV	34
Metodología:	34
Capítulo V	39
Resultados	40
Conclusiones	59

ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS EN LA MOVILIZACIÓN ESTUDIANTIL
DEL 21N EN LA CIUDAD MEDELLÍN

5

Hallazgos.....	62
Referencias.....	68
Anexos:	70

Tabla de ilustraciones

Gráfico 1 ¿Qué tan importante fue el papel que jugó Facebook en la realización de las manifestaciones estudiantiles del 21N? 48

Gráfico 2 ¿Cuántas publicaciones aproximadamente veía por día? 49

Gráfico 3 Después de las manifestaciones del 21N, ¿Con qué frecuencia siguió viendo publicaciones referentes a las manifestaciones de ese día? 50

Gráfico 4 ¿qué tipo de publicaciones veían los estudiantes después de las movilizaciones del 21N?..... 51

Resumen

La movilización estudiantil y en si la movilización social es un derecho fundamental protegido por la constitución. Desde tiempo atrás, estos espacios han permitido tener diversos puntos de vista sobre las situaciones coyunturales que hacen parte de la cotidianidad de la sociedad que se han manifestado por medio de puestas en escena y demás estrategias que pueden convertirse en propuestas comunicativas para mostrar sus descontentos y poder así llegar a una posible solución.

Esta investigación parte de una metodología cualitativa, aplicando instrumentos como entrevistas, grupo focal y encuestas, que centran su estudio en esas estrategias comunicativas implementadas en las movilizaciones sociales y estudiantiles del 21N del año 2019 en la ciudad de Medellín, donde se hizo evidente la importancia de las redes sociales, los medios comunitarios y universitarios en la difusión de información.

Los instrumentos aplicados dan como resultado en un principio que las redes sociales son la estrategia elegida por los estudiantes de educación superior para todo el proceso de organización, realización y difusión de información en tiempo real de lo que acontecía en las marchas del 21N, señalando a Facebook, Instagram y Twitter como las más destacadas. Se habla de la importancia de Facebook para la difusión de información antes durante y después de las protestas pues su inmediatez y la información más democrática permite contar los hechos de manera casi instantánea. Se habla de los medios tradicionales y se hacen hallazgos en cuanto a Ética periodística, comunicación popular y Educomunicación.

Palabras Clave:

Movilizaciones sociales- Estrategias comunicativas- Redes Sociales-Medios Tradicionales- Comunicación para el cambio social- Educomunicación- Ética periodística

Abstract

Student mobilization and social mobilization itself is a fundamental right protected by the constitution. Since time ago, these spaces have allowed to have diverse points of view on the conjunctural situations that are part of the daily life of society that have manifested themselves through staging and other strategies that can become proposals communicative to show their discontent and thus be able to arrive at a possible solution.

This research is based on a qualitative methodology, applying instruments such as interviews, focus group and surveys, that focus their study on those communicative strategies implemented in the social and student mobilizations of 21N 2019 in the city of Medellín, where the importance of social networks became evident, community and university media in the dissemination of information.

The instruments applied result in the principle that social networks are the strategy chosen by higher education students for the whole process of organisation, making and disseminating real-time information about what was happening in the 21N marches, pointing to Facebook, Instagram and Twitter as the most prominent. We talk about the importance of Facebook for the dissemination of information before and after the protests because its immediacy and more democratic information allows to tell the facts in an almost instantaneous way. We talk about the traditional media and we make findings in terms of journalistic ethics, popular communication and Educommunication.

Keywords

Social Mobilizations- Communication Strategies- Social Networks-Traditional Media-
Communication for Social Change- Journalism Ethics

Introducción

El hombre, en su necesidad de comunicarse ha desarrollado diferentes formas de suplir esta y de mostrar sus puntos de vista frente a temas cotidianos con los que se muestra en desacuerdo. En este documento se hablará de la comunicación desarrollada por los estudiantes a la hora de establecer los puntos para la realización de estas manifestaciones y como los estudiantes adoptaron diferentes estrategias para movilizarse y mostrarse en desacuerdo con lo que sucede en el país y los planteamientos que hace en gobierno nacional.

Por un lado, se habla de la importancia de crear estrategias comunicativas antes de la realización de cualquier evento que traiga consigo convocar una colectividad, además de la importancia de la comunicación entre los líderes de estudiantado para plantear discursos uniformes para hacer que las manifestaciones sociales y estudiantiles se lleven a cabo con argumentos claros y firmes.

En este trabajo además se hace una identificación de estrategias comunicativas y se toma una visión académica de la necesidad de la comunicación para el desarrollo y el cambio social del teórico latinoamericano Alfonso Gumucio, quien plantea que este tipo de comunicación es la voz de los que no tienen voz y que reivindica la posibilidad de hablar a esas voces de la multiculturalidad que ha sido negada a través del tiempo, convirtiéndola en el eje principal de la movilización social, siendo entonces una comunicación enfocada en el ámbito del cambio social .

En este documento se habla, además, de los espacios brindados por los medios de comunicación tradicional, especialmente de aquellos que hacen presencia en Antioquia e influyen en cierta medida en la difusión de la información de las movilizaciones sociales del 21 de noviembre del año 2019, se indaga si hubo un espacio brindado por estos y como fue el

aprovechamiento por parte de los estudiantes de esos espacios o si por el contrario no hubo un espacio brindado por parte de los medios o su discurso fue estigmatizante a la hora de hablar acerca de las movilizaciones sociales del 21N.

Y finalmente se habla de la importancia de las redes sociales en la difusión de información antes, durante y después de las movilizaciones estudiantiles, especialmente de Facebook en los procesos de comunicación y difusión de la información por parte del estudiantado en la ciudad de Medellín, donde a través de una encuesta se establecen qué clase de publicaciones ven, de qué tipo de espacios en Facebook reciben la información, etc. Y a su vez resaltan la inmediatez de la red social durante el desarrollo de los procesos, pero que no funciona como un proceso de profundización sobre el tema, a menos que se consulten varias fuentes.

Capítulo I

Planteamiento del problema

A lo largo de la historia, el ser humano ha buscado diferentes maneras de manifestarse frente a esas problemáticas que los aquejan, esto ha evolucionado a través del tiempo y las estrategias de comunicación han entrado a jugar un papel muy importante a la hora de reunir a las personas en torno a una misma causa, estas estrategias con el pasar del tiempo van evolucionando e incluso se implementan unas nuevas que sean acordes para el contexto en el que se vive.

Estas manifestaciones sociales en la ciudad de Medellín se han llevado a cabo desde hace muchos años. Sin embargo, en cuanto al registro de la protesta estudiantil en Medellín, se tiene conocimiento desde 1968, cuando los estudiantes de la Universidad de Antioquia comenzaron a manifestarse en contra del traslado del campus universitario, pero es sabido que las marchas y movilizaciones sociales en el país son tan antiguas como las marchas de los comuneros y las protestas campesinas, sin embargo con respecto a las protestas estudiantiles en general la historia registra las más modernas como las de 1968 en Medellín, así lo ha registrado el centro de memoria de la Universidad de Antioquia, quien en la edición muestra una línea de tiempo donde se cuentan esos sucesos históricos.

Las estrategias comunicativas en los movimientos sociales estudiantiles, en Colombia, han sido objeto de poco estudio, y siempre han estado ligados a la demostración u explicación de las dinámicas comunicativas de la organización de las movilizaciones. En la ciudad de Medellín y particularmente en las manifestaciones estudiantiles del 21 de noviembre del año 2019, se hizo uso en gran parte de las redes sociales, no pasando a un segundo plano las estrategias comunicativas tradicionales como el voz a voz y los póster en los campus de La Universidad Nacional, Universidad de Antioquia y el Politécnico Jaime Isaza Cadavid, esto dio pie a iniciar la

investigación frente a las estrategias comunicativas usadas por los estudiantes de estas tres universidades en la ciudad de Medellín, partiendo desde lo organizacional, hasta la perspectiva de los jóvenes en el uso de las redes sociales a la hora de congregar personas entorno a las movilizaciones sociales del 21N.

Teniendo en cuenta la importancia de los medios de comunicación tradicionales a la hora de informar sobre las movilizaciones, la necesidad de adoptar alternativas de comunicación para mostrar todos los puntos de vista incluso en el momento mismo del acontecimiento nace mi pregunta de investigación: ¿Cuáles fueron las estrategias comunicativas utilizadas por los estudiantes de las universidades públicas: Universidad de Antioquia, Politécnico Jaime Isaza Cadavid y Universidad Nacional, de la ciudad de Medellín, en las manifestaciones estudiantiles el 21 de noviembre del año 2019 se quiere focalizar entonces en ¿cuáles fueron las estrategias comunicativas usadas en la ciudad por los estudiantes?, ¿cuáles fueron más eficaces a la hora de presentar la información?

Justificación

Hablar de las estrategias comunicativas adoptadas por los estudiantes de las universidades públicas de Medellín en la sensibilización y realización de las marchas estudiantiles realizadas en Noviembre del año 2019, es una forma de evidenciar la importancia que tiene la comunicación en el proceso de organización de los jóvenes y de la comunidad en general en procesos de empoderamiento y participación, en este caso para mostrar descontento frente a temas como: bajos presupuestos para la educación pública y deudas que el Gobierno Nacional tiene con las Instituciones de Educación Superior del país, además de la reforma tributaria que se venía

pensando en el congreso y la crisis que venía afectando ciertos sectores como el de la salud y la agricultura.

Es sabido que los medios de comunicación son un excelente aliado a la hora de convocar un gran número de personas, por lo que es importante conocer cómo se han abordado estas temáticas en nuestro territorio, además que es una forma de demostrar cómo las formas de participación ciudadanas crean un cambio en el contexto en el que viven los estudiantes, siendo esto beneficioso para la comunidad.

Se indagará como contexto a cerca de antecedentes sobre el tema, para este caso las estrategias comunicativas implementadas por los estudiantes en los movimientos sociales de las universidades públicas de la ciudad de Medellín. Y es que estas instituciones se han visto involucradas a través del tiempo en diferentes tipos de manifestaciones, en caso particular, la universidad de Antioquia cuenta con un archivo de memoria *50 años de violencia y resistencia* que puede encontrarse en la página web oficial de la institución y que sirve para generar a través de la memoria un espacio de reflexión entre los académicos y comunidad en general de la ciudad de Medellín, siendo esta ciudad un lugar marcado por la violencia armada y las bandas criminales.

Este trabajo de investigación está enfocado en la sublínea de investigación Comunicación, Desarrollo, Cambio Social y Participación, del programa de comunicación social y periodismo, ya que centrará su atención en la comunicación participativa para el cambio social, evidenciándose esta en las diferentes estrategias comunicativas utilizadas por los estudiantes para convocar a la comunidad, no solo educativa, sino también personas particulares a las marchas de noviembre de 2019.

Finalmente, en el mundo cada vez más las movilizaciones sociales y las comunicaciones que se dan entorno a ellas juegan un papel crucial en los procesos democráticos, en la participación ciudadana y en general en la transformación de nuestras sociedades.

Capítulo II

Estado del arte

Las universidades públicas a lo largo de la historia colombiana y latinoamericana se han visto involucradas en diferentes movilizaciones sociales, se sabe de la participación de estudiantes en este tipo de acciones desde mucho antes a 1909 en Colombia, pero de esto no se encuentra suficiente registro, pues no fue hasta 1970 que estas manifestaciones tomaron fuerza, como una forma de levantar la voz en contra de las injusticias que han ocurrido y que afectan tanto los procesos académicos como la formación de ciudadanos en el país.

La ciudad de Medellín se ha visto envuelta en múltiples de estas movilizaciones lideradas principalmente por las mesas estudiantiles de La **Universidad Nacional de Colombia**, esta universidad nació gracias a que, en 1864, José María Samper, antiguo radical, presentó un proyecto de ley al Congreso, de lo que llamó Universidad Nacional de los Estados Unidos de Colombia. El 22 de septiembre de 1867, mediante la Ley 66 expedida por el Congreso es oficialmente fundada como tal. (Unal, s.f.)

Para ese entonces (1867) la Nacional inició sus labores académicas con seis facultades, Derecho, Medicina, Ciencias Naturales, Ingeniería, Artes y Oficios, Literatura y Filosofía, más adelante se fueron implementando áreas como: “el Observatorio Astronómico, el Museo Nacional, el Laboratorio Químico Nacional, la Biblioteca Nacional, el Hospital de la Caridad y el Militar.” (Unal, s.f.)

A esta universidad con sede en la ciudad de Medellín se le unió la **Universidad de Antioquia**, siendo esta la universidad con mayor tradición en el departamento.

Nació en 1803 con la llegada de Fray Rafael de la serna, como una iniciativa de quienes vivían allí para crea un colegio de primeras letras. En junio de este mismo año Se inauguran las cátedras de latinidad y letras menores. Las clases las dicta fray Rafael de la Serna en una casa ubicada en una de las esquinas del Parque de Berrío. Por su parte, el hermano Juan Antonio Suárez se encarga del aula de primeras letras. (UdeA, s.f.)

Más adelante, el alma mater antioqueña deajo de ser parte de la iglesia y pasó a ser parte del estado, luego de los enfrentamientos independentistas de 1810.

El 27 de agosto de 1812, El colegio pasa a ser propiedad del estado. El cambio de administración implica una drástica transformación en la filosofía de la institución. El gobierno civil le encarga, entonces, al doctor José Manuel Restrepo la elaboración de un nuevo plan de estudios y de un reglamento acordes al pensamiento ilustrado. (UdeA, s.f.)

Luego de una nueva guerra en la que muchos estudiantes se enlistaron en las filas del ejército, se reabren las puertas del colegio y más adelante,

“Para 1933, se instalan equipos en la nueva emisora universitaria y se comienzan a emitir los primeros programas. Mediante las ordenanzas 30 y 31 la universidad adquiere el derecho de tener representación estudiantil en el consejo universitario.” (UdeA, s.f.)

“Durante 1936 en la institución hay fuertes enfrentamientos ideológicos entre liberales y conservadores. Un grupo de conservadores se retira de la Universidad de Antioquia y funda la Universidad Pontificia Bolivariana” (UdeA, s.f.)

Los años 80 y 90 fue para la universidad una época violenta. En los medios de comunicación no se hablaba si no de tomas a la universidad por parte de los estudiantes y el cese

de actividades académicas por largas jornadas. En 1993 se lleva a cabo un foro de reflexión, en el que se habló de la situación por la que estaba atravesando la universidad. “El Foro Permanente de Reflexión y Deliberación es saboteado. El vicerrector general Álvaro Gaviria y varios profesores son amenazados.” (UdeA, s.f.)

Sin embargo, en la segunda mitad de los años 90, la universidad se torna un poco más pacífica y los sucesos violentos dejan de ser noticia; ahora lo que es noticia son los avances que la universidad lleva a cabo en cuanto a infraestructura, oferta académica, investigación, etc.

El 9 de octubre de 2003 la universidad de Antioquia Celebra sus 200 años de fundación y al siguiente año, el 19 de mayo de 2004 se inaugura la Sede de Investigación Universitaria (SIU). (UdeA, s.f.)

En el año 2007 la universidad y la gobernación adquieren la clínica León XIII y pasa a ser administrada por la IPS universitaria. Para 2008 se inaugura el nuevo edificio de extensión. En el año 2010 se crea el cabildo indígena universitario de Medellín, se inaugura la sede de posgrados ubicada en el barrio Guayabal. (UdeA, s.f.)

En el año 2013, El Campus de la Universidad de Antioquia es el primero del país en ser declarado bien de interés cultural del ámbito nacional. Además, el Ministerio de Cultura también declara en la misma categoría al conjunto arquitectónico de San Ignacio, del que hace parte el Paraninfo de la Alma Máter. (UdeA, s.f.)

También en ese mismo año, es condecorada la universidad por sus 210 años en labor educativa y sus aportes al desarrollo del país, recibiendo la Orquídea de Oro, máxima distinción que entrega la alcaldía de Medellín. (UdeA, s.f.)

Otra de las instituciones de educación superior que han hecho parte de la formación de Jóvenes con pensamiento crítico frente a diferentes situaciones del país es **El politécnico**

Colombiano Jaime Isaza Cadavid este en sus casi 60 años de servicio a vivenciado múltiples cambios.

Nació en 1962. La dirigencia antioqueña había identificado la necesidad de formar una nueva generación de personal orientado a apoyar los niveles medios de los diferentes sectores productivos. (JIC, s.f.)

Inició sus labores el 30 de marzo de 1964, como pionero de una nueva tendencia en la educación técnica. La noticia se registró en un momento en el que Antioquia pedía acciones frente a las carencias en educación técnica y se preguntaba por las debilidades en la formación profesional. En memoria del diputado, muerto ese año, la Asamblea de Antioquia aprobó, en noviembre de 1965 una Ordenanza por la cual se modificaba el nombre oficial de la entidad, para llamarse Instituto Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. (JIC, s.f.)

Más adelante el instituto cambia, y pasa de llamarse instituto Politécnico a únicamente llamarse politécnico. “En 1972 el Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid fue autorizado para expedir el título de tecnólogo” (JIC, s.f.) un año después el politécnico comienza a hacer presencia en otros municipios de Antioquia y así se consolida a nivel regional.

Entre 1973 y 1980 se abrieron los centros regionales de Oriente en el municipio de Rionegro y Suroeste en Jericó y las Granjas Experimentales en el municipio de Marinilla y San Jerónimo. En los ochentas entraron en funcionamiento los centros regionales de Urabá, en Apartadó, y el del Nordeste en los municipios de Segovia y Amalfi. Consolidado el perfil institucional del Poli, durante los años noventa, tomó un importante impulso el desarrollo investigativo de la Institución. (JIC, s.f.)

El politécnico Jaime Isaza Cadavid como institución universitaria es muy joven, y es que no fue sino hasta 1992 que gracias a “la Ley 30 de 1992 permite la creación de las instituciones universitarias como una categoría nueva en la escala de la educación superior. El Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid puede así, ofrecer carreras universitarias y otorgar títulos profesionales.” (JIC, s.f.)

En los años 90 el politécnico se fortaleció con respecto a la implementación de carreras universitarias.

Entre los años 1993 y 1995, se crearon siete programas: tres Ingenierías y cuatro carreras profesionales. En 1996 el Ministerio de Educación le entregó al Departamento de Antioquia y éste a su vez al Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid las instalaciones para el Centro de Prácticas de Bello allí empezaron a funcionar 7 bloques de laboratorios. Entre 1995 y 1997 se crearon tres nuevas Ingenierías y una especialización. (JIC, s.f.)

En el año 2006 la institución estuvo marcada por la consolidación de una planta docente capacitada y actualizada, así como la extensión de programas y proyectos que tuvieran impacto en la sociedad. Se hizo énfasis en la conformación de semilleros de investigación y la vinculación a ellos por parte de los profesores ocasionales, de cátedra y de planta. En el camino hacia la calidad, el Politécnico empezó su proceso de Autoevaluación, con miras a la acreditación. (JIC, s.f.)

entre estas tres instituciones de educación pública que han creado mecanismos de comunicación alternativas a los medios tradicionales para generar espacios de reconocimiento, reflexión y movilización en los asuntos que impliquen a la educación pública el país.

“Para 1933, se instalan equipos en la nueva emisora universitaria y se comienzan a emitir los primeros programas. Mediante las ordenanzas 30 y 31 la universidad adquiere el derecho de tener representación estudiantil en el consejo universitario.” (UdeA, s.f.) siendo esto la voz de los estudiantes frente a los altos mandos universitarios, y la puerta de entrada a la posibilidad de ser escuchadas sus peticiones e inconformidades.

Históricamente, la mayoría de las movilizaciones estudiantiles han iniciado en la sede de la universidad nacional. Una de las primeras movilizaciones que se realizó en el campus universitario de la Universidad de Antioquia fue en 1969 en contra del plan básico estudiantil, una propuesta creada a partir de un modelo modernista apoyado por Estados Unidos y con el cual los estudiantes no estaban de acuerdo. Por medio de un comunicado, el consejo superior estudiantil expresaba su descontento frente al alza de las tarifas en el transporte y el uso de una tiquetera que consideraban “ineficiente” (UdeA C. s., 1969), Este comunicado fue publicado además por el radioperiodico El Clarin.

Desde 1970 se tiene registro en medios de comunicación masivos sobre las movilizaciones en las que los jóvenes universitarios hacían parte. En 1971 se llevó a cabo la mayor movilización estudiantil que se había realizado, universidades públicas y privadas empezaron un sece a las actividades académicas, así lo cuenta (Urrego y Pardo, 2003) en su ponencia realizada en el Primer Congreso Internacional sobre Historia de las Universidades de América y Europa y en el 51° Congreso Internacional de Americanistas, realizado entre el 14 y el 18 de julio de 2003 en Santiago de Chile. En su ponencia relatan además del paro nacional universitario, aspectos políticos que influían en la continuidad de las clases en las instituciones de educación superior, tornado difícil la situación en las universidades públicas del país.

Durante junio de 1971 la universidad de Antioquia Es reabierto por parte del Gobierno Nacional y mediante una asamblea general se decreta nuevamente el cese de actividades en todo el campus universitario. Cabe resaltar que durante este año hubo un gran apoyo por parte de las universidades privadas, principalmente en la ciudad de Bogotá, donde se unió la universidad gran Colombia, algunos docentes de la universidad de los Andes, Estudiantes de la universidad Santo Tomás, y el consejo superior estudiantil de la Universidad de la Salle. (Urrego y Pardo, 2003)

En los años noventa la situación en las universidades no mejoraba, mucho menos en la ciudad; una ola de violencia azotaba gran parte del territorio y los campus universitarios no eran la excepción. Los medios de comunicación locales lo registraban. En rechazo a estos hechos se convocó por parte de directivos, profesores y estudiantes a marchas pacíficas, hechos que también quedaron plasmados en las páginas de los periódicos nacionales y locales.

En la primera década del siglo XXI grupos subversivos ingresaron al campus de la universidad de Antioquia y se registraron amenazas en contra de estudiantes y directivas, lo que llevó a nuevas movilizaciones en rechazo a estos actos y por el respeto del plantel educativo. Las redes sociales comenzaron a tomar fuerza para la realización de convocatorias por parte de los líderes estudiantiles a otras instituciones de educación superior del país (HacemosMemoria, 2019).

Iniciando la segunda década, exactamente en el año 2011 se llevó a cabo una gran marcha nacional, en la que se rechazaba la reforma de la ley 30 de 1992 que regula la educación superior del país (HacemosMemoria, 2019).

Siguiendo la línea de tiempo (Portela, 2014) habla de las manifestaciones sociales en la universidad de Antioquia tomando como referente los años entre 2005 y 2012, hace un análisis de las dinámicas políticas en este tipo de actividades en los que participa el plantel educativo. En su

tesis de maestría cuenta diferentes sucesos en que marcaron la historia de la Universidad, como la muerte de dos estudiantes de la universidad nacional en el campus de la Universidad de Antioquia.

En octubre del 2018 se llevó a cabo una gran marcha estudiantil a nivel nacional, donde además los ciudadanos que no estaban inscritos a alguna universidad también se unieron a las protestas, esto gracias al espacio brindado por los medios de comunicación a los líderes de las mesas estudiantiles, lo que permitió que se creara pedagogía sobre el porqué se estaban movilizandando los jóvenes del país.

Más adelante, el 21 de noviembre del año 2019 se llevó a cabo una gran marcha nacional, allí diferentes sindicatos de trabajadores, estudiantes y personas particulares hicieron parte de esta manifestación, convocada por los líderes de los ya mencionados, esta fue registrada en todos los medios de comunicación de todo el país, es por esto que además de estas instituciones, se hablará sobre el papel que jugaron los medios de comunicación tradicionales de la ciudad de Medellín, especialmente:

TeleAntioquia nació como el primer canal regional de Colombia el 11 de agosto de 1985, el mismo día en el que se celebra la Independencia de Antioquia. Con la idea de crear un canal que afianzara el sentido de pertenencia de los antioqueños por su canal y por su región, con una programación que pudiera ofrecerles entretenimiento y cultura. (TeleAntioquia, s.f.)

Un canal que refleja la tradición antioqueña que ha consolidado su misión bajo diferentes valores y objetivos: “informar, formar y entretener, con el propósito de conformar contenidos informativos, de entretenimiento, opinión, humor, educación, deportivos, musicales, juveniles, infantiles, culturales, de salud, institucionales y documentales que fortalezcan el conocimiento y los valores de los antioqueños” (TeleAntioquia, s.f.).

Por otro lado, **TeleMedellín** es un canal más reciente y nace a finales del siglo XX, este canal surge así:

En 1995 nace la idea de crear un canal local de televisión. Esta idea nace desde la secretaría de educación y cultura del municipio de Medellín, al principio con el propósito de crear programas educativos que apoyaran la educación a distancia. El 7 de diciembre de 1997, se realizó la primera emisión oficial del canal con el desfile de mitos y leyendas teniendo una programación de 4 horas para esta primera etapa del canal. En 1998 se amplía la parrilla de emisión a ocho horas y se adquiere el primer vehículo dotado con tres cámaras para la producción de contenido en otras partes de la ciudad. (TeleMedellín, 2017)

Con la llegada del nuevo siglo llegaron también los avances tecnológicos, y para TeleMedellín fue un reto adaptarse a esta, un reto que logró superarse. “Fue en 2004 que se invierte en el canal seis mil millones de pesos para la actualización tecnológica y además la parrilla de programación finalmente se amplía a 24 horas continuas.” (TeleMedellín, 2017) otras de las mejoras que tuvo el canal en este nuevo siglo fueron:

En el año 2008 la señal pasa a ser satelital, para el año 2009 se adquiere una nueva unidad móvil dotada completamente con equipos de alta definición y se lanza TeleMedellín 2.0, una plataforma en la que los televidentes pueden interactuar y elegir qué ver desde los dispositivos móviles. En 2010, el canal adquiere el certificado ISO 9001-2008 y se convierte en el canal oficial de los novenos juegos suramericanos. Los avances tecnológicos siguen y para el año 2013 TeleMedellín se convierte en el primer canal regional en tener señal de alta definición en el país. Finalmente, en el año 2016 fue

reconocida su sede por U.S Green Bulding Cunsil, con certificación de oro a las construcciones ambientales Sostenibles (TeleMedellín, 2017).

Cambiando ahora de soporte periodístico, pero también de gran tradición en Antioquia Es el periódico **El Colombiano**, este ha estado en las casas antioqueñas desde el 6 de febrero de 1912 por Francisco de Paula Pérez informando a toda la comunidad del acontecer de esta región. El periódico nació con un único objetivo

El objetivo de servir a la causa conservadora, mas no como un apoyo incondicional a los partidos políticos. La primera edición, ejecutada en una prensa Chandler, fue de 400 ejemplares. Cada uno costaba tres centavos, era tamaño tabloide, de cuatro páginas y circulaba los martes y viernes. (COLOMBIANO, s.f.)

Esta filosofía primaria cambiaría en 1929 con la llegada de Fernando Gómez Martínez y Julio C. Hernández quisieron comprar, junto con otros socios, el periódico EL COLOMBIANO. “Julio C. Hernández y Fernando Gómez Martínez, hicieron historia en el periodismo al imprimirle a EL COLOMBIANO principios, convicciones e ideales muy sólidos, que se mantienen a través del tiempo.” (COLOMBIANO, s.f.) Una filosofía que ha inspirado para mantenerse en el tiempo y puesta desde sus inicios, “basada en la defensa del bien común y en el respeto de todas las causas, siempre por encima de intereses particulares empresariales o partidistas” (COLOMBIANO, s.f.).

Los anteriores medios de comunicación fueron escogidos por su trayectoria y reconocimiento a nivel local para investigar como abordaron los temas de manifestaciones estudiantiles, antes, durante y después de estas, especialmente la marcha del 21 de noviembre del año 2019 en la ciudad de Medellín.

Marco teórico

En este trabajo de investigación se abordará la comunicación como una estrategia comunicativa en los movimientos sociales, centrándose en el movimiento estudiantil en la ciudad de Medellín. El fenómeno por estudiar es la manifestación estudiantil del 21 de noviembre de 2019. Para entender entonces cual es el aporte de la comunicación a estos movimientos es necesario citar a Alfonso Gumucio, él en su documento “el cuarto mosquetero”, nos habla de cuál es la función de la comunicación en el plano de desarrollo de la sociedad. Él nos menciona que la comunicación es una especie de cuarto mosquetero o quita rueda en el auto, ¿por qué? Porque “esta comunicación que comienza ahora a recuperar terreno es como el cuarto mosquetero, presente junto a los otros tres, aunque no se le cuenta todavía. Entra un poco más tarde en escena, pero su contribución es definitiva” (Gumucio, 2004).

La comunicación para el desarrollo es ese tipo de comunicación que le da voz a los que no tienen voz, es por esto que lejos de los medios masivos y tradicionales o el marketing y las ventas, la comunicación para el desarrollo centra su mirada en las comunidades, en sus contextos y problemáticas, permitiéndoles tener un espacio de expresión, Alfonso Gumucio dice que:

Las experiencias de comunicación participativa continúan sin embargo creciendo como respuesta a una situación en las que las voces de la multiculturalidad son negadas o escondidas por los medios masivos. Estas experiencias de comunicación popular y participativa, en el área rural y urbana, irrumpen en la esfera pública reclamando una nueva ciudadanía. (Gumucio, 2004).

Es entonces como estas experiencias participativas de comunicación se convierten también en experiencias democráticas, que esperan generar un cambio en la sociedad, en este caso, con la

movilización estudiantil se pretende sensibilizar sobre las situaciones poco favorables que se están viviendo en el contexto colombiano y generar presión para que estas mejoren.

Por otro lado, (Cruz, 2015) habla en su trabajo monográfico “Procesos de enmarcamiento y estrategias comunicativas de la Mesa Amplia Nacional Estudiantil en las protestas de 2011 en Colombia” sobre el discurso que se manejó desde la MANE para tener una mayor acogida por parte de la sociedad civil que no hace parte de las instituciones de educación superior.

Este discurso se manifestaba en consignas como: “¿Quién es usted? Soy estudiante. No lo escuché. Soy estudiante. Una vez más. Soy estudiante, soy (bis). Yo quiero estudiar para cambiar la sociedad. ¡Vamos a la lucha!”. Este lema muestra una intención articuladora, no discrimina entre estudiantes de distintas procedencias, sino los hace equivalentes en tanto estudiantes. En fin, el discurso político del movimiento se orientó a articular el pueblo colombiano a su lucha. (Cruz, 2015, pág. 76)

Este planteamiento genera una sensación de Éxito en las estrategias aplicadas por la MANE en cuanto a comunicar su idea, y por su lado el autor afirma que fue una estrategia exitosa diciendo que: “La estrategia fue exitosa, primero, en generar una identidad colectiva de “estudiante”. Esto puede comprobarse cuando se tiene en cuenta que el acelerado enrolamiento de nuevas personas al proceso desbordó su capacidad organizativa” (Cruz, 2015, pág. 77).

Otras de las estrategias identificadas por Rodríguez es el uso de medios alternativos de comunicación como lo son las redes sociales y resalta las transmisiones en vivo como una buena estrategia de visibilización de la Mesa Amplia Nacional Estudiantil y esto “contribuyó a construir la identidad del estudiantado. Transmitir en directo las asambleas de la MANE, que llegaron a tener entre 1500 y 5000 asistentes, coadyuvaba a resaltar el carácter “amplio” y democrático de esta organización” (Cruz, 2015, pág. 78)

Cruz Rodríguez señala que “se intentó una alianza con los medios masivos del país, sin embargo, esto tuvo repercusiones negativas entre los líderes de la mesa, pues no lograban ponerse de acuerdo y se decía que solo se les prestaba atención a los líderes de Bogotá” (Cruz, 2015, pág. 78). Por lo que se puede reconocer entonces el fallo de este modelo en la MANE. También hubo mecanismos no verbales abordados por Cruz Rodríguez, tales como el performance y las puestas en escena, a las que les atribuyó que “Esos repertorios contrarrestaron la represión y criminalización de la protesta, un discurso que estigmatiza cualquier manifestación pública de descontento presentándola como consecuencia de la infiltración de las organizaciones sociales por parte de la insurgencia armada” (Cruz, 2015, pág. 80) demostrado la importancia de las acciones colectivas culturales en el momento de comunicar una idea, dándole prioridad al lenguaje corporal y por encima del oral, demostrando que el cuerpo dice más que mil palabras escritas o dichas. Sin embargo, cabe la posibilidad de pensarse que hubo otras estrategias por parte de los estudiantes que no son abordadas por Rodríguez y que también hacen parte fundamental de la conformación de las manifestaciones estudiantiles y del resultado final de estas.

El comunicador Hernán Rodríguez Uribe, habla sobre la relación entre los medios de comunicación y los movimientos sociales, en su publicación *Movimientos sociales y medios de comunicación, poderes en tensión*, el autor se centra en las movilizaciones de la universidad del Cauca y toca temas como estrategias de visibilización y los procesos de identidad a través del derecho a ser.

El habla entonces que, en el proceso del derecho a ser, los estudiantes deciden el espacio en el que reivindicarán su derecho a existir, que en este caso es el “espacio público” que se materializa en la toma de la vía pública y de los escenarios que representan la institucionalidad, que incluyen los medios de comunicación. (Uribe, 2012)

En su artículo el autor también habla del derecho a visibilizarse, del cubrimiento de los medios y del espacio que se abrió el movimiento estudiantil como un referente para la protesta social. Sin embargo, este proyecto se centra en más en la movilización como derecho y en el proceso en los medios masivos ya existentes, pero no se habla o se habla poco de las estrategias creadas por ellos mismos para abrirse paso por medio de estrategias comunicativas propias.

Por su parte Raúl Zibechi dice que,

En la sociología de los movimientos sociales, coinciden en atribuir a la comunicación un papel destacado tanto en el nacimiento como en la rápida difusión de los movimientos modernos. Con ellos, la información comenzó a circular horizontalmente en vez de “emanar autoritariamente desde las alturas”, contribuyendo a crear vínculos en forma de redes no unificadas que hacen posible la acción colectiva. La expansión de la prensa popular y la difusión de la alfabetización, hicieron posible el nacimiento de la política popular, ya que “sin la capacidad de leer, los insurgentes en potencia habrían tenido dificultades para mantenerse al corriente de las acciones de otros con reivindicaciones similares, excepto por la transmisión verbal de las noticias” (zibechi, 2017)

Con esto demuestra la importancia de los medios de comunicación a la hora de hacer democracia por medio de los movimientos sociales.

Marco Conceptual:

La comunicación para el desarrollo y el cambio social es un término realmente muy reciente, y es que en 1997 fue la Organización de las Naciones Unidas quién adoptó el término y lo caracterizó de la siguiente manera:

La comunicación para el desarrollo destaca la necesidad de apoyar los sistemas de comunicación recíproca que propicien el diálogo y permitan que las comunidades se manifiesten, expresen sus aspiraciones e intereses y participen en las decisiones relacionadas con su desarrollo. (programa de las naciones unidas para el desarrollo, 2011, pág. 1)

La comunicación es muy importante en la vida y el desarrollo del ser humano y del entorno en el que se mueve, dando herramientas para mejorar la calidad de vida de las comunidades con procesos de participación ciudadana y apropiación del espacio. Alfonso Gumucio define la comunicación para el desarrollo como una “quinta rueda de un carro”, como “el cuarto mosquetero” y dice que la comunicación para el desarrollo y el cambio social:

Nace como respuesta a la indiferencia y al olvido, rescatando lo más valioso del pensamiento humanista que enriquece la teoría de la comunicación: la propuesta dialógica, la suma de experiencias participativas y la voluntad de incidir en todos los niveles de la sociedad, son algunos elementos que hacen de esta propuesta un desafío. (Gumucio, 2004, pág. 4 y 5)

Esta respuesta a la indiferencia es lo que hace de la comunicación para el desarrollo una herramienta para la construcción de ciudadanía, como una forma para pedir el restablecimiento de derechos. Estas formas de comunicación son además un mecanismo para incidir en las decisiones

políticas y generar espacios de reflexión en las comunidades. Es entonces como las naciones unidas definen otra rama de la comunicación para el desarrollo, llamándola “comunicación para la incidencia”

La comunicación para la incidencia implica acciones organizadas con el objetivo de influenciar el clima político, decisiones de procesos políticos y programas, percepciones públicas sobre normas sociales, decisiones sobre asignación de fondos y apoyo comunitario, así como empoderamiento en asuntos determinados. (programa de las naciones unidas para el desarrollo, 2011, pág. 8)

Este término puede relacionarse directamente con las **movilizaciones sociales**, en las que las diferentes estrategias comunicativas generan un espacio de reconocimiento, interpretación y movilización por parte de los ciudadanos, entendiéndose como movilización social a la sociedad en movimiento, considerándose como un grupo de personas que se unen para lograr un objetivo específico, que además sirva para el desarrollo de una mayoría.

La constitución política de Colombia en el artículo 37 dice que “Toda parte del pueblo puede reunirse y manifestarse pública y pacíficamente.” (Constitución política de Colombia, 1991) este derecho, a lo largo de la historia colombiana, ha ganado un estigma, y es que por causa de algunas personas estas manifestaciones que tienen un objetivo pacífico se convierten rápidamente en actos violentos y vandálicos que se vuelven noticia nacional, siendo esta la información que se vuelve relevante en los medios de comunicación tradicional.

Ahora bien, las **redes sociales** también han jugado un papel muy importante a la hora de informar sobre estas movilizaciones y es especialmente usada por los estudiantes para transmitir

información. Para Delia María Crovi Druetta, María de los Ángeles López Cruz y Rocío López Gonzales las redes sociales son:

“Son una estructura sistémica y dinámica que involucra a un conjunto de personas u objetos, organizados para un determinado objetivo, que se enlazan mediante una serie de reglas y procedimientos. Permiten el intercambio de información a través de diversos canales y su representación gráfica proporciona una visualización de cómo se articulan o relacionan, mediante aristas o arcos, sus elementos denominados vértices, nodos o actores sociales.” (Druetta, Cruz, & González, 2009, pág. 16)

Sin embargo, para llegar a esta definición debe tenerse en cuenta que se entiende por red social como las relaciones de un individuo con otro y que puede registrarse, según (Zluski, 1996, pág. 42) “en forma de un mapa mínimo en el que incluye a todos los individuos con los que interactúa una persona.” Esto puede entenderse en el mundo tecnológico como la interacción e intercambio de información entre nodos, siendo una persona un nodo. Las redes sociales en la web juegan un papel muy importante a la hora de difundir información, pues se puede compartir contenido en tiempo real. En las manifestaciones sociales, este tipo de comunicación fue fundamental a la hora de tener información más completa sobre lo que estaba pasando en cada momento y no una información sesgada regida por una ideología empresarial como sería en un medio de comunicación comercial, siendo esta una de las principales formas de establecer puntos de información entre personas sobre las manifestaciones sociales.

No podemos olvidar que las **estrategias comunicativas** jugaron un papel importante a la hora de llevar a cabo las manifestaciones sociales del 21 de noviembre del 2019. Enrique Arellano, define las estrategias comunicativas como:

“una serie de elecciones que permiten ubicar los momentos y los espacios más convenientes, para implementar un estilo comunicativo, un sello personal de la organización, que deberán respetar en la ejecución de todos los procesos internos, tanto laborales como humanos.” (Arellano, 2008)

Esta serie de elecciones, durante las movilizaciones sociales fueron cruciales a la hora de convocar a la ciudadanía a manifestarse en contra de las políticas del gobierno de turno.

Finalmente, la **Comunicación popular**, explicada por Martha Dubravcic Alaiza como “Aquella que pasa de ser lineal, manipuladora desde sus métodos, y Marginal, reivindicativa, politizada y clasista de sus actores, a ser una comunicación más bien ciudadana, crítica, culturalmente diversa y plural” (Alaiza, 2002) esta forma de comunicación, también conocida como comunicación para el desarrollo por el protagonismo que le da a los ciudadanos, esto es de suma importancia para la realización de movilizaciones sociales, pues unen a las personas en un mismo ideal, luchar para que hayan garantías sociales a través de lo que en grupo expresan a los demás. Este tipo de comunicación permite además comunicar en un mismo lenguaje lo que las personas deben saber y necesitan conocer a cerca de las manifestaciones sociales, en octubre de 2018 se llevó a cabo una gran marcha nacional para pedir mejoras en el presupuesto nacional a la educación, durante estas manifestaciones se vio la importancia del uso de las redes sociales como un medio alternativo de comunicación, pues se evidenció el sesgo político que tenían algunos medios tradicionales, lo que hizo que mucha información se diera a medias, generando desconfianza en las comunidades universitarias, esto mismo sucedió en las movilizaciones sociales del 21 de noviembre del año 2019.

Marco legal y normativo:

Las manifestaciones sociales son un derecho protegido por la constitución política colombiana en el artículo 37 que dice que “Toda parte del pueblo puede reunirse y manifestarse pública y pacíficamente. Sólo la ley podrá establecer de manera expresa los casos en los cuales se podrá limitar el ejercicio de este derecho.” (Constitución política de Colombia, 1991)

Por otro lado, se habla constitucionalmente del derecho a comunicar y tener libre pensamiento, se resalta la importancia y el derecho que los ciudadanos tienen de recibir información imparcial, esto está consignado en el artículo 20 de la constitución política de Colombia, “Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios de comunicación masiva.” Además, hace alusión a la libertad de prensa y a la censura “Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.” (Constitución política de Colombia, 1991, pág. 3)

Marco Praxeológico:

Uniminuto tiene un enfoque social y apuesta por el desarrollo de las comunidades de las que hace parte, es por esto que esta investigación tiene una perfecta relación con el enfoque de la Universidad Minuto de Dios, y es que las manifestaciones sociales son una forma de expresar el descontento que tienen las comunidades con ciertas situaciones que a ellas afecta, con el fin de dar soluciones que los beneficien a todos. Otro de los motivos para investigar las estrategias comunicativas es porque con la era de la información las formas de comunicarse cambian, y se aplican nuevas vías de comunicación que generen más impacto en cuando a convocatoria de

manifestaciones, y no solo esto, sino que en el caso de los medios de comunicación, mostrar como estos abordan la información ayuda a entender que se acerca más a la realidad que se vive y a entender posiblemente el contexto de diferentes situaciones sociales que llevan a una sociedad a manifestarse.

Históricamente estas tres universidades, al ser de carácter público han tenido una mayor incidencia en la sociedad, buscando un cambio social a través de las manifestaciones sociales. Los medios de comunicación por su parte le cuentan a la ciudadanía lo que está sucediendo, siendo estos espacios propicios para que los jóvenes que representan los movimientos estudiantiles expliquen el por qué se manifiestan y por qué salen a las calles, es por esto que los medios de comunicación juegan un papel fundamental en estos espacios participativos. Finalmente, este trabajo se une a los intereses de UNIMINUTO de mirar y contribuir en lo social, en tanto que la investigación aborda una temática social y de coyuntura, que, desde el ámbito comunicacional, podría generar un cambio social desde el manejo de la información, que a su vez puede generar espacios de debate y visibilización de las situaciones de orden público que son importantes para la construcción de la sociedad.

Capítulo III

Objetivos

Objetivo general:

Analizar las estrategias comunicativas utilizadas por los estudiantes de las universidades públicas Universidad de Antioquia, Politécnico Jaime Isaza Cadavid y Universidad Nacional, de la ciudad de Medellín, durante las manifestaciones estudiantiles llevadas a cabo el 21 de noviembre de 2019, en la ciudad de Medellín (Ant.).

Objetivos específicos:

- Identificar las estrategias comunicativas utilizadas, por parte de los estudiantes de las universidades públicas Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Universidad de Antioquia y Universidad Nacional de Colombia, de Medellín, para la conformación y convocatoria en la realización de las manifestaciones del 21 de noviembre de 2019.
- Explicar cómo estudiantes de las universidades públicas Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Universidad de Antioquia y Universidad Nacional de Colombia, de Medellín, percibieron los espacios brindados por los medios de comunicación locales: Teleantioquia, Telemedellín y El Colombiano, en la sensibilización sobre las manifestaciones del 21 de noviembre de 2019
- Registrar como Facebook jugó un papel fundamental como medio de comunicación estratégico entre los jóvenes que hicieron parte de las manifestaciones estudiantiles en el año 2019.

Capítulo IV

Metodología:

Para esta investigación Cualitativa de tipo descriptiva, con instrumentos amplios como la encuesta, primero se hizo una pequeña observación para determinar qué instituciones de educación superior serían participes de este proyecto de investigación, se definió que por facilidad, historia e incidencia en la ciudad se haría en la universidad de Antioquia, la universidad Nacional sede Medellín y el politécnico Jaime Isaza Cadavid, sin embargo la población de estas universidades es muy alta, y quienes conforman los comités estudiantiles son además grupos un

poco numerosos, por lo que se tomó como muestra a los delegados de cada universidad en los comités estudiantiles de la ciudad.

La investigación se enfocó en las estrategias comunicativas aplicadas por los líderes estudiantiles de las universidades Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Universidad de Antioquia y Universidad Nacional ubicadas en la ciudad de Medellín. Se guio por la línea de comunicación para el desarrollo, que comprendió temas relacionados con comunicación participativa y comunicación popular.

Está investigación se diseñó bajo este método pues fue el más adecuado y se ajusta a las características de la investigación. En esta hay dialogo con las personas, pero se centra más en las características de los hechos que en el análisis de cuanto hay en la población, es decir no se define algo cuantitativo si no que se definieron cualidades del tema de investigación.

Las principales fuentes de informacion para este trabajo de investigación son los lideres estudiantiles, porque estos son los que generan la información para llevar a cabo movilizaciones estudiantiles y por ende pueden hablarnos directamente de las estrategias comunicativas usadas por ellos para la difusión de la información y como los medios de comunicación abordaron este tema, indagar si se brindaron espacios en los medios de comunicación tradicionales y como fue el cubrimiento y reproducción de la información por parte de estos, cabe aclarar que los medios que hicieron parte de este estudio (El Colombiano, TeleMedellín y TeleAntioquia) son tradicionales en el departamento y especialmente en la ciudad, por eso se eligieron, ya que son bastante importantes y son más influyentes a la hora de informar a nivel local y departamental.

Para finalizar, los jovenes estudiantes de las universidades que están en contacto directo con las formas comunicativas de estos lideres, son una fuente más que respalda la información que

dio la fuente inicial, además de las redes sociales que son el espacio en el que más interactúan los estudiantes a lo largo de su jornada.

Para esto fue necesario tener una buena organización del tiempo para poder realizar antes que nada una observación eficaz para poder entender el contexto en el que se trabaja y por abordar mejor a los líderes de las instituciones universitarias que hicieron parte del proceso de investigación. Con esta observación se pudo elegir correctamente los instrumentos para la realización de esta investigación y la recolección de datos precisos para llegar a cumplir cada uno de los objetivos de esta investigación. Es entonces como para el primer objetivo se eligió como instrumento la realización de entrevistas.

La **Entrevista** se realizó de manera semi-estructurada, esto quiere decir que las preguntas que se realizaron se llevaron a cabo a partir de un guion base que permitió la realización de nuevas preguntas. “Este método de recolección de datos se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)”. (Sampieri, 2014, pág. 403) este instrumento permitió un dialogo entre los líderes estudiantiles y el investigador para saber de primera mano qué estrategias comunicativas utilizaron a la hora de difundir información acerca de las movilizaciones que se realizaron en diferentes partes de la ciudad y que además se llevaron a cabo en común acuerdo con diferentes gremios de trabajadores y con otras universidades de Medellín en el año 2019. Este instrumento de recolección de datos inicialmente pasó por una prueba piloto en la que se realizó una revisión detenida de cada una de las preguntas, en este primer acercamiento se hicieron observaciones centradas en la redacción de las preguntas para la recolección de información y en el cambio de dos preguntas que eran repetitivas o poco claras. Posteriormente, en la aplicación se tuvo que buscar una forma alterna a la presencialidad, por facilidad y tiempo se optó por realizarse de manera virtual por

medio de WhatsApp, teniendo en cuenta las condiciones sanitarias a nivel mundial. Para esta entrevista se escogieron 5 líderes estudiantiles, por lo tanto, es una muestra no representativa. Estos jóvenes respondieron preguntas sobre las estrategias que usaron para comunicarse entre universidades, con el público y como estas ayudaron a generar un discurso uniforme frente a las movilizaciones estudiantiles.

El segundo instrumento de recolección de datos que se utilizó en esta investigación fue un **Grupo focal**, Para (Sampieri, 2014, pág. 408) “en los grupos focales existe un interés por parte del investigador por cómo los individuos forman un esquema o perspectiva de un problema a través de la interacción”. Este instrumento nos permitió llegar a conclusiones importantes por medio de una discusión en grupo, se generó un espacio de debate muy interesante, dando cabida a una discusión sobre la ética periodística, se generó además un espacio de recordación entre los asistentes, lo que permitió recolectar información diferente en cada pregunta, es por esto que se eligió este método de recolección de información, para conocer desde diferentes puntos de vista el rol que jugaron los medios de comunicación comerciales de la región (TeleAntioquia, TeleMedellin y el periódico El Colombiano), siendo estos los medios de mayor tradición en el departamento. Este grupo focal se realizó con 6 estudiantes de las tres universidades elegidas para la investigación, 3 de estos estudiantes eran jóvenes líderes, lo que permitió una visión desde las mesas estudiantiles y desde el estudiantado en general. Antes de llevar a cabo este instrumento, este pasó por una prueba piloto, en donde se quería determinar si las preguntas se entendían o eran repetitivas; allí las observaciones se centraron en la redacción de las preguntas para la recolección de información, pues algunas eran repetitivas y otras predisponían la respuesta al ser preguntas directas y no se enfocaban en la visión de cada estudiante sobre los medios de comunicación Tradicionales, por ello se sugirió agregar “Teniendo en cuenta la realidad del 21 de noviembre...”

haciendo énfasis en el día que se realizó la movilización estudiantil a investigar. Este instrumento debió desarrollarse por medio de WhatsApp, pues por causa de la emergencia sanitaria, se tuvo que mantener el distanciamiento social y estar en aislamiento preventivo obligatorio impartido desde la presidencia de la república. Adicional a ello, se hizo la consulta al registro de los medios de comunicación donde se hablaba sobre la movilización del 21N, para conocer como abordaron la información y así contrastarlo con lo que decían los jóvenes.

Para la recolección de datos del tercer objetivo se realizó **La encuesta**, donde se indaga a cerca de la importancia de Facebook para la difusión de información sobre las movilizaciones sociales, especialmente de las manifestaciones universitarias del 21 de noviembre del 2019. (Sampieri, 2014, pág. 217) define las encuestas o cuestionarios como: “Un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis.” Con este instrumento se pudo hacer un sondeo de cómo es el uso de los medios masivos alternativos como en este caso, Facebook, por parte de los estudiantes para comunicar en diferentes momentos de las manifestaciones estudiantiles en la ciudad. Antes de la implementación de este instrumento se hizo una prueba piloto, lo que permitió reorganizar las preguntas y hacerlas más claras, las observaciones realizadas en este primer acercamiento se centraron en la redacción de las preguntas para la recolección de información, pues algunas resultaban confusas y otras predisponían la respuesta al ser preguntas cerradas a “sí” y “no”, para esto se sugirió entonces releer y poner más sencillas las preguntas y en cuanto a aquellas que predisponían la respuesta me sugirió agregar más opciones para ello. Este instrumento se realizó por medio de formularios de Google, la difusión de esta encuesta se hizo de manera virtual y la muestra fue tomada aleatoriamente, por lo tanto, no es un grupo significativo.

Con estos tres métodos de recolección de datos se llevó a cabo la investigación, pues se consideraron los más adecuadas para el tipo de investigación y el grupo seleccionado para investigar que se tiene y para el tipo de información que se quiso encontrar.

Hay que tener en cuenta que solo la universidad de Antioquia cuenta con un total de 37.052 estudiantes matriculados en el semestre 2019-1, estos incluyen estudiantes de todos los niveles académicos. (UdeA D. , 2019), La universidad Nacional Sede Medellín cuenta con una población aproximada de 10.592 (Unal P. , 2018) y el politécnico Jaime Isaza Cadavid con 14314 estudiantes, por ende estudiar toda la población sería una tarea difícil, además porque no todos los jóvenes son simpatizantes de este tipo de acciones de participación ciudadana y no todos difunden información a cerca de las movilizaciones estudiantiles que se realizaran en un futuro próximo, es por esto que la población a investigar serán los jóvenes que participan de las marchas universitarias, tomando como muestra a los líderes de las mesas estudiantiles de estas tres universidades, de esta forma:

Universo: Estudiantes de universidades públicas en Colombia

Población: Estudiantes de las universidades públicas de la ciudad de Medellín, particularmente: Universidad de Antioquia, Universidad Nacional de Colombia y Politécnico Jaime Isaza Cadavid, con una población total aproximada de 61.958 estudiantes.

Muestra: aleatoria, al azar, no representativa, por conveniencia: 21 estudiantes de las universidades públicas Universidad de Antioquia, Universidad Nacional de Colombia y Politécnico Jaime Isaza Cadavid, de la ciudad de Medellín, más 9 líderes estudiantiles, Para un total: 30 personas pertenecientes a las universidades.

Capítulo V

Resultados

A partir de la aplicación de los instrumentos para la recolección de datos para esta investigación, se obtuvo información sobre algunas categorías específicas planteadas al inicio de este proyecto, definiéndolas en el marco conceptual como características de gran importancia para la investigación en temas comunicativos y sociales. Una de estas categorías es la comunicación para el desarrollo, definida como una comunicación participativa dentro de la sociedad, las naciones unidas hablan de esta como “Aquella que destaca la necesidad de apoyar los sistemas de comunicación recíproca que propicien el diálogo y permitan que las comunidades se manifiesten, expresen sus aspiraciones e intereses y participen en las decisiones relacionadas con su desarrollo”. (programa de las naciones unidas para el desarrollo, 2011, pág. 1)

Esta forma de comunicarse se convierte en la que los jóvenes usan a la hora de manifestarse en contra de los problemas cotidianos que aquejan al país, de las injusticias que desde los altos mandos cometen, según los mismos estudiantes; es por esto que comienzan por crear conciencia en los demás compañeros, esto se logró con la implementación algunas formas comunicativas sencillas.

Lo primero que hicimos fue generar impacto dentro de la universidad, para esto “empapelamos” la universidad con carteles que motivaban a parar el 21N, pintamos murales dentro de la universidad, además movimos material gráfico a través de nuestras redes de Instagram, Facebook y también compartimos contenido en los grupos de la universidad, lo último tiene mucho flujo y es un buen canal para la difusión dentro de nuestra universidad. (Díaz, 2020)

Este primer acercamiento con los estudiantes es un punto crucial porque se comienza a recuperar ese sentido crítico en las personas, bien dijo Gumucio que la comunicación para el

desarrollo es “esta comunicación que comienza a recuperar terreno, es como el cuarto mosquetero, presente junto a los otros tres, aunque no se le cuenta todavía. Entra un poco más tarde en escena, pero su contribución es definitiva” (Gumucio, 2004). Los estudiantes de las universidades recurrieron a mecanismos comunicativos que pudieran llegarle a una masa, por esto,

Nos unimos a la plataforma de la UNEES y definimos todo ese proceso desde el paro del 2018, esto nos ayuda a hacer un análisis y nos damos cuenta que todo se hace por medio de redes sociales y que estas están definidas para este fin, ya que nos facilitaba la difusión de información porque durante los paros todo el mundo se quedaba en la casa, entonces esto nos permitía llegarles a más personas (Lópera, 2020)

Contribuyendo así a los nuevos avances sociales desde la protesta estudiantil, este tipo de comunicación, la comunicación para el desarrollo es la que incide en la movilización social, porque

Nace como respuesta a la indiferencia y al olvido, rescatando lo más valioso del pensamiento humanista que enriquece la teoría de la comunicación: la propuesta dialógica, la suma de experiencias participativas y la voluntad de incidir en todos los niveles de la sociedad, son algunos elementos que hacen de esta propuesta un desafío. (Gumucio, 2004, pág. 4 y 5)

Y es que los diferentes gremios colombianos sienten un abandono por parte del gobierno nacional, y para poder incidir en la sociedad y generar un cambio frente a este abandono social, fue importante que los representantes estudiantiles presentaran estrategias enmarcadas en la educación y en la difusión de información sobre las movilizaciones sociales que se realizaron el 21 de noviembre del 2019 y para esto fue necesario el desarrollo de las movilizaciones junto a otras agremiaciones que querían unirse a las manifestaciones, pues

El paro del 21N no fue solo de universidades, fue de la sociedad en general. La forma de organización que adoptamos fue el Comité Departamental de Paro, desde ahí coordinamos

conjuntamente las actividades comunicativas que íbamos a desarrollar. Cabe resaltar que en ese espacio había participación de diversas universidades. (Florez, 2020)

Entre estas actividades comunicativas, algunos líderes estudiantiles hablaban de que inicialmente, para establecer comunicación con otros miembros del comité usaron “Correos, Redes sociales, WhatsApp, Instagram, que nos permitía tener un contacto más directo con lo demás miembros del estudiantado. Esto nos permitía definir las horas y lugares para unirnos a las protestas sociales” (Lópera, 2020)

Otros líderes estudiantiles hablaban además de otras de las estrategias que usaban para comunicarse con líderes de otras universidades, “las invitaciones voz a voz, el trabajo que se ve en redes o los liderazgos espontáneos que se dan en estas situaciones y por los grupos de las diferentes universidades; también se hicieron algunas invitaciones para lo organizativo.” (Diaz, 2020) Estas estrategias de comunicación sirvieron para establecer un discurso uniforme e identificar cual era la mejor manera de mostrar a la ciudadanía los puntos argumentativos del por qué se realizarían las movilizaciones en el territorio. Edwin Cruz Rodriguez, en su monografía habla sobre el discurso de la MANE diciendo que,

Este discurso se manifestaba en consignas como: “¿Quién es usted? Soy estudiante. No lo escuché. Soy estudiante. Una vez más. Soy estudiante, soy (bis). Yo quiero estudiar para cambiar la sociedad. ¡Vamos a la lucha!”. Este lema muestra una intención articuladora, no discrimina entre estudiantes de distintas procedencias, sino los hace equivalentes en tanto estudiantes. En fin, el discurso político del movimiento se orientó a articular el pueblo colombiano a su lucha. (Cruz, 2015, pág. 76)

Este discurso aún se maneja, y las arengas se hacen repetitivas en medio de las movilizaciones estudiantiles, pasando de generación en generación manteniendo el discurso de

validación a la movilización estudiantil, mostrando además su descontento con las decisiones tomadas del gobierno y expresando la necesidad de un cambio a través de las diferentes muestras artísticas y orales, evidenciando así la puesta comunicativa de gran importancia en las movilizaciones sociales y la continuidad discursiva del 2011 al 2019.

Para el comité nacional del paro y la UNEES, los espacios regionales fueron sumamente importantes, esto porque permitía hacer un balance más rápido y eficaz de cada ciudad, además de poder reportar casos de abuso policial y vulneración a los derechos humanos de forma casi inmediata, sin embargo, evidencia una problemática mayor, enfocada al problema de la formación de ciudadanía,

los espacios regionales nos han permitido en últimas analizar la situación, plantearnos nuevas estrategias una evaluación porque creo que el mayor problema acá no es el tema de la difusión comunicativa de las movilizaciones, el mayor problema aquí realmente es el tema que viene acotación y es el de la formación política de la gente, creo que hay una brecha gigantesca de formación que ha impulsado que la gente no sepa porque se está movilizándose es que también sepa que pues el último la gente ni siquiera conoce el grueso de los puntos de petición y esto lo hemos hecho a través de evaluaciones de percepción e incluso dentro de las mismas ciudades que se han ido movilizándose. (Achury, 2020)

Esto puede deberse a las diferencias que hay incluso entre los líderes estudiantiles de las universidades, “unificar un discurso a veces se hace un poco difícil por las diferencias ideológicas que puedan tener las organizaciones, pese a esto pudimos coincidir en unos puntos para darle fuerza a la campaña.” (Díaz, 2020) Pudiendo convertir la manifestación social en esa “quinta rueda” del coche que expresa Gumucio en su definición de comunicación para el desarrollo y para el cambio social.

Uno de los elementos facilitadores para la integración de todos los gremios que quería salir a las calles a protestar, la conformación del comité del paro nacional permitió unificar el discurso como se evidenció anteriormente, además “El Comité Nacional de Paro permitió una comunicación clara de las exigencias principales y de ahí llevamos esas exigencias a las particularidades de cada nicho.” (Florez, 2020) Esta unificación con otras organizaciones permitió además la llegada de más simpatizantes a las movilizaciones del 21N, pues se unificaron las exigencias y se establecieron varios puntos de discusión con el gobierno nacional.

Desde UNEES se expresó que no hubo muy buena disposición por parte del gobierno nacional, de hecho, se afirma que no se han llegado a acuerdos, aunque se plantearon puntos de gran importancia que fueron presentados en la mesa de diálogo entre el gobierno nacional,

No se han llegado ningunos acuerdos con el gobierno Nacional del pliego de peticiones del comité Nacional de paro porque el gobierno quería sentar también a empresas privadas entonces eso partió el espacio por decirlo así, pues es lo mismo que te decía, o sea llegó diciembre y la movilización perdió peso, entonces se habla de que el 2020 veníamos fuertes, entonces llegó la pandemia y la movilización social se tiene que detener (Murillo, 2020)

Los estudiantes resaltan la complejidad que hay a la hora de entablar diálogos con el gobierno nacional, sin embargo, se evidenció la respuesta de otros grupos sociales que se unieron al llamado de los estudiantes a realizar el paro nacional, quienes se unieron justamente para presionar al gobierno para tomar medidas y cambiar la dirección que hasta el momento han llevado los diversos asuntos políticos del país, especialmente los temas respecto a la educación superior en las instituciones públicas.

¿Cómo las redes sociales se convierten en una de las formas predilectas para el movimiento estudiantil y el comité del paro?

En la actualidad las redes sociales juegan un papel muy importante en el mundo, allí podemos acceder a cualquier tipo de información en tiempo real, podemos estar actualizados de lo que está pasando a nuestro alrededor y los líderes estudiantiles y gremiales saben esto, es por esto que las redes sociales jugaron un papel fundamental a la hora de presentar la información de sobre las movilizaciones del 21N. Podemos definir las redes sociales como:

Una estructura sistémica y dinámica que involucra a un conjunto de personas u objetos, organizados para un determinado objetivo, que se enlazan mediante una serie de reglas y procedimientos. Permiten el intercambio de información a través de diversos canales y su representación gráfica proporciona una visualización de cómo se articulan o relacionan, mediante aristas o arcos, sus elementos denominados vértices, nodos o actores sociales. (Druetta, Cruz, & González, 2009, pág. 16)

El punto de vista teórico nos permite entender las dinámicas de las redes sociales, y a su vez nos da una visión clara de lo que hacen los canales de comunicación, funcionando como una estrategia de difusión de información de los movimientos estudiantiles del 21N, pues han hecho parte de éste desde el momento de la organización, hasta momentos posteriores a la movilización, diversificando su función, pero manteniendo su esencia, informar y hacerlo imparcialmente.

Los líderes del movimiento estudiantil en Medellín hablan de la versatilidad de las redes sociales y que, además, teniendo en cuenta su público objetivo eran la mejor forma de comunicar.

Nuestra tarea estaba en convocar a los jóvenes a la movilización pacífica y creativa, eso lo logramos por medio de las redes sociales porque son el mecanismo más directo para tener contacto

con el sector juvenil de la población. De hecho, los primeros plantones que se organizaron fueron gracias al voz a voz y a la participación masiva de la gente en redes sociales. (Florez, 2020)

No cabe dudas que la comunicación voz a voz ha hecho parte de las comunicaciones de las movilizaciones sociales desde tiempos remotos, a este se le van sumando nuevos mecanismos comunicativos a medida que va avanzando la tecnología. En Medellín, por ejemplo, los estudiantes han ideado nuevos canales de comunicación haciendo uso de las redes sociales más populares, en la Universidad de Antioquia en el año 2018 nace Le Cuento La U, un espacio creado por estudiantes de periodismo de la facultad de comunicaciones de esta universidad y que para el paro del 21 de noviembre del año 2019 hicieron un cubrimiento completo de lo que sucedía antes, durante y después de las movilizaciones, haciendo además denuncias en casos de derechos humanos y vulneración a la libertad de prensa por parte de los miembros del ESMAD

LeCuentolaU como medio digital, que aún no cuenta con una plataforma web, ha usado las redes sociales, experimentando y explotando su alcance. Si bien vemos el problema de las redes como el problema de la saturación de información, son “lugares” virtuales donde la gente mantiene al tanto de todo, en nuestro caso, nuestro público son los y las estudiantes de la Universidad de Antioquia y las redes nos permite una interacción constante con ellos y ellas. Todos los eventos que se realizaron pre, durante y post 21N, fueron difundidos por redes sociales y eso permitió un seguimiento y una difusión constante que le llega a estudiantes y profesores que fueron a marchar o que se quedaron en su casa. (Giraldo, 2020)

Los medios digitales además sirvieron como un puente para la información transmitida por los medios masivos locales y regionales, incluso algunos medios de comunicación nacionales optaban por generar alianzas con colectivos estudiantiles para creación de información, así lo dijo una estudiante de la universidad de Antioquia y líder de LeCuentoLaU

LeCuentolaU se ha vuelto fuente de medios como El Espectador o Caracol Radio, para estar al tanto de lo que sucede en estas manifestaciones de manera local y directa. Se fían de la información que ponemos en nuestras redes, especialmente Twitter, para luego hacer notas. Por lo tanto, también vemos ventajas en las redes para denunciar, por ejemplo, los abusos de autoridad y atentados contra los DDHH por parte del Esmad. (Giraldo, 2020)

Sin embargo, antes de LeCuentoLaU, había otro espacio virtual que se llama Desde el 12, Bloque perteneciente a la facultad de comunicaciones de la Universidad de Antioquia y que también hizo un arduo trabajo fotográfico durante la movilización del 21N. “Las redes sociales fueron nuestra primera opción, ya que nos cedieron el espacio virtual de Desde el 12 que se creó en el paro del 2011 como una herramienta para mostrar lo que estaba pasando en el movimiento estudiantil.” (López, 2020)

Una de las redes más usadas por los estudiantes fue Facebook, pues allí se reunía todo tipo de público y no únicamente los estudiantes. “Principalmente Facebook, pues si bien el objetivo clave eran los jóvenes, por medio de Facebook también podíamos llegar a otros sectores de la población. Usamos también Twitter, Instagram, YouTube y por supuesto WhatsApp” (Florez, 2020)

A partir de esta afirmación, se decidió realizar una encuesta a 19 estudiantes sobre la información que se compartía en esta red social (Facebook).

Inicialmente se preguntó:

“¿Qué tan importante fue el papel que jugó Facebook en la realización de las manifestaciones estudiantiles del 21 de noviembre de 2019?”

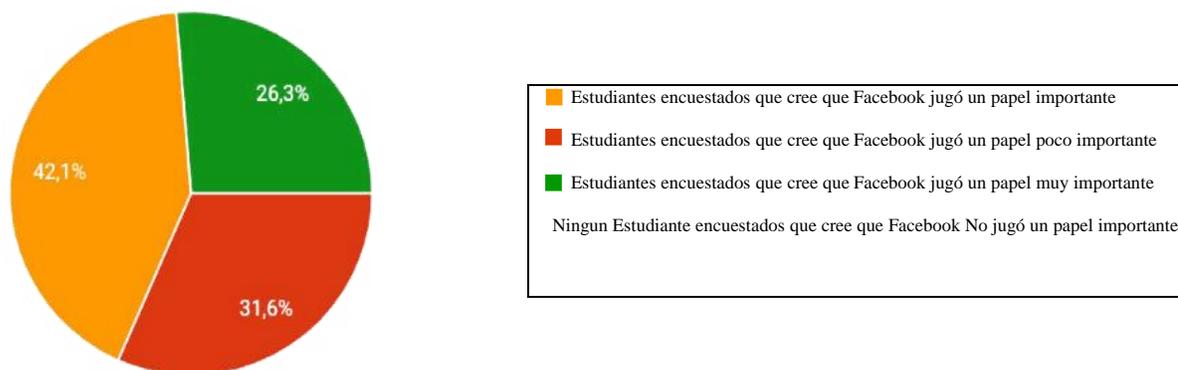


Gráfico 1 ¿Qué tan importante fue el papel que jugó Facebook en la realización de las manifestaciones estudiantiles del 21N?

Los resultados a esta pregunta corroboran la importancia de Facebook en las movilizaciones estudiantiles, obviamente sin quitarle mérito a las otras redes sociales como Instagram o Twitter que fueron otras de las redes sociales más usadas como estrategia comunicativa de difusión de información de manera inmediata y desde varios puntos de vista.

Otra pregunta que se realizó a los estudiantes fue: ¿Cuántas publicaciones aproximadamente veía por día?

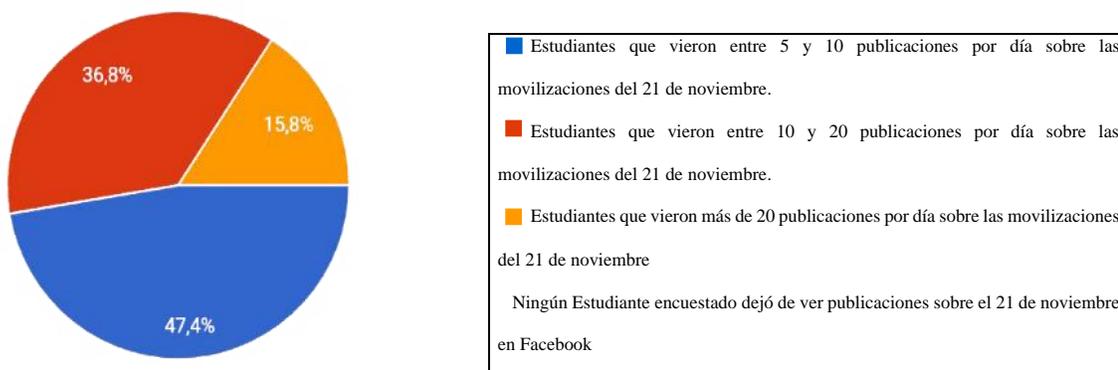


Gráfico 2 ¿Cuántas publicaciones aproximadamente veía por día?

Los datos nos muestran que en Facebook los estudiantes vieron al menos una publicación sobre las movilizaciones social, manteniendo a esta red social como uno de los medios de comunicación donde más información veían, ya sea porque un amigo lo compartió, porque siguen colectivos de comunicaciones o porque desde la página de la universidad se pasó algún comunicado y algunas publicaciones referentes a las movilizaciones del 21N. Después de las movilizaciones sociales, se siguió compartiendo contenido en redes, desde galerías fotográficas hasta pronunciamientos de las universidades y líderes sindicales, por eso fue necesario preguntar:

Después de las manifestaciones del 21 de noviembre del año 2019, ¿Con qué frecuencia siguió viendo publicaciones referentes a las manifestaciones de ese día?

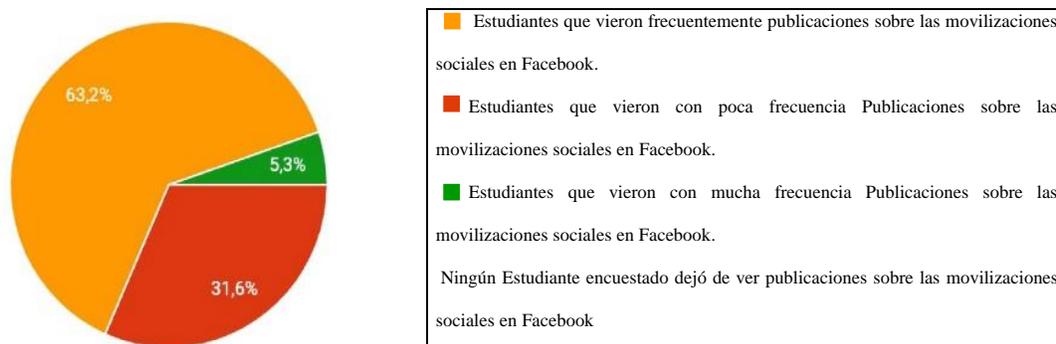


Gráfico 4 Después de las manifestaciones del 21N, ¿Con qué frecuencia siguió viendo publicaciones referentes a las manifestaciones de ese día?

Estas cifras dejan en claro la afirmación que se realizó en un principio, que Facebook es una de las redes sociales predilectas por parte de los líderes estudiantiles para llegarle a los diferentes públicos participantes de la protesta social. Y ¿qué tipo de publicaciones veían después de las movilizaciones sociales del 21N? Pero sobre todo habla de la inmediatez de la red, ya que ubica a los espectadores y no espectadores de las movilizaciones en el momento en el que se desarrolla la marcha y todo lo que esto conlleva, el momento de coyuntura, y todo lo que acompaña el devenir de los acontecimientos, sin embargo, no es un medio que proporciona información más profunda para analizar y para informarse de manera más profusa sobre el tema, para esto hay que consultar más de una fuente.



Gráfico 5 ¿qué tipo de publicaciones veían los estudiantes después de las movilizaciones del 21N?

Esta cifras nos muestran la preferencia de los estudiantes por los sitios oficiales, pues permiten obtener una información veraz del hecho que es noticia; seguido por paginas o grupos de estudiantes universitarios, quienes son los que con más frecuencia comparten fotografías, memes o imágenes graciosas y curiosas del paro del 21N, teniendo en cuenta que esta es otra forma de informarse y hubo un grupo pequeño de estudiantes algo cercano a los demás porcentajes que veían noticias sobre el paro nacional en esta red social, mostrándonos entonces la posibilidad de informarnos por estos medios gracias a las plataformas de Streaming.

Sin embargo, es sabido que no solo las redes sociales y el voz a voz fueron las estrategias comunicativas usadas por los estudiantes en la preparación y realización de las movilizaciones sociales, ellos hablan de la importancia de otras estrategias más visuales, Cabe recordar, que las estrategias comunicativas son

Una serie de elecciones que permiten ubicar los momentos y los espacios más convenientes, para implementar un estilo comunicativo, un sello personal de la organización, que deberán respetar en la ejecución de todos los procesos internos, tanto laborales como humanos. (Arellano, 2008)

Los estudiantes entonces usaron procesos como “flyers que se movieron significativamente en redes, repartimos volantes, pegamos afiches, hicimos videos, etc. Gente con ganas de trabajar llegaba con nuevas ideas y las empezábamos a ejecutar entre todos. Fue un proceso organizativo muy bonito, muy interesante” (Florez, 2020) además también se habló de la creación de fichas informativas, Con el fin de “contextualizar a las personas” (Diaz, 2020) permitiendo crear espacios de educación, para la movilización.

Desde la universidad de Antioquia se hicieron alianzas y se crearon nuevos espacios, “nos unimos con otros estamentos de la universidad, como el claustro de profesores, y con iniciativas ciudadanas como El Concervezatorio, para hacer foros y conversatorios dentro y fuera de la universidad”. (Giraldo, 2020)

El Concervezatorio por ejemplo, es un espacio de debate frente a temas coyunturales en la ciudad y el país, este se realiza con una Cerveza en la mano y es la recreación de ese espacio de amigos relajados e intelectuales en una noche de debate común. La alianza con el claustro de profesores, lo que les permitía tener una visión más profesional y mejorar el discurso a la hora de salir a las calles y cubrir este evento social, pero como dice el coordinador de comunicaciones de UNEES, Las estrategias que se usaron a nivel nacional fue muy variada.

Se hizo primero una campaña de sensibilización, fundamental, porque eso nos permitió a nosotros llegar a la gente a través de las necesidades, la Constitución de un pliego nacional unificado que realmente Pues eso terminó por romper el espacio, porque

son 160 puntos que en ultimas no recogían el grueso de las discusiones, pero se trató de recoger. (Achury, 2020)

Manteniendo lo que dice (Cruz, 2015) en su trabajo, que estas estrategias finalmente “contribuyen a construir la identidad del estudiantado” (Cruz, 2015, pág. 78) a través de un discurso de sensibilización y acercamiento “coadyuvando a resaltar el carácter “amplio” y democrático de esta organización” (Cruz, 2015, pág. 78) No solo de la MANE sino también de todas las organizaciones que hicieron parte del paro del 21N.

¿Son los medios de comunicación tradicional una buena estrategia para informarse sobre las movilizaciones sociales?

Los medios de comunicación tradicional y masiva como TeleMedellín, TeleAntioquia y El Colombiano, han tenido una importante incidencia en el manejo de la información a nivel local y regional, esto porque son medios reconocidos en el departamento y han tenido una larga trayectoria a través de los años en el cubrimiento de los hechos que son noticia en Antioquia. Por dicha razón, era de esperarse que estos medios de comunicación cubrieran la situación de orden público vividas por causa de las manifestaciones sociales del 21 de noviembre del 2019. Días previos a estas movilizaciones, los medios de comunicación presentaron una serie de contextualizaciones frente a lo que serían las razones para llegar a realizar estos movimientos. Caso particular de El Colombiano y TeleAntioquia, donde expusieron los puntos clave del paro Nacional del 21N.

Son en total 10 razones principales las que conforman la base para el llamado a paro, sin embargo, hechos ocurridos en el país en las últimas semanas como el asesinato de

indígenas en el departamento de Cauca y el bombardeo de las Fuerzas Militares a un campamento de las disidencias de las Farc en el que murieron, por lo menos, ocho menores de edad aumentaron la convocatoria. (El Colombiano , 2019)

Después de este apartado, en el periódico comienzan a enumerar los 10 puntos mencionados por las centrales de trabajadores, sin embargo, más adelante muestra el punto de vista del gobierno, donde se infiere un señalamiento a quienes protestan diciendo que es mentira los puntos que proponen.

Duque también reiteró que no existe ninguna reforma pensional ni laboral presentada por su gobierno, y señaló que esos aspectos deben llevarse a cabo en una discusión permanente en la mesa de concertación laboral. Resaltó que su gobierno no está promocionando bajar el salario mínimo, “como se ha tratado de aseverar por algunos”, y por el contrario el gobierno ha tratado de propiciar desde la mesa de concertación un aumento del salario justo para los colombianos.

Así mismo, señaló que su gobierno no respaldará el aumento de la edad de pensión, tampoco el aumento de la cotización de los trabajadores, así como tampoco se está promocionando ninguna afectación a Colpensiones. (El Colombiano , 2019)

Sin quedarse atrás, TeleMedellín hizo un cubrimiento especial el día de las manifestaciones en la ciudad, En su emisión de las 6:00 de la mañana, hace pleno énfasis en los desmanes que se vivieron desde el día anterior en la calle Barranquilla en inmediaciones de la Universidad de Antioquia. El presentador y periodista dice además que “algunos estudiantes o más bien algunos encapuchados, dañaron los cajeros automáticos del plantel educativo para saquearlos” (Telemedellín, 2019) se habló además de las medidas de seguridad y las restricciones de movilidad que se tomaron desde las entidades encargadas y de los comerciantes de los sectores por donde

pasaría la marcha, también se le dio la palabra a el presidente de la CUT (Central Unitaria de Trabajadores) para recordar cuales eran los puntos por los que se protestaba, pero en ese momento la periodista del canal confronta a este líder gremial y le pregunta ¿por qué no le cree al gobierno? Si no hay nada concreto en cuanto a las reformas, incluso mencionan el efecto secundario de las protestas como son los desmanes y los daños que sufrirían los establecimientos comerciales a manos de los encapuchados.

Es posible que por esto para el estudiantado, los medios de comunicación tradicional no fueron un espacio óptimo para informar sobre las movilizaciones sociales que se realizan, Rodriguez habla que en el año 2011 esta estrategia fracasó totalmente pues, desde la MANE

se intentó una alianza con los medios masivos del país, sin embargo, esto tuvo repercusiones negativas entre los líderes de la mesa, pues no lograban ponerse de acuerdo y se decía que solo se les prestaba atención a los líderes de Bogotá (Cruz, 2015).

A medida de que el tiempo ha pasado, los movimientos estudiantiles han visto la falta de efectividad de los medios tradicionales a la hora de comunicar sobre las movilizaciones sociales, para las Protestas del 21N, los estudiantes hablaban de que no son una buena opción para comunicar pues los jóvenes ahora jóvenes poco se informan por estos medios “no veo televisión, tampoco los sigo en redes y cuando logro ver algo de alguno de esos medios es porque alguien lo compartió, sea por alguna barrabasada que dijeron o porque, rara vez, dicen algo acertado” (Pérez, 2020)

Muchos de ellos prefieren medios alternativos presentes en la red, “*Prefiero informarme por mí mismo, con medios digitales y cosas que hacen los mismos que viven la lucha*” (Pérez, 2020) Sin embargo, hay quienes les gusta contrastar la información con otros medios que no sean

de tradición local, pues para ellos hay un sesgo político e ideológico presente que se hace evidente a la hora de informar.

Afirman además que, en el caso particular de los medios de comunicación tradicional de la ciudad de Medellín como TeleMedellín, El Colombiano y TeleAntioquia, “se limitaron fue dar una visión de los acontecimientos congraciada con la visión del gobierno y de la ciudadanía en general” (Vélez, 2020) Sin embargo, se resalta la importancia de estos a la hora de comunicar

sí jugaron un papel importante, pero no con el enfoque esperado. Es decir, los medios de comunicación juegan un papel muy importante, sobre todo por el lenguaje y las formas de desarrollar sus noticias. ¿Hubo un cubrimiento del espacio? sí, pero primero, ¿quiénes son los que consumen estos medios? Personas adultas que no van más allá o personas que no se informan por otras fuentes, en ese sentido, el hecho de narrar las noticias muchas veces expresando lo negativo de las movilizaciones, eso como efecto, hace que en general las personas que consumen este tipo de medios se pongan en contra de las movilizaciones y desconfíen de quienes asisten a ellas y de sus preocupaciones. Por otro lado, estos medios de comunicación no parten del panorama completo sino del que sea conveniente, en ese sentido, nunca hacen una contextualización de lo sucedido, la gente no supo de que iban esas reformas, no entendió que estaba pasando. (Sossa, 2020)

También se habló de que los medios de comunicación a nivel nacional se mostraron muy reacios a la hora de presentar información sobre el paro nacional

Son muy pocos los medios que realmente permitieron un espacio de debate y más bien se encargan de estigmatizar y señalar la protesta. Nosotros levantamos varias denuncias públicas contra RCN y Caracol porque en espacios como Manizales, Medellín, un poquito también de lo que tiene que ver con Barranquilla, Bogotá, Cartagena se encargaron más de estigmatizar que de pronunciarse o permitir un espacio de comunicación en torno al paro. (Achury, 2020)

Aquí nace otro debate si los medios de comunicación tradicional son espacios propicios para informar sobre las manifestaciones sociales, o si por el contrario es preferible usar medios alternativos y redes sociales, así lo plantea (Sossa, 2020)

Los medios de comunicación masivos pueden servir, dependiendo de donde venga y lo que le interese comunicar. Hay muchos medios de comunicación (prensa, televisión y radio) que son alternativos, que han servido para presentar la información de manera amplia y no sesgada. La información es poder, el poder de transmitir información de manera efectiva también es un monopolio, porque también es necesario un recurso para hacer que esa emisión, esa prensa, esa comunicación, pueda llegar a más personas.

Es por ello por lo que los líderes estudiantiles de las tres universidades coincidieron en que la mejor alternativa para llegarle a su público objetivo, son las redes sociales, resaltando el uso de Facebook e Instagram para este fin. Esto se debe a que son jóvenes y las redes sociales están en todo momento con ellos. Sin embargo, no le restaron importancia a la voz a voz y carteles, como un canal alternativo dentro de los planteles educativos. Se hace evidente la ausencia de los medios tradicionales regionales y locales a la hora de difundir información completa de estas manifestaciones. Por otro lado, dicen que los mayores inconvenientes se debieron a temas de censura por parte de personas que hicieron amenazas en contra de los estudiantes.

Por otro lado, en cuanto a los medios de comunicación tradicional en la ciudad de Medellín, entre los estudiantes no es una opción viable, así lo expresa (Múnera, 2020)

Estos medios lo que hicieron fue ponerse en pro de quitarle fuerza a las movilizaciones, la cosa es que estos medios venden la protesta como vandalismo, aunque no muestren imágenes de los capuchos, ni disturbios... Lo que nos dicen es como

"protegernos" de los protestantes, es decir, cómo si realmente hubiera un peligro inminente, cómo si marchar estuviera mal.

Esto se debe a que, según los estudiantes, muchos de estos canales de comunicación no dan las noticias de manera objetiva y generalmente lo que hacen es “satanizar” lo que es la protesta estudiantil. Los estudiantes son tildados de vagos o revoltosos, aun sabiendo que las manifestaciones sociales son un derecho de todo ciudadano.

Es por eso que para ellos usar las redes sociales como medio de difusión de información sobre las manifestaciones estudiantiles es la mejor opción, ya que es más fácil llegarle a su público objetivo (Jóvenes universitarios) y porque la información no se va a ver sesgada por la ideología de un medio específico, tampoco tiene costo alguno y hay variedad en los contenidos para presentar, incluso algunos padres de familia pueden ver esto porque básicamente cualquiera puede ver la información que hay allí consignada.

Finalizando, La mayoría de los estudiantes resaltan la importancia de Facebook a la hora de difundir información sobre las movilizaciones Estudiantiles del 21 de Noviembre de 2019, Además se ve una tendencia a seguir las páginas oficiales de las universidades para recibir información real de lo que sucedía antes, durante y después de las movilizaciones, también se refleja la importancia que tiene para los estudiantes ver comunicados oficiales en esta red social, seguido por las galerías fotográficas, memes y noticias. Por otro lado, las publicaciones después de las movilizaciones sociales se hicieron frecuentes, sobre todo los comunicados de las universidades.

Conclusiones

Durante las manifestaciones estudiantiles, las redes sociales jugaron un papel fundamental a la hora de difundir información sobre estas movilizaciones, destacándose el uso de Facebook e Instagram como las redes en las que más se podría llegar al público objetivo, es decir, los jóvenes de las universidades públicas y privadas de la ciudad, también por la posibilidad de mostrar información casi en tiempo real y facilidad para hacer transmisiones en vivo sin recibir algún tipo de censura. Algunos de los entrevistados hablaron de manifestaciones anteriores que tuvieron gran acogida por la población estudiantil, y estas fueron tomadas como ejemplo para definir los canales de comunicación entre las IES y el estudiantado para la manifestación del 21N.

Aparte de las redes sociales, el voz a voz, los carteles y las alianzas con medios alternativos, comunitarios y virtuales fueron una de las apuestas que los estudiantes usaron para la difusión de información días previos a la movilización del 21N. Además, se habló de la importancia de la comunicación con las otras universidades para darse apoyo mutuo y establecer horarios de encuentro durante las marchas de ese día, también puntos de encuentro, entre otros puntos importantes para la realización de las manifestaciones sociales y estudiantiles, estos espacios de pedagogía se vieron identificados como asambleas permanentes en las facultades, reuniones en otras universidades incluyendo instituciones privadas, no solamente para llegarle a más personas, sino para sensibilizar y crear conciencia de la situación; permitiendo que el tema de las universidades públicas se sintiera como algo propio de toda la sociedad.

La seguridad informática juega un papel importante, esto porque algunos estudiantes reportaron los intentos de robos de perfiles e información, además de las posibles censuras por

parte de los policías que llegaban a dispersar las manifestaciones, así lo mencionó en entrevista (López, 2020)

Los inconvenientes de siempre. Persecución, amenazas directas al colectivo. Pero exactamente con la manifestación del 21 (que realmente fue el comienzo de una gran manifestación a nivel nacional) se empezaron a tener problemas de la misma forma; amenazas directas y muchas veces trataron de robar nuestros perfiles. En general, problemas con la seguridad informática.

Los medios tradicionales como la televisión y la prensa, caso Teleantioquia, TeleMedellín y el periódico El Colombiano, tuvieron una imagen poco favorable entre los estudiantes. Durante el grupo focal, se pudo concluir que la información que se presentaba sobre las movilizaciones estudiantiles, especialmente la del 21N, era muy parcializada y se centraba en los momentos de desorden de las manifestaciones. También se habló de manipulación de entrevistas y la poca objetividad que veían en las transmisiones, con esto los estudiantes pudieron hacer contraparte a esa información sesgada por medio de sus redes sociales. Por otro lado, se habló de la posibilidad de que estos canales de comunicación sirvieran como una posibilidad de fortalecer las marchas, solamente si a la hora de informar se mostrara todo: causas, propósitos y tanto lo bueno, como lo malo y no centrarse solo en los desmanes que hicieron aquellos que no pueden participar de una manifestación de forma pacífica. El tema de la ética periodística y de la manipulación informativa se evidenciaron de forma clara con las manifestaciones del 21n, representando para los estudiantes un punto de quiebre en toda la estrategia comunicativa de la movilización social.

En cuanto a Facebook, los estudiantes resaltaron la importancia de esta red Social para difundir la información, pero no todos los estudiantes encuestados crearon contenido, únicamente el 26,3% de ellos. Sin embargo, en su mayoría interactuaron con las publicaciones que encontraban sobre estas movilizaciones antes y durante estas manifestaciones, teniendo como preferencia las publicaciones hechas en páginas y grupos oficiales universitarios, seguido por las publicaciones hechas o compartidas por sus amigos.

Los estudiantes en Facebook prefirieron leer comunicados oficiales, ver galerías fotográficas, memes y espacios para debate, como espacios para informarse antes y durante la movilización del 21N. Después de la movilización, las publicaciones como Fotografías, comunicados y espacios de debate sobre lo sucedido durante el día de manifestación se hicieron más recurrentes que los memes.

Las estrategias de comunicación en general jugaron un papel muy importante a la hora de hacer pedagogía frente a las manifestaciones sociales: las asambleas, el voz a voz, los pequeños espacios brindados por los medios de comunicación y las reuniones en otras universidades, sirvieron como una forma de mostrar todos esos puntos con los que no estaban de acuerdo y que serían los puntos por los que se realizaron las marchas, esto con el fin de establecer diálogos con el gobierno nacional y mejorar las condiciones favoreciendo al pueblo colombiano.

Hallazgos

Después de analizar las respuestas dadas por diferentes estudiantes y líderes estudiantiles, surgen nuevos elementos que de forma inesperada surgen y deben ser considerados en la comprensión del tema, así como interrogantes que se plantean como desafíos hacia nuevas investigaciones. La ética periodística es uno de los temas de discusión que han salido a colación durante las movilizaciones sociales, y es que varias fuentes afirman que los medios de comunicación tradicional lo que han hecho en el marco de las protestas sociales es estigmatizar y generar represión por parte de la comunidad en general, creando así un sentimiento de pánico colectivo nocivo para un derecho ciudadano, los estudiantes expresaron que los medios de comunicación se encargaban más de desinformar a informar, pues presentaban información sesgada.

Lo único que hicieron fue ponerse en pro de quitarle fuerza a las movilizaciones, la cosa es que estos medios venden la protesta como vandalismo, aunque no muestren imágenes de los capuchos, ni disturbios... Lo que nos dicen es como "protegernos" de los protestantes, es decir, cómo si realmente hubiera un peligro inminente, cómo si marchar estuviera mal. (Quinchía, 2020)

Desde UNEES Colombia, cuentan que, durante las entrevistas, los periodistas generalizan sobre los protestantes diciendo que todos son “capuchos” entendiendo que los capuchos son aquellos infiltrados encapuchados encargados de realizar actos vandálicos.

Creo que ahí hay una ruptura directa, ¿Sí? eso siempre le hemos planteado vuelvo y digo porque dentro del marco del profesionalismo y de precisamente el ejercicio comunicativo y de periodismo hemos visto que los medios se encuentran muy cegados, nos hemos encontrado con preguntas como ¿ustedes porque apoyan los capuchos? ¿ustedes están de acuerdo con que los capuchos son vándalos? o la necesidad constante estigmatizar a quienes protestan o empezar a irse

por las ramas y empezar a profundizar en el discurso constante que poseen la movilización solamente esta gente que no hace nada, hubo un momento en el que incluso medios impulsaron el hashtag que dice “yo no marchó yo produzco” o “yo no marchó que yo trabajo” porque empezaron estigmatizar precisamente la protesta diciendo que las personas que se movilizaban no laboraban, que eran personas sin oficio y eso pues indiscutiblemente es un daño social porque esta constitución del movimiento social, que se ha venido dando desde varios años, que no solamente se genera a través del comité de paro, si no que tiene un marco mucho más grande de antecedentes se ve afectado por qué esta estigmatización profundiza los señalamientos desde el mismo. desde los mismos medios se habla de vandalismo, se habla de violencia, se habla de que los estudiantes somos vándalos, Entonces todo eso termina por hacer de que pues obviamente, la masa generacional de la ciudadanía termine adquiriendo ese discurso sea son los medios tradicionales y si tú todos los días estás viendo en medios de que los vándalos son los que rayan que eso cuando obviamente Nosotros hemos presentado informes dónde es la policía que se está infiltrado, pues obviamente termina por profundizar es aquel discurso. (Achury, 2020)

Hay que entender que la protesta social es un derecho de todo ciudadano y que está consignada en el artículo 37 de la constitución, que reza “Toda parte del pueblo puede reunirse y manifestarse pública y pacíficamente. Sólo la ley podrá establecer de manera expresa los casos en los cuales se podrá limitar el ejercicio de este derecho.” (Constitución política de Colombia, 1991) Es por esto que otra líder estudiantil de UNEES dice que los medios tradicionales lo que hacen es deslegitimar la protesta haciendo generalizaciones absurdas,

Los medios han logrado deslegitimar la protesta social de una manera absurda porque o sea yo respeto todos los diferentes tipos de lucha ¿Sí? pero es que los medios le han quitado cómo ese espíritu selectividad esta diversidad movimiento social y sólo se ha concentrado lo que ellos llaman vandalismo, entonces dónde queda esta pedagogía en los territorios, en las

calles en los barrios de las ciudades, ¿Dónde queda este arte en los murales? ¿dónde le están diciendo al pueblo “oiga nos están matando”? yo creo que eso son estrategias comunicativas para el pueblo y lo que hace los medios de comunicación es esconder la realidad (Murillo, 2020)

En el caso particular de Medellín, los estudiantes expresaban que uno de los mayores inconvenientes fue la propaganda de miedo infundida por los medios tradicionales, la información parcializada hacía que las personas del común, comerciantes tuvieran miedo de salir de sus casas o abrir sus negocios por miedo a sufrir daños o lesiones

el mayor inconveniente que tuvimos fue luchar contra la propaganda del miedo difundida por los grandes medios de comunicación tradicionales, difundir el real sentido de la movilización, el rechazo al paquetazo que duque quería implementar - y qué está implementando de otras maneras- difundir lo bueno de las movilizaciones pese a que no negamos que hubo problemas de desorden y saqueo en otras ciudades del país, el reto que teníamos para ese día, era sumar más personas a la causa para que en las siguientes movilizaciones se siguieran dando de una manera masiva. (Díaz, 2020)

Incluso desde el colectivo LeCuentoLaU, Hablaban del temor a la represión por parte de la policía a los manifestantes, hablaron incluso de carnetizarse como una forma de protección apelando al derecho a la libertad de prensa,

Nosotras estábamos grabando todo, pero en un momento llegó el Esmad, nos arrinconaron, nos requisaron y el miedo hizo que muchas dejaran de grabar y que a mí me obligaran a dejar de grabar. Luego nos obligaron a desplazarnos hasta la estación Caribe, en Moravia se veía fuego y humo y había mucho policía, a mí solo se me ocurría tomar fotos, pero mis compañeras estaban asustadas, luego en la estación me requisaron de nuevo, me hicieron sacar mi cámara, pero no la revisaron ni me quitaron nada (Giraldo, 2020)

Dentro de la investigación se les preguntó además como percibieron la información por los Medios masivos locales a lo que respondieron: “Son acusadores a la hora de hablar de los estudiantes y por ende los medios locales pueden llegar a ser hasta más peligrosos, Pareciera estar confabulados para hacernos daño, para mostrar el lado malo” (Quinchía, 2020) anexando a esta respuesta puntos como “estos medios de comunicación no parten del panorama completo sino del que sea conveniente, en ese sentido, nunca hacen una contextualización de lo sucedido, la gente no supo de que iban esas reformas, no entendió que estaba pasando.” (Sossa, 2020)

Faltando al artículo primero del código de ética periodística que habla sobre la transparencia a la hora de informar, resaltando que “La comunidad tiene derecho a recibir la información veraz, equilibrada y oportuna y el periodista está en el deber de proporcionársela en estos términos.” (Bogotá, 2019)

Es por esto que los diferentes líderes estudiantiles prefieren optar por aliarse con medios alternativos o comunitarios, porque estos no dependen de grandes grupos empresariales con una ideología implantada que lo único que hace es sesgar un poco la información. Medios periodísticos como Periferia, Aquinoticias, LeCuentoLaU, Desde el 12, Viceversa y La Voz Del Poli, fueron los medios preferidos por los estudiantes a la hora de informarse.

Después de las movilizaciones del 21N quedan muchas cosas para reflexionar y se destaca la importancia de la comunicación para el desarrollo, los medios de comunicación tradicional y su problema de ética periodística, la importancia de los medios alternativos, especialmente de las redes sociales para llegarle a más personas de manera Orgánica y la importancia de tener bien planteadas estrategias de concientización y contextualización como un proceso de educomunicación; esto con el fin de evitar que se cree pánico colectivo frente a las manifestaciones sociales, especialmente a las movilizaciones estudiantiles, y a su vez brindar una mejor

información frente a las movilizaciones evitando además las noticias falsas, que son muy comunes en esta nueva era de comunicaciones.

Con la llegada del Covid 19, las movilizaciones de manera presencial cesaron por unos meses, luego, la falta de capacidad de los estudiantes para pagar su matrícula impulsaron a hacer nuevas manifestaciones pero esta vez sin tanto público, tanto en la universidad de Antioquia como en el Politécnico Jaime Isaza Cadavid se hicieron huelgas de hambre en busca de lograr una matrícula cero, valiéndose de pancartas para comunicar los argumentos del porque para el siguiente semestre a cursar debía ser para los estudiantes completamente gratuito.

Los efectos que ha tenido la movilización estudiantil a causa del covid 19 como complejo porque muchas personas tuvieron que irse como de las ciudades donde estudian a sus municipios, a sus territorios porque obviamente por la pandemia no podían mantenerse en esas ciudades y pues lo que ha hecho es este año el gobierno y sobre todo el Ministerio educación es darle la espalda a los estudiantes y a las instituciones de educación superior al no brindar unas garantías de bienestar universitario por la pandemia y al no garantizar la matrícula cero ¿sí? Entonces ha sido complejo, sin embargo, el movimiento estudiantil se ha logrado movilizar en medio de la pandemia a exigir sobre todo la matrícula cero qué fueron las huelgas de hambre y ya y yo creo que eso es lo primordial en la mesa nacional con el gobierno que se tiene del sector universitario por el acuerdo 2018 está exigiendo garantías de bienestar universitario y la matrícula cero porque pues la matrícula cero quedó en manos de las de las universidades y de los entes territoriales. Sin embargo, esta exigencia está ahí siempre. Y cuando me refiero a que la entidad bienestar universitario me refiero a conectividad y herramientas tecnológicas para los estudiantes de la educación

media y en educación superior puedan asistir a sus clases y los profesores para que puedan dar sus clases (Murillo, 2020)

Para concluir (Achury, 2020) habla que antes de la pandemia se tenían muy buenas actividades por parte del comité del paro

Cuando ocurrió la movilización nosotros tuvimos un espacio del comité de paro que se dividió y Desde allí Habían un marco de actividades maravillosas que lamentablemente se fueron un poco acabando por tema del covid-19, Sin embargo, creo que la movilización social ha encontrado las dinámicas incluso a través de la pandemia para hallarse poder construir pues educación y movilización y pues luchar por los medios sociales y eso se ha visto a través del uso intensivo de medios, la creación de nuevos medios alternativos y populares, también el impulso por parte observatorios, la defensa de los Derechos Humanos, que en últimas apropiación espacio bastante bueno para que la gente pensante la voz. (Achury, 2020)

Mostrando que la pandemia del Covid19 fue un punto de quiebre para las movilizaciones sociales, obligándolos así mismo a reestructurar sus dinámicas comunicacionales e impulsarlas durante la pandemia.

Referencias

- Achury, W. (23 de Septiembre de 2020). Estrategias comunicativas en las movilizaciones del 21N. (M. T. Hoyos, Entrevistador)
- Alaiza, M. D. (2002). *Comunicación popular: del paradigma de la dominación al de las mediaciones sociales y culturales*. Quito: Abya Yala.
- Arellano, E. .. (2008). LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ORIENTADA AL DESARROLLO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL. *Razón y Palabra*. Recuperado el 22 de Agosto de 2020, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1995>
- Bogotá, C. d. (Agosto de 2019). *Manual de ética periodística*. Obtenido de Manual de ética periodística- círculo de periodistas de bogotá: <https://www.circuloperiodistasdebogota.org/wp-content/uploads/2019/11/C%C3%B3digo-de-%C3%A9tica-CPB-FINAL.pdf>
- COLOMBIANO, E. (s.f.). *El Colombiano*. Obtenido de El Colombiano: <https://www.elcolombiano.com/nosotros>
- Constitución política de Colombia. (1991). *Constitución política de Colombia de 1991*. Bogotá.
- Cruz, E. (2015). Procesos de enmarcamiento y estrategias comunicativas de la Mesa Amplia Nacional Estudiantil en las protestas de 2011 en Colombia. *Chasqui, revista latinoamericana*, 69-83.
- Díaz, E. (2 de Abril de 2020). Estrategias de comunicacion en las movilizaciones estudiantiles del 21N. (M. T. Hoyos, Entrevistador)
- Druetta, D. M., Cruz, M. d., & González, R. L. (2009). *Redes sociales: análisis y aplicaciones*. México D.F, Mexico: Plaza y Valdés S.A. Obtenido de https://elibro.net/es/ereader/uniminuto/37833?as_all=redes__sociales__en__la__web__&as_a ll_op=unaccent__icontains&prev=as&page=42
- El Colombiano . (13 de Noviembre de 2019). *Estos son los motivos del paro nacional del 21 de noviembre*. Obtenido de El Colombiano: <https://www.elcolombiano.com/colombia/razones-del-paro-nacional-el-proximo-21-de-noviembre-NN11949073>
- Florez, J. J. (8 de Abril de 2020). Estrategias comunicativas en las movilizaciones sociales del 21 de noviembre. (M. T. Hoyos, Entrevistador)
- Giraldo, J. M. (6 de Abril de 2020). Estrategias comunicativas del movimiento estudiantil del 21N en medellín . (M. T. Hoyos, Entrevistador)
- Gumucio, A. (2004). El cuarto mosquetero: La comunicación para el cambio social. *Investigación y desarrollo*, 04-05.
- HacemosMemoria. (18 de 07 de 2019). *50 años de violencia y resistencia en la Universidad de Antioquia*. Obtenido de Hacemos memoria: 50 años de violencia y resistencia en la Universidad de Antioquia 1968-2018: <http://hacemosmemoria.org/udea50/>
- JIC, P. (s.f.). *Politécnico Jaime Isaza Cadavid*. Obtenido de Politécnico Jaime Isaza Cadavid: <https://www.politecnicojic.edu.co/index.php/historia-del-politecnico>
- Lópera, D. S. (2 de Abril de 2020). Estrategias comunicativas en las movilizaciones estudiantiles del 21N. (M. T. Hoyos, Entrevistador)
- López, A. (13 de Mayo de 2020). Estrategias comunicativas en las movilizaciones sociales del 21N . (M. T. Hoyos, Entrevistador)
- Múnera, J. P. (26 de Abril de 2020). Estrategias comunicativas en las movilizaciones del 21N. (M. T. Hoyos, Entrevistador)

- Murillo, M. J. (30 de Septiembre de 2020). Estrategias comunicativas en las manifestaciones sociales del 21N. (M. T. Giraldo, Entrevistador)
- Pérez, J. D. (26 de Abril de 2020). Estrategias comunicativas en las movilizaciones del 21N. (M. T. Giraldo, Entrevistador)
- Portela, J. C. (2014). *Protesta estudiantil en la universidad de Antioquia, condiciones y dinámicas de la contienda política 2005- 2012*. Medellín .
- programa de las naciones unidas para el desarrollo. (2011). *Comunicación para el desarrollo. Fortaleciendo la eficacia de las naciones unidas*. New York.
- Quinchía, S. V. (25 de Abril de 2020). Medios de comunicación tradicional en las movilizaciones del 21N. (M. T. Giraldo, Entrevistador)
- Sampieri, R. H. (2014). *Métodología de la investigación (sexta edición)*. Mexico: McGrawHill /Interamericana editores.
- Sossa, L. M. (26 de Abril de 2020). Estrategias comunicativas del movimiento del 21N en Medellín. (M. T. Giraldo, Entrevistador)
- TeleAntioquia. (s.f.). *TeleAntioquia*. Obtenido de TeleAntioquia:
https://www.teleantioquia.co/boletines_de_prensa/32-anos-de-teleantioquia/
- TeleMedellín. (1 de agosto de 2017). *Telemedellín* . Obtenido de Telemedellin :
<https://telemedellin.tv/telemedellin/quienes-somos/historia/>
- Telemedellín. (21 de noviembre de 2019). *Telemedellín* . Obtenido de
<https://livestream.com/accounts/4608897/events/7111788/videos/199160922/player?width=640&height=360&enableInfo=true&defaultDrawer=&autoplay=true&mute=false>
- Udea. (s.f.). *Udea*. Obtenido de Udea:
http://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/generales/interna!/ut/p/z1/vVRZU8IwEP4tPvjYyTY9iI-1VBwsVLAfYyTtkGjpC0Qz19vCuiMR0HHIw9Jdvb4dr_NBIF0jmjB7sQIU6Is2EzLE-pekAMfm54NYWfY9cFzfS9onY1CTDAavzWAE9MBbxCc9uPIP213MaJa3R84gYI9CMnQtBR_OzwaxYnrBy_-0LA8-Jr_FgO6P
- Udea, C. s. (21 de Enero de 1969). Comunicado udea. Medellín, Antioquia.
- Udea, D. (01 de 08 de 2019). *Udea.edu.co*. Obtenido de Udea.edu.co:
<http://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/inicio/institucional/data-udea/formacion/matriculados>
- Unal. (s.f.). *Universidad Nacional de Colombia*. Obtenido de Universidad Nacional de Colombia:
<http://medellin.unal.edu.co/9-la-sede/3-historia.html>
- Unal, P. (2018). *planeacion unal*. Obtenido de Planeación Unal:
<http://planeacion.medellin.unal.edu.co/distribucion-de-la-poblacion-estudiantil-por-sexo-2018-01.html>
- Uribe, H. R. (2012). movimientos sociales y medios de comunicación, poderes en tensión. *Hallazgos*, 161-173.
- Urrego y Pardo, M. A. (2003). El movimiento de 1971 en Colombia.
- Vélez, A. G. (26 de Abril de 2020). Estrategias comunicativas de las movilizaciones sociales del 21N en Medellín. (M. T. Giraldo, Entrevistador)
- zibechi, R. (2017). *Los movimientos sociales como sujetos de la comunicación*. Obtenido de América latina en movimiento: <https://www.alainet.org/es/active/23062>
- Zluski, C. (1996). *El modelo de la Red social*. Barcelona: Gedisa S.A.

Anexos:

Anexo 1: Aval de consentimiento Informado

Enlace carpeta de avales de consentimiento informado:

<https://drive.google.com/drive/folders/10oq95VICjuD641CTan-8Xj30DGSqdzPp?usp=sharing>

Autorización de participación en investigación

Aval de consentimiento informado.

Título de la investigación: Estrategias comunicativas en las movilizaciones estudiantiles universitarias del 21 de noviembre de 2019, en la ciudad de Medellín (Ant.)

Institución ejecutora: Corporación Universitaria Minuto de Dios – Uniminuto, sede Bello

Investigador - equipo de investigación: María Teresa Hoyos Giraldo, estudiante de 8° semestre, de Comunicación Social -Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto De Dios sede Bello.

Información de la investigación

El objetivo general de este proyecto es: Analizar los mecanismos comunicativos utilizados por los estudiantes de las universidades públicas Universidad de Antioquia, Politécnico Jaime Isaza Cadavid y Universidad Nacional, Sede Medellín, durante las manifestaciones estudiantiles llevadas a cabo el 21 de noviembre de 2019, en la ciudad de Medellín (Ant.).

Para el logro de este objetivo estamos realizando: encuesta-entrevista y grupo focal.

El propósito de esta entrevista / encuesta/ cuestionario es: recolectar información que nos ayude a definir cuáles son las estrategias comunicativas que usaron los líderes estudiantiles de las universidades públicas en las manifestaciones sociales realizadas en noviembre de 2019

Su participación consiste en responder únicamente algunas preguntas, las cuales le serán formuladas por uno de los miembros del equipo de investigación. El tiempo aproximado de la entrevista es de 30 a 45 minutos.

Para conservar su testimonio de manera fiel y asegurar la transparencia y precisión en el análisis, le solicitamos amablemente su autorización para registrar la entrevista mediante una grabadora de voz.

Para el investigador es importante que usted sea completamente honesto al responder cada pregunta acerca de la organización que representa, así como sobre la forma de percibir la influencia del medio en la comunidad.

En relación con este consentimiento se le informa lo siguiente:

Uso y confidencialidad de la información:

- La información suministrada por usted será utilizada exclusivamente para los fines de este estudio.
- La difusión de los resultados del estudio se realizará a través de la elaboración y publicación de informes y productos académicos en los que no se revelará su nombre, ni cualquier otro dato que permita su identificación personal.

Voluntariedad en la participación:

- Todas las preguntas planteadas son de carácter opcional, de modo que usted puede no responder en el caso de que así lo estime conveniente, sin que ello le implique algún problema.

- En todo cualquier momento usted podrá decidir retirarse del estudio sin que ello le acarree ningún perjuicio.

Beneficios y riesgos de la participación:

- **Beneficio:** No hay un beneficio inmediato, pero con su participación contribuye al propósito último de este estudio: comprender mejor la problemática de esta investigación. Así mismo, con su participación contribuye al avance científico en el campo de las ciencias sociales, y específicamente, en el campo de estudio sobre la comunicación social y sus variables problemáticas.
- **Riesgo:** algunas preguntas pueden resultarle incómodas, pero recuerde que usted está en libertad de no responderlas si así lo prefiere.

Mayor información y solicitudes:

- La persona responsable de esta investigación es: **María Teresa Hoyos Giraldo, estudiante del programa de Comunicación Social-Periodismo, de la Corporación Universitaria Minuto de Dios (Sede Bello)**. Si usted tiene alguna inquietud o solicitud respecto a la investigación podrá comunicarse al correo electrónico mhoyosgiral@uniminuto.edu.co o al celular 3107398765

Muchas gracias por su colaboración.

De manera libre doy mi consentimiento para participar en esta investigación

Fecha: 02/ Abril/ 2020

Nombre: David Stiven Lopera Atehortua

Firma: David Lopera

(Ver evidencia en la carpeta de anexos)

Otras firmas

Nombre	Medio por el que se realizó	Evidencia
Emanuel Gutiérrez Arboleda	Messenger Facebook	En la carpeta de anexos
Everly Díaz Mantilla	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Juan José Flórez	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Jennifer Giraldo 	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Julián Mauricio Torres Durango	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Julián Andrés Puerta	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Luiyi David Arango	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Laura Valentina Carrasquilla	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Francely Guzmán Otagri	WhatsApp	En la carpeta de anexos

Laura Ramírez López	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Juan Antonio Arango Vargas	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Laura Camila López Valencia	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Angie Liseth Urrego Z	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Daniel Ciro Parra	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Mateo Sanchez Sandoval	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Brayan Andrés Hoyos Madera	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Fiorella Romero Fuentes	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Daniel Loiza López	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Tomás Giraldo Jaramillo	WhatsApp	En la carpeta de anexos

Juan Diego Gómez Pérez	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Juan Sebastián Vargas Quinchía	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Miguel Valentin Ospina Arismendy	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Laura María Ruiz sossa	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Alexander Giraldo Vélez	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Juan pablo Múnera Guanches	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Ana Maria Mesa	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Johan Alexander Amaya Gil	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Camila Zapata Chavarría	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Andrés López	WhatsApp	En la carpeta de anexos
Waldir Yaklod Achury Ramirez	WhatsApp	En carpeta de anexos

Maria José Murillo Zapata	WhatsApp	En la carpeta de anexos

Agradecimiento: Agradecemos su participación en esta investigación, en unos meses se compartirá con ustedes los resultados. Gracias por la atención y el tiempo prestado. Feliz día.

Anexo 2: Instrumentos

Objetivo específico 1: Identificar las estrategias comunicativas utilizadas, por parte de los estudiantes de las universidades públicas Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Universidad de Antioquia y Universidad Nacional de Colombia, de Medellín, para la conformación y convocatoria en la realización de las manifestaciones del 21 de noviembre de 2019.

Instrumento- Objetivo 1: Entrevista digital vía WhatsApp, a Cinco (5) líderes estudiantiles de tres universidades públicas de Medellín: Universidad Nacional, Universidad de Antioquia, Politécnico Jaime Isaza Cadavid.

Evidencia prueba piloto para el objetivo 1: La prueba piloto fue realizada con el psicólogo Yolmer Daniel Peña Cordero, Identificado con Cédula de Ciudadanía 1017250830 de Medellín, Antioquia. Las observaciones realizadas en este primer acercamiento se centran en la redacción de las preguntas para la recolección de información y en el cambio de dos preguntas que eran repetitivas o poco claras.

Yolmer Daniel Peña Cordero- Psicólogo Uniminuto

Plantilla objetivo 1 - instrumento: Entrevista digital vía WhatsApp

Dirigido a: Cinco (5) líderes estudiantiles de las universidades públicas: Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Universidad de Antioquia y Universidad Nacional de Colombia, sede Medellín, que hicieron parte de las movilizaciones sociales de 21 de noviembre de 2019

Responsable: María Teresa Hoyos Giraldo, estudiante de octavo semestre del programa de Comunicación Social-Periodismo, de la Corporación Universitaria Minuto de Dios (Sede Bello).

Garantía de confidencialidad:

La información suministrada por usted será utilizada exclusivamente para los fines de este estudio. La difusión de los resultados del estudio se realizará a través de la elaboración y publicación de informes y productos estadísticos en los que no se revelará su nombre, ni cualquier otro dato que permita su identificación personal.

Objetivo específico 1: Identificar las estrategias comunicativas utilizadas, por parte de los estudiantes de las universidades públicas Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Universidad de Antioquia y Universidad Nacional de Colombia, de Medellín, para la conformación y convocatoria en la realización de las manifestaciones del 21 de noviembre de 2019.

Instrucciones para el Entrevistado: En este documento se encuentran consignadas una serie de preguntas que debe responder de manera detallada, cabe resaltar que la información recolectada en esta entrevista será de uso exclusivo para esta investigación.

1--Identificación general

1-Género: _____ 2-Edad: _____ 3-Lugar de vivienda: _____ 4-Ocupación: _____ 5-Carrera _____ 6-Años en la U pública _____
--

2- Información específica

<ol style="list-style-type: none">1. ¿Cómo fue el proceso de organización para determinar qué medios utilizaría para comunicar a los ciudadanos el porqué de sus manifestaciones?2. ¿Tenían comunicación con otras universidades para plantear un discurso uniforme?3. ¿Qué medios utilizaron para comunicarse con otras universidades?4. ¿Qué tan importante fue el uso de las redes sociales en la difusión de información sobre las manifestaciones sociales?5. ¿Qué redes sociales usaron como medio de difusión?6. ¿Qué otras estrategias comunicativas utilizaron para difundir información?7. ¿Tuvieron algún inconveniente a la hora de informar sobre la manifestación social del 21 de noviembre del 2019? De ser así ¿qué inconvenientes tuvieron?

Agradecimiento: Agradecemos su participación en esta investigación, en unos meses se compartirá con ustedes los resultados. Gracias por la atención y el tiempo prestado. Feliz día.

■ **Objetivo específico 2:** Explicar cómo estudiantes de las universidades públicas Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Universidad de Antioquia y Universidad Nacional de Colombia, de Medellín, percibieron los espacios brindados por los medios de comunicación locales: Teleantioquia, Telemedellín y El Colombiano, en la sensibilización sobre las manifestaciones del 21 de noviembre de 2019.

Instrumento- Objetivo 2: Grupo focal digital vía WhatsApp, con 4 líderes estudiantiles y dos estudiantes de tres universidades públicas de Medellín: Universidad Nacional, Universidad de Antioquia, Politécnico Jaime Isaza Cadavid.

Evidencia prueba piloto para el objetivo 2: La prueba piloto fue realizada con la Psicóloga Daniela Hincapié Acevedo, Identificada con Cédula de Ciudadanía 1.037.238.371 de Guatapé, Antioquia. Las observaciones realizadas en este primer acercamiento se centran en la redacción de las preguntas para la recolección de información, pues algunas eran repetitivas y otras predisponían la respuesta al ser preguntas directas y no se enfocaban en la visión de cada estudiante sobre los medios de comunicación Tradicionales, por ello me sugirió agregar “Teniendo en cuenta la realidad del 21 de noviembre...” haciendo énfasis en el día que se realizó la movilización estudiantil a investigar. Daniela Hincapié Acevedo. -Psicóloga Luis amigó-

Plantilla objetivo 2 - instrumento: Grupo focal virtual a través de WhatsApp

Lugar: _____ **Fecha:** _____ **Hora:** _____

Duración: _____

Dirigido a: Cuatro líderes estudiantiles y dos estudiantes de las universidades públicas Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Universidad de Antioquia y Universidad Nacional Sede Medellín que hicieron parte de las manifestaciones el 21 de noviembre del año 2019.

Responsable: María Teresa Hoyos Giraldo, estudiante de octavo semestre de comunicación social y periodismo de la corporación Universitaria Minuto de Dios sede Bello

Garantía de confidencialidad: La información suministrada por usted será utilizada exclusivamente para los fines de este estudio. La difusión de los resultados del estudio se realizará a través de la elaboración y publicación de informes y productos estadísticos en los que no se revelará su nombre, ni cualquier otro dato que permita su identificación personal.

Objetivo específico dos: Explicar cómo estudiantes de las universidades públicas Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Universidad de Antioquia y Universidad Nacional de Colombia, de Medellín, percibieron los espacios brindados por los medios de comunicación locales: Teleantioquia, Telemedellín y El Colombiano, en la sensibilización sobre las manifestaciones del 21 de noviembre de 2019.

Instrucciones para el Grupo focal: Se les hará una serie de preguntas con respecto a la percepción de los medios tradicionales como TeleMedellín, TeleAntioquia y El Colombiano, como herramientas estratégicas para la difusión de información frente a las movilizaciones sociales del 21 de noviembre del año 2019. Espero estas preguntas sean contestadas con toda sinceridad para poder mostrar datos veraces en esta investigación. Les recuerdo que esta conversación será guardada y será utilizada únicamente para la realización de esta investigación.

Muchas gracias.

1- identificación general

1-Género: _____ 2- Edad: _____ 3-Lugar de vivienda: _____ 4- Ocupación: _____ 5-Carrera _____ 6-Años en la U pública _____
--

2- información específica

1. ¿Considera usted que TeleMedellín, TeleAntioquia y El Colombiano jugaron un papel importante en la difusión de la información acerca de las movilizaciones estudiantiles y sociales del 21 de noviembre del año 2019? ¿por qué?
--

2. ¿Considera que los medios de comunicación tradicionales han servido de ayuda para fortalecer o debilitar los movimientos sociales? ¿por qué?
3. ¿En qué otros medios masivos de comunicación vieron información sobre las manifestaciones del 21 de noviembre del año 2019?
4. De acuerdo a la realidad vivida en las manifestaciones del 21 de noviembre, ¿cómo considera que fue la información presentada por los medios masivos?
5. ¿Cree que los medios tradicionales son una buena opción a la hora de difundir información de este tipo?

■ **Objetivo específico 3** Registrar cómo Facebook jugó un papel fundamental, como medio de comunicación estratégico, entre los jóvenes de las universidades públicas Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Universidad de Antioquia y Universidad Nacional de Colombia de Medellín, que hicieron parte de las manifestaciones estudiantiles el 21 de noviembre 2019.

Instrumento- Objetivo 3: Encuesta digital vía WhatsApp y Messenger Facebook a 19 estudiantes de tres universidades públicas de Medellín: Universidad Nacional, Universidad de Antioquia, Politécnico Jaime Isaza Cadavid.

Evidencia prueba piloto Objetivo tres:

La prueba piloto se realizó con la estudiante de Derecho de UNAULA Raquel Giraldo Jaramillo, identificada con cédula de ciudadanía 1.037.238.356 de Guatapé, Antioquia. Las observaciones realizadas en este primer acercamiento se centran en la redacción de las preguntas para la recolección de información, pues algunas resultaban confusas y otras predisponían la respuesta al ser preguntas cerradas a “sí” y “no”, para esto me sugirió entonces releer y poner más sencillas las preguntas y en cuanto a aquellas que

predispónían la respuesta me sugirió agregar más opciones para ello. Raquel Giraldo Jaramillo -
Estudiante UNAULA-

**Plantilla objetivo 3 - instrumento: Encuesta virtual Google Forms, Vía WhatsApp y
Messenger Facebook**

Lugar: Medellín Fecha: _Marzo 2020 Hora: _____ Duración:

Dirigido a: diecinueve (19) personas, al azar, estudiantes de las universidades públicas Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Universidad de Antioquia y Universidad Nacional de Colombia sede Medellín, que hicieron parte de las movilizaciones estudiantiles del 21 de noviembre del año 2019

Responsable: María Teresa Hoyos Giraldo, Estudiante de octavo (8) semestre del programa de comunicación social- periodismo de la Corporación universitaria Minuto de Dios Sede Bello

Garantía de confidencialidad: La información suministrada por usted será utilizada exclusivamente para los fines de este estudio. La difusión de los resultados del estudio se realizará a través de la elaboración y publicación de informes y productos estadísticos en los que no se revelará su nombre, ni cualquier otro dato que permita su identificación personal.

Objetivo específico 3 Registrar cómo Facebook jugó un papel fundamental, como medio de comunicación estratégico, entre los jóvenes de las universidades públicas Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Universidad de Antioquia y Universidad Nacional de Colombia de Medellín, que hicieron parte de las manifestaciones estudiantiles el 21 de noviembre 2019.

Instrucciones para el Encuestado: A continuación, encontrará un cuestionario con preguntas de múltiples posibilidades de respuesta, marque con una equis (X) la respuesta que considere adecuada.

1- identificación general

1-Género: _____ 2-Edad: _____ 3-Lugar de vivienda: _____ 4-Ocupación: _____ 5-Carrera _____ 6- Universidad _____ 7-Años en universidad pública _____

2- información específica

1. ¿Qué tan importante fue el papel que jugó Facebook en la realización de las manifestaciones estudiantiles del 19 de noviembre de 2019? A. Sin importancia B. Poco importante C. Importante D. Muy importante
2. ¿Qué tipo de publicaciones veía en esta red social? A. Memes B. Comunicados C. Fotos D. Videos

3. ¿En qué tipo de páginas de esta red social veía contenidos referentes a las manifestaciones?
- A. Grupos universitarios
 - B. Perfiles de amigos
 - C. Páginas oficiales de las universidades
 - D. Páginas de memes
4. ¿Con qué frecuencia compartía usted contenido referente a las manifestaciones estudiantiles?
- A. Poco frecuente
 - B. Frecuente
 - C. Muy frecuente
 - D. No compartía contenido referente a las manifestaciones
5. ¿Cuántas publicaciones aproximadamente veía por día?
- A. Entre 5 y 10
 - B. Entre 10 y 20
 - C. Más de 20
 - D. No veía
6. Durante las movilizaciones sociales del 21 de noviembre de año 2019, ¿con qué frecuencia solía crear usted contenido sobre estas movilizaciones?
- A. Muy frecuente
 - B. frecuentemente
 - C. Poco frecuente

- D. No creaba contenido
7. Si creó contenido, ¿qué tipo de contenido creaba?
- A. Memes
 - B. Compartía fotos de su autoría
 - C. Hacía publicaciones para generar debate
 - D. No fue creador de contenido
8. ¿Qué tan activo fue usted en las publicaciones referentes a las manifestaciones sociales del 21 de noviembre de 2019 que veía en Facebook?
- A. Nada activo
 - B. Poco activo
 - C. Activo
 - D. Muy activo
9. Después de las manifestaciones del 21 de noviembre del año 2019, ¿Con qué frecuencia siguió viendo publicaciones referentes a las manifestaciones de ese día?
- A. Nada frecuente
 - B. Poco frecuente
 - C. Frecuente
 - D. Muy frecuente
10. ¿Qué tipo de publicaciones veía más a menudo en Facebook luego de las movilizaciones estudiantiles del 21 de noviembre del año 2019?
- A. Galerías fotográficas

B. Noticias
C. Comunicados oficiales
D. Memes o imágenes curiosas

Agradecemos su participación en esta investigación, en unos meses se compartirá con ustedes los resultados. Gracias por la atención y el tiempo prestado. Feliz día.

Evidencia de aplicación instrumento 3: encuesta digital

<https://forms.gle/kF449RwwpuF8aZLE7>