



Estudiantes conectados y movilizados: El uso de Facebook en las protestas estudiantiles en Chile

Online and Mobilized Students: The Use of Facebook in the Chilean Student Protests

 **CRISTIAN CABALIN** es Profesor Asistente en el Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile (Chile) (ccabalín@uchile.cl).

RESUMEN

Considerando la relación entre los nuevos medios digitales y la acción política de los jóvenes, el objetivo de este artículo es describir el uso de Facebook durante el movimiento estudiantil chileno de 2011, a través de un análisis de contenido y textual de la página de Facebook de la Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile (FECH). En 2011, Chile experimentó una serie de movilizaciones, quizás las más importantes de su historia reciente, donde los jóvenes fueron los protagonistas de la discusión sobre la educación. Durante estas manifestaciones, Facebook fue una de las redes sociales en Internet más utilizadas por las organizaciones participantes. En el caso de la FECH, esta agrupación estudiantil usó Facebook principalmente para convocar a las acciones de protestas, para resaltar los logros del movimiento y para señalar quiénes eran sus adversarios. Sin embargo, la mayor parte del contenido publicado fue generado por los medios de comunicación tradicionales, demostrando que en el nivel comunicacional también se entrelazan las estrategias usuales de los movimientos sociales con las nuevas prácticas más innovadoras. Por lo tanto, se rechaza la visión del determinismo tecnológico, porque no da cuenta de los fenómenos complejos que caracterizan el desarrollo de los movimientos estudiantiles y juveniles.

ABSTRACT

Considering the relationship between new social media and youth political actions, the purpose of this article is to describe the use of Facebook during the 2011 Chilean student movement, through a content and textual analysis of Facebook's page of the Student Federation of the University of Chile (FECH). In 2011, Chile experienced massive mobilizations for seven months. These were perhaps the most important social protests in Chile's recent history, where young people played a leading role in the discussion over education. During these events, Facebook was one of the digital social networks most widely used by the mobilized organizations. In FECH's case, it utilized Facebook mainly to call for protest actions, to highlight the achievements of the movement, and to indicate their opponents. However, most of the content published on this Facebook page was produced by traditional media, showing that conventional communication strategies of social movements are interrelated with new innovative practices. Therefore, this article rejects technological determinism, because it does not recognize the complex characteristics of student and youth movements.

PALABRAS CLAVE / KEYWORDS

Movimiento estudiantil, Facebook, redes sociales, Internet, protestas, estudiantes, educación.
Student movement, Facebook, social networks, Internet, protests, students, education.

1. Introducción

«Con lluvia, con nieve, el pueblo igual se mueve», cantaban casi 100.000 estudiantes el 18 de agosto de 2011 por las calles de Santiago. Ese día, los termómetros marcaron cuatro grados bajo cero y caía algo de nieve en la capital de Chile (Cabalin, 2011). Esta manifestación fue llamada la «marcha de los paraguas», porque los participantes llevaban esos implementos para capear el agua que caía. Fue una protesta más de las múltiples acciones del «invierno chileno», como fue conocido internacionalmente el movimiento estudiantil en alusión a la «primavera árabe» de ese año. Unas horas después de la marcha, en la página de Facebook de la Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile (FECH) se convocaba a una nueva acción de protesta: «tras la hermosa marcha de hoy, ¡cacerolazo a las 21 hrs.!». A 443 personas les gustó esta entrada y 31 emitieron sus comentarios de apoyo. Este es un ejemplo de la combinación de recursos tradicionales y nuevos que utilizan actualmente los movimientos sociales, donde las redes digitales juegan un papel fundamental en sus estrategias comunicacionales (Castells, 2012).

Durante 2011, diferentes movimientos de protesta se desarrollaron en diversos países («Los indignados» en España, «La primavera árabe» en Túnez y Egipto, entre otros). De hecho, para algunos autores fue un momento histórico que debe ser recordado como el «año de las revoluciones» (Fuchs, 2012: 775). Una de las características de estas movilizaciones ciudadanas fue el uso intensivo de las redes sociales en Internet. Muchos medios de comunicación calificaron a estos eventos como expresiones de las revoluciones «Facebook o Twitter», dependiendo de la importancia asignada a cada red social. Sin embargo, una serie de trabajos académicos sobre el tema, publicados en un número especial de «Journal of Communication», matizó esta popular categorización, mostrando que el impacto de las redes sociales digitales es complejo y contingente a cada contexto donde se desarrollan las protestas (Howard & Parks, 2012; Valenzuela, Arriagada & Scherman, 2012). Esta visión permite problematizar la noción de que los actuales movimientos sociales serían una consecuencia de los nuevos medios en Internet. Esta relación de causalidad es asociada al determinismo tecnológico, que no reconoce la complejidad de los movimientos sociales y sus componentes políticos, sociales, culturales y económicos (Fuchs, 2012).

Sin embargo, no es posible desconocer que Internet ha provisto de herramientas eficaces y novedosas a los movimientos sociales para movilizar adheren-

tes y contrarrestar las tendencias mediáticas hegemónicas. De hecho, uno de los líderes del movimiento estudiantil chileno de 2011, Giorgio Jackson, indica que «las nuevas tecnologías sirvieron para ponerle un límite a los medios convencionales, para mostrarle que ya no tienen el monopolio de la realidad representada» (Jackson, 2013: 85). Considerando este punto, en este artículo se propone un análisis de la página de Facebook de la FECH, la federación de estudiantes más influyente de Chile, para describir cómo esta organización utilizó esta red social durante el movimiento.

Para dar cuenta de lo anterior, este artículo presenta primero la relación entre juventud e Internet, luego sitúa esta discusión en el movimiento estudiantil chileno para posteriormente describir el uso de la página de Facebook de la FECH, y se concluye con observaciones finales.

2. Jóvenes globalmente conectados

Los efectos de Internet en la formación de capital social, participación política, diversidad cultural y en la construcción identitaria de las personas, entre otros temas, han sido estudiados desde los años noventa. La juventud ha recibido una atención especial en la producción académica en torno a las nuevas tecnologías debido a la estrecha relación entre jóvenes e Internet (Tapscott, 2009).

Los jóvenes interactúan con las redes sociales digitales más que cualquier otro grupo social. Este es un fenómeno global. Por ejemplo, la juventud en Asia comparte experiencias similares a través de Internet con sus pares en Estados Unidos o en otras partes del mundo (Farrer, 2007). Sin embargo, sería ingenuo pensar que los jóvenes están viviendo un momento de pleno desarrollo gracias a las nuevas tecnologías. De hecho, las desigualdades globales les afectan en mayor medida. Tienen los niveles más altos de desempleo, sufren de vulnerabilidad y muchos están experimentando «los tiempos de espera» (waiting times), como Jeffrey (2010) llama a la situación de los jóvenes en los países en desarrollo que apostaron por la educación como instrumento de movilidad social, pero que han visto frustradas sus expectativas. Además, la representación y visibilidad social de los jóvenes ha sido dominada por el «pánico moral» (Valdivia, 2010; Thompson, 1998). Ellos son vistos como la esperanza del futuro, pero al mismo tiempo como el riesgo del presente (Comaroff & Comaroff, 2005). Frente a este escenario, las tecnologías han permitido otras vías de expresión y participación de los jóvenes.

Las tecnologías de la información tienen un alto componente económico, pero también cultural y polí-

tico (Xenos & Moy, 2007). Debido a su carácter interactivo, las redes sociales en Internet han sido vistas como un espacio colaborativo de inmensas consecuencias para el desarrollo de la juventud. Algunos autores han hablado de un «momento histórico» para los jóvenes (Tapscott, 2009), pero otros son más escépticos sobre los impactos positivos de las nuevas tecnologías (Gladwell, 2010). En el caso de los movimientos estudiantiles en Chile de 2006 y 2011, las redes sociales y los nuevos medios digitales jugaron un papel clave en el desarrollo de las protestas. En la «Revolución de los Pingüinos», el movimiento secundario de 2006, los estudiantes utilizaron fotologs, blogs y YouTube para comunicar sus demandas (Condeza, 2009), y en 2011 los estudiantes movilizados ocuparon Twitter, YouTube y Facebook en sus estrategias comunicacionales.

Herrera (2012) ha caracterizado esta estrecha relación entre los jóvenes y las redes sociales digitales como la «generación conectada». En el caso del movimiento estudiantil chileno, podríamos presumir que sus protagonistas son parte de esta nueva generación. Los jóvenes movilizados encontraron en Internet un espacio para la construcción de sentidos durante el movimiento. Para Castells (2012: 5), este proceso de producción de sentidos es fundamental para el éxito de los movimientos sociales, ya que el poder es ejercido a través de la coerción generada por «mecanismos de manipulación simbólica». Las redes sociales digitales, entonces, ayudarían a contrarrestar relaciones de poder hegemónicas. Sin embargo, Buckingham y Rodríguez (2013) establecen que las nuevas tecnologías de la información están lejos de ser un espacio libre y democrático absoluto, porque muchas veces se reproducen esquemas tradicionales de dominación y control en las aplicaciones de Internet.

De todos modos, Internet sí permite observar cómo las prácticas políticas de los jóvenes se están desarrollando. Los estudiantes chilenos movilizados en 2011 mostraron que las acciones de protestas offline y on-line se complementan (Valenzuela, 2013), permitiendo superar la división entre movimiento «tradicio-

nal» y «nuevo», pues actualmente las formas de movilización incorporan ambas estrategias, haciéndolas más diversas y difíciles de definir linealmente. Sin embargo, el «mensaje» de los movimientos sociales sigue siendo determinante para sus operaciones, más allá del medio por el cual se comunique (Castells, 2012).

3. La comunicación del movimiento

Los estudiantes estuvieron en la calle durante siete meses y consiguieron un respaldo ciudadano del 80%, según diversas encuestas. Uno de los elementos que

Los jóvenes interactúan con las redes sociales digitales más que cualquier otro grupo social. Este es un fenómeno global. Por ejemplo, la juventud en Asia comparte experiencias similares a través de Internet con sus pares en Estados Unidos o en otras partes del mundo. Sin embargo, sería ingenuo pensar que los jóvenes están viviendo un momento de pleno desarrollo gracias a las nuevas tecnologías. De hecho, las desigualdades globales les afectan en mayor medida. Tienen los niveles más altos de desempleo, sufren de vulnerabilidad y muchos están experimentando «los tiempos de espera».

ayudan a explicar este amplio apoyo popular fue la capacidad de los estudiantes para encuadrar exitosamente su mensaje de transformación y copar la agenda mediática durante el movimiento. Los estudiantes fueron conscientes de la necesidad de convertir sus objetivos políticos en un mensaje masivo, tal como Jackson (2013: 63) lo señala: «nuestro lenguaje inicial fue muy poco ideologizado, era técnico y pragmático, en el sentido de que si queríamos llegar a más gente teníamos que empezar por borrar ciertas palabras». Los estudiantes transmitieron un mensaje que condensaba los principales problemas del sistema educacional chileno: desigualdad, mala calidad, segregación y endeudamiento (Bellei & Cabalin, 2013).

En Chile, el modelo neoliberal en educación fue implementado en los años 80 durante la dictadura de Augusto Pinochet, implicando la privatización del sistema educacional, la exacerbación de la competencia,

la precarización del empleo docente y el debilitamiento de la educación pública, entre otros aspectos propios de la neoliberalización de la educación a escala global (McCarthy, 2011). En 2011, el supuesto progreso neoliberal se enfrentó por primera vez en 30 años a un crítico examen por una parte mayoritaria de la población, sorprendiendo a los administradores del sistema económico y político. Tal como recuerda otro de los líderes estudiantiles del año 2011, Francisco Figueroa: «pocos imaginaban que los propios hijos del modelo, jóvenes supuestamente adormecidos por el individualismo, se rebelarían contra el actual estado de cosas» (Figueroa, 2013: 72). Las revueltas estudianti-

Smith & Denton, 1994), que conecte con las experiencias de las personas. Las redes sociales digitales permiten que ese mensaje sea viral, masificando su penetración, sobre todo, entre los sectores juveniles. Así lo entendió la Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile a través de su página de Facebook.

4. Métodos y material

El 86% de los jóvenes chilenos tiene una cuenta de Facebook y el 52% se conecta al menos una vez al día (Scherman, Arriagada & Valenzuela, 2013). Facebook fue la red social digital más utilizada por los

estudiantes durante el movimiento de 2011. De hecho, el 68% de quienes se movilizaron usó Internet como una plataforma de información sobre el movimiento (Arriagada & al., 2011). Por eso, resulta interesante analizar cómo esta generación de estudiantes desplegó sus acciones a través de las redes sociales digitales durante las protestas. Para ilustrar este punto y sin pretensiones de generalizar los resultados a todas las organizaciones movilizadas, se utilizó como refe-

En las movilizaciones estudiantiles de 2011, las marchas, paros y tomas de establecimientos educacionales fueron acompañadas por «flashmobs», «besatones» y campañas virales, entre otras acciones artísticas, donde los estudiantes usaron el espacio público físico y digital activamente. Fue una mezcla de «Facebook y calle».

les, justamente, demostraron que la pasividad que se les asignaba a los jóvenes reducía su participación política solo a la dimensión clásica establecida en las rutinas del sistema político. Sin embargo, los jóvenes sí participaron a través de otros métodos.

En las movilizaciones estudiantiles de 2011, las marchas, paros y tomas de establecimientos educacionales fueron acompañadas por «flashmobs», «besatones» y campañas virales, entre otras acciones artísticas, donde los estudiantes usaron el espacio público físico y digital activamente. Fue una mezcla de «Facebook y calle», parafraseando el libro «Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism» (Gerbaudo, 2012), que cuestiona el excesivo énfasis en las redes sociales digitales como catalizadores de las acciones de protesta. A través de la combinación de ambas estrategias, los estudiantes desplegaron sus demandas, demostrando que «incluso un nuevo medio tan poderoso y participativo, como las redes sociales en Internet, no es el mensaje. El mensaje construye el medio» (Castells, 2012: 122). Esto significa que un movimiento social para ser exitoso necesita, entre otros aspectos, producir un mensaje persuasivo (Stewart,

la página de Facebook de la Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile, ya que es una de las instituciones más influyentes en el debate educacional chileno y su presidenta durante 2011, Camila Vallejo, fue una de las líderes con mayor notoriedad pública en los medios de comunicación. Esta página de Facebook tuvo más de 62.000 «amigos» durante el movimiento, superando la cantidad de estudiantes de la propia universidad, lo que demuestra la extensión de su influencia más allá de la Universidad de Chile.

Las nuevas tecnologías de la información implican diversos enfoques epistemológicos y metodológicos. Las redes sociales digitales pueden ser útiles para estudiar las interacciones sociales, las relaciones de pertenencia, la formación de la identidad y los tipos de discusión, entre otros temas (Murthy, 2008). Según Coleman (2010: 488), existen al menos tres enfoques para el estudio de los medios de comunicación digitales: a) las políticas culturales de los medios de comunicación digitales; b) las culturas de los medios digitales; y c) la prosa de los medios digitales. El primero se refiere al interés en el estudio de la circulación y construcción de las identidades culturales, representacio-

nes, significados y compromisos colectivos en los medios digitales. El segundo enfoque aborda el análisis de los diferentes grupos o fenómenos sociales en los medios digitales (blogs, hackers, «memes», por ejemplo). Por último, el tercer enfoque se centra en las prácticas sociales en los medios digitales que implican aspectos económicos, financieros, culturales o religiosos. El estudio aquí presentado se acerca al primer enfoque.

El movimiento estudiantil se prolongó a lo largo de siete meses, pero la muestra del material se restringió solo a un mes, considerando dos hitos: uno político (el primer cambio de ministro de Educación durante el movimiento) y otro simbólico (la «marcha de los paraguas»). Estos dos eventos representan, en cierta medida, lo que significó el movimiento estudiantil en la historia reciente de Chile. Por una parte, el sistema político fue superado por la fuerza de los estudiantes movilizados, quienes cuestionaron la legitimidad de las vías de representación política en el país. Por otra parte, la persistencia de las acciones de protesta y su masividad transformaron al movimiento en una expresión de compromiso colectivo de los estudiantes más allá de las condiciones particulares de cada uno.

Para describir cómo la FECH utilizó Facebook durante estos 33 días intencionalmente seleccionados, fueron analizadas todas las entradas publicadas desde el 18 de julio —cuando el presidente de la República, Sebastián Piñera, realizó el cambio de gabinete, que incluyó la salida del entonces ministro de Educación, Joaquín Lavín, y la incorporación en su reemplazo de Felipe Bulnes— hasta el 19 de agosto de 2011, un día después de la «marcha de los paraguas». Se incluyó este último evento, para observar cómo los propios estudiantes abordaron el éxito de su marcha el día posterior a su realización. Estas entradas fueron «vacías» en una matriz de análisis de contenido (Krippendorff, 2013), construida deductivamente a partir de literatura previa sobre movimientos sociales y comunicación (Stewart, Smith & Denton, 1994; Benford & Snow, 2000; Castells, 2012; Valenzuela, 2013). Este diseño metodológico se relaciona con la pregunta de investigación: ¿Cuáles fueron los usos de la página de Facebook de la FECH en términos de contenido durante uno de los siete meses de movilización estudiantil? Para responder a esta pregunta, se utilizaron ocho categorías generales. Las dos primeras categorías reconocieron la propia arquitectura del medio analizado, que regula y limita su uso (Lafuente & York, 2012). Estas categorías básicas son:

1) Me gusta: Se cuantificó la cantidad de «me gusta» señalados en cada entrada, para dar cuenta de su popularidad o aceptación.

2) Comentarios: Se consideró el número de comentarios en cada entrada, para observar la interacción generada a partir de dicho contenido.

Las siguientes tres categorías intentaron describir la estrategia comunicacional utilizada por la Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile. Para ello se consideró la presencia (1) o ausencia (0) de estos constructos analíticos:

3) Comentario propio: Para cuantificar si generaba la FECH algún tipo de comentario en la entrada, como una manera de encuadrar el contenido publicado.

4) Fotos o videos: Se midió la presencia de imágenes entendiéndose que su incorporación puede generar una entrada más llamativa.

5) Liderazgo de la organización: Considerando que su presidenta era Camila Vallejo, una figura ampliamente conocida por la opinión pública, se midió si la FECH la mencionaba o no en sus entradas.

Las dos restantes categorías generales buscaron describir las características del contenido en cada una de las entradas analizadas. Estas categorías fueron:

6) Origen del contenido: Se midió si el contenido era generado por la página web de la propia FECH, si era contenido de la Universidad de Chile, de otro organismo relacionado con el movimiento o un contenido del gobierno. También se cuantificó si el contenido postado fue producido por una organización no asociada al movimiento o por un medio de comunicación tradicional.

7) Cita de medios: Para medir la interacción con otras plataformas de comunicación, se cuantificó si el contenido postado hacía referencia a un medio de comunicación nacional, internacional, estudiantil u otro medio social digital (YouTube, por ejemplo).

La categoría final buscó describir el propósito de la entrada, ya que los objetivos de los movimientos sociales están asociados también a diferentes estrategias comunicacionales. Por ejemplo, «los movimientos sociales transforman las percepciones de la sociedad a través de una retórica de polarización que crea una clara distinción entre el dañino oponente y el virtuoso movimiento» (Stewart, Smith & Denton, 1994: 51). Entonces, esta categoría correspondió a:

8) Propósito de la entrada: Se midió si el contenido publicado convocaba a participar en acciones de protestas (marchas, paros, «funas», etc.) o en actividades del movimiento (charlas, conferencias, etc.). También si en la entrada se destacaban los logros o apoyos al movimiento (balance de participación, respaldos emblemáticos, etc.).

Finalmente, otros objetivos podían ser reafirmar la definición del movimiento (razones de la movilización)

o responder a los adversarios (gobierno, policía, etc.).

Este análisis de contenido descriptivo fue complementado con el análisis textual de las entradas realizadas por la FECH, para describir y entender cómo fueron encuadrados los contenidos publicados en la página de Facebook. El análisis textual siguió la propuesta de Norman Fairclough (2003), que entiende a los discursos como una faceta de la vida social en interacción con otras dimensiones sociales. El discurso es, en definitiva, una práctica social (Fairclough, 2003). Se realizó este análisis textual para dar cuenta con una mayor amplitud del uso de Facebook, considerando la importancia de la generación de mensajes y sentidos en el desarrollo de los movimientos sociales (Castells, 2012).

5. Resultados

Considerando las ocho categorías generales mencionadas, se identificaron 552 entradas durante el mes de análisis (un promedio de 16,7 entradas al día), lo que muestra el uso intensivo de esta plataforma digital por parte de la FECH. Se contabilizaron 47.314 aprobaciones (me gusta) a los contenidos publicados y 8.686 comentarios. Es decir, cada entrada generó en promedio 15,7 comentarios por parte de los seguidores de la página.

5.1. Contenidos

Del análisis se desprende que la FECH utilizó su página de Facebook principalmente como una fuente de información sobre el movimiento estudiantil. La gran mayoría de las entradas estaba acompañada por un comentario propio de la federación, que intentaba explicar, detallar o resumir el contenido publicado. En el 85,7% de las 552 entradas contabilizadas, la FECH realizó una introducción propia para encuadrar la discusión. Sin embargo, la presencia de «ganchos» visuales (fotos o videos) no fue masiva, considerando el común uso de Facebook asociado a la publicación de imágenes. Solo en el 58,5% de las entradas se observó este uso.

Más escasas aún fueron las referencias al liderazgo de la organización. Prácticamente, Camila Vallejo no fue mencionada en las entradas. Apenas 43 de las 552 entradas incluyeron alguna mención a la presidenta de la FECH. Este resultado llama la atención, debido a la alta notoriedad pública de la dirigente y podría ser explicado por el carácter mismo de la FECH, cuya dirigencia está constituida por representantes de las listas más votadas en las elecciones de cada año. Así, la organización no está al servicio de un líder particular, sino de todos los grupos de estudiantes que componen su mesa directiva.

Otro resultado destacado fue la utilización de contenidos producidos por algún medio de comunicación tradicional. La mayoría de las entradas incorporó un contenido generado por una organización distinta a la FECH. De hecho, el 40% de las entradas correspondió a contenidos de los medios tradicionales y solo el 22,6% fue un contenido generado por la propia FECH. Esto ilustra que la página de Facebook fue empleada mayormente para responder a los contenidos publicados en otras plataformas mediáticas.

Las referencias a contenidos generados por la Universidad de Chile (4), por otro organismo del movimiento (7), por el gobierno (3) o por una organización no directamente vinculada al movimiento (10) fueron escasas.

En resumen, el gran generador de contenidos para la página de Facebook de la FECH fueron los medios de comunicación tradicionales (radios, diarios impresos y digitales, televisión). Específicamente, los medios de comunicación nacionales fueron la principal fuente de contenidos (37% de las 552 entradas). Los medios internacionales apenas aparecieron citados en 14 oportunidades, pese a la amplia cobertura sobre el movimiento en medios de diversos países. Además, consistente con la poca incorporación de imágenes en las entradas analizadas, solo en 28 ocasiones se contabilizó alguna referencia a YouTube.

En cuanto a los propósitos de cada entrada, el uso de Facebook por parte de la FECH respondió a las características habituales de las estrategias comunicacionales de los movimientos sociales. Sus principales usos fueron: movilizar adherentes a través de la convocatoria a acciones de protestas o actividades del movimiento (29,2%), resaltar los logros, apoyos destacados y las masivas manifestaciones (27,5%) y recordar quiénes eran los adversarios del movimiento (24,3%).

Las restantes 47 entradas tuvieron como objetivo informar de las principales razones del conflicto estudiantil. A través de estos usos comunicacionales, la FECH contribuyó a la construcción de los marcos interpretativos para la acción colectiva, entendidos como «un set de creencias y significados que orientan las acciones y aspiran a legitimar las actividades y campañas de una organización movilizadora» (Benford & Snow, 2000: 614). Las constantes referencias a la masividad de las protestas y al apoyo que sumaban los estudiantes mostraban el «éxito» del movimiento y la necesidad de seguir marchando, sin olvidar quiénes eran los adversarios. Ese era el marco para la acción que se comunicaba a través de la página de Facebook de la FECH.

5.2. Análisis textual

Para el análisis textual, se examinaron las 473 entradas que incluyeron un encabezado generado por la propia FECH. La gran mayoría de estos textos hacía mención directa al contenido posteado, en un intento por introducir la información o contextualizarla. También en estas entradas se agregaban datos adicionales a los mencionados en el contenido publicado o se rechazaban las informaciones difundidas por los medios de comunicación tradicionales. Algunos ejemplos son: «Conozca al nuevo ministro de Educación. Información completa sobre Felipe Bulnes» (19-07-2011); «Estimados, en estos momentos tengan doble ojo [cuidado] al momento de leer algunos medios de comunicación» (19-07-2011); «Se han inventado tantas cosas para desprestigiar-nos, atentos con la info [sic] que circula» (19-08-2011). Este tipo de mensajes iba acompañado de notas explicativas. A través de estos usos, se amplió la información disponible para los participantes del movimiento y se realizó un «contra-framing» de los eventos noticiosos publicados por los medios tradicionales (Squires, 2011).

Los comentarios propios de la FECH eran, en su gran mayoría, textos cortos, precisos e informativos. Esto se puede explicar, porque la página de Facebook fue administrada por los profesionales jóvenes de la organización, quienes tienen conocimiento en comunicación. Por ejemplo, al comentar la modificación ministerial del presidente Piñera, la FECH escribió: «No basta un cambio de Ministro, demandamos un cambio en las políticas del Estado» (19-07-2011); o para convocar a una actividad de protesta durante el invierno chileno: «¡Ni la lluvia nos va a detener!» (28-07-2011). Como era de esperar, todas las referencias a las acciones del movimiento fueron positivas y las menciones a los adversarios negativas, confirmando la estrategia comunicacional de polarización que emplean los movimientos sociales (Stewart, Smith & Denton, 1994).

El enfoque positivo de los textos intentaba mostrar

los apoyos y logros del movimiento, contrarrestando las voces oficiales conservadoras que criticaban a los estudiantes (Cabalin, 2014). También esta estrategia discursiva pretendía motivar y sumar adherentes a las manifestaciones. Así, cuando se produjo una marcha no autorizada, que fue violentamente reprimida por la policía, el 4 de agosto de 2011, la FECH publicó en su Facebook: «¡La marcha va! Ninguna medida represiva que desate el gobierno logrará socavar la fuerza de nuestro movimiento. ¡Respondemos con más unidad y con más lucha!». Durante ese día se produjo

Evidentemente, las nuevas tecnologías de la información son herramientas fundamentales para el desarrollo de los movimientos juveniles actuales, pero no se pueden considerar exclusivamente como los factores que posibilitan el éxito y alcance de estos movimientos. En el caso del movimiento estudiantil chileno, su prolongado desarrollo se explica por razones estructurales asociadas a la reproducción de las desigualdades en el sistema educacional y a las reconfiguraciones políticas y culturales del país. De todos modos, Facebook y otras plataformas digitales fueron clave para el despliegue comunicacional de las movilizaciones, facilitando la transformación de muchos espectadores en adherentes del movimiento.

el mayor grado de violencia contra el movimiento estudiantil y Facebook fue utilizada como una plataforma de denuncia: «En todo Chile se está reprimiendo»; «Lo que hoy ha sucedido en nuestro país: ¡No puede quedar impune!». Los mensajes escritos en mayúsculas por los propios administradores de la página de Facebook muestran los énfasis de la queja estudiantil que fue reafirmada por los líderes del movimiento en sus declaraciones posteriores a los medios de comunicación tradicionales.

Otros usos comunes de los mensajes fueron la solicitud de difusión de las actividades del movimiento, la recopilación de información del desarrollo de las ma-

nifestaciones a lo largo del país o la reafirmación de las acciones de protesta. Por ejemplo: «Que todo el mundo sepa que en Chile hoy no pudimos manifestarnos y congregarnos públicamente» (04-08-2011); «¿Cómo va el cacerolazo [protesta golpeando ollas] en sus casas?» (09-08-2011); «Ayer en Santiago fuimos 100.000 bajo la lluvia, pacíficamente hermoso. Este Domingo todos invitados al Domingo Familiar por la Educación, con todos para todos» (19-08-2011). Este tipo de mensajes llamaban explícitamente a la interacción con los seguidores de la página, pidiendo por una parte «ayuda» en las denuncias y, por otra parte, buscando retroalimentación sobre las acciones de protesta. Fue también una forma de promover la participación y de convertir a los espectadores en activistas de estas acciones.

En definitiva, los mensajes publicados por la propia FECH dan cuenta del uso de Facebook considerando los siguientes objetivos comunicacionales: difundir y encuadrar información, responder a los medios de comunicación tradicionales, contrarrestar información oficial, convocar manifestaciones públicas, resaltar los resultados positivos de las protestas y los apoyos obtenidos, llamar a la adhesión y, finalmente, identificar y acusar a los principales detractores del movimiento.

6. Conclusión

Como hemos observado, una de las organizaciones más importantes del movimiento estudiantil chileno de 2011 utilizó intensivamente Facebook, pero su uso replicó esquemas clásicos de los movimientos sociales. Esto indica que las actuales acciones de protesta sintetizan actos tradicionales con nuevas formas más innovadoras, lo que permite descartar algún atisbo de determinismo tecnológico en el análisis de las acciones de estos movimientos. De acuerdo con la investigación de Valenzuela (2013) sobre el comportamiento de protesta de los jóvenes chilenos, el uso de los medios sociales en Internet –para expresar opiniones y unirse a causas sociales– predice una mayor probabilidad de participar en movilizaciones públicas, pero no se puede considerar como un detonante de estas acciones. Además, es importante considerar que «las consecuencias de los medios on-line en la participación política de los individuos son contingentes a los distintos contextos y usos que las personas hacen de esas tecnologías» (Scherman, Arriagada & Valenzuela, 2013: 181). Los movimientos sociales utilizan las redes digitales como una herramienta más en un amplio conjunto de repertorios, que van desde las manifestaciones públicas hasta las campañas virales por Internet, como lo mostró un estudio de caso sobre el movimiento

15M en España (Hernández-Merayo, Robles-Vílchez & Martínez-Rodríguez, 2013).

En el caso de la FECH, el mayor uso que esta organización le dio a su página de Facebook fue realizado en función de estrategias puntuales de movilización, como la convocatoria a marchas, debates y conferencias, además de destacar permanentemente a sus adversarios como los responsables del conflicto. Conscientes de la importancia de la comunicación para el éxito del movimiento, los estudiantes recurrieron también a los medios tradicionales, cuyas informaciones fueron el principal contenido en la página de Facebook de la FECH. Estos contenidos, muchas veces críticos hacia los estudiantes, eran re-contextualizados en las entradas analizadas a través de comentarios explicativos o que derechamente llamaban a no creer en la información publicada por los medios tradicionales. En esta línea se enmarca el juicio de uno de los líderes estudiantiles: «Estuvimos en las radios, los noticiarios de televisión, los matinales y los periódicos. Esto fue así a pesar de las líneas editoriales e intereses de algunos de los medios, que reaccionaron ante nuestro mensaje rebelde y transgresor volcando sus esfuerzos en tergiversar nuestras opiniones y concentrándose en mostrar al movimiento con un carácter violentista e intransigente, casi delictual» (Jackson, 2013: 21-22).

Las redes sociales en Internet no solo sirvieron para este «contra-framing», sino también para desplegar el mensaje de los estudiantes movilizados. Los movimientos sociales tienen a la comunicación como «su sangre vital» (Stewart, Smith & Denton, 1994: 159) y los estudiantes chilenos así también lo entendieron.

Evidentemente, las nuevas tecnologías de la información son herramientas fundamentales para el desarrollo de los movimientos juveniles actuales, pero no se pueden considerar exclusivamente como los factores que posibilitan el éxito y alcance de estos movimientos. En el caso del movimiento estudiantil chileno, su prolongado desarrollo se explica por razones estructurales asociadas a la reproducción de las desigualdades en el sistema educacional y a las reconfiguraciones políticas y culturales del país. De todos modos, Facebook y otras plataformas digitales fueron clave para el despliegue comunicacional de las movilizaciones, facilitando la transformación de muchos espectadores en adherentes del movimiento.

Considerando lo anterior, resultaría interesante profundizar en otros aspectos de la relación entre los nuevos medios digitales y las acciones de protesta juvenil. Por ejemplo, se podrían examinar los procesos de apropiación de estas nuevas tecnologías por parte de los jóvenes y su impacto en las movilizaciones ciuda-

danas o en la identidad generacional. Este enfoque estuvo fuera del alcance y objetivo de este artículo, pero de igual modo el estudio presentado permite conocer descriptivamente los usos comunicacionales de Facebook desarrollados por una organización influyente en el movimiento estudiantil chileno de 2011.

Referencias

- ARRIAGADA, A., SCHERMAN, A., BARRERA, A. & PARDO, J. (2011). *La generación movilizada. Qué pasa* (<http://goo.gl/ncBaCy>) (13-11-2013).
- BELLEI, C. & CABALIN, C. (2013). Chilean Student Movements: Sustained Struggle to Transform a Market-oriented Educational System. *Current Issues in Comparative Education*, 15 (2), 108-123.
- BENFORD, R.D. & SNOW, D.A. (2000). Framing Processes and Social Movements. An Overview and Assessment. *Annual Review of Sociology*, 26, 611-639. (DOI: 10.1146/annurev.soc.26.1.611).
- BUCKINGHAM, D. & RODRÍGUEZ, C. (2013). Aprendiendo sobre el poder y la ciudadanía en un mundo virtual. *Comunicar*, 40, 49-58. (DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-02-05>).
- CABALIN, C. (2014). The Conservative Response to the 2011 Chilean Student Movement: Neoliberal Education and Media. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*. (DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/01596306.2013.871233>).
- CABALIN, C. (2011). *La democracia de los estudiantes. Perfil*. (<http://goo.gl/twtvxB>) (15-02-2014).
- CASTELLS, M. (2012). *Networks of Outrage and Hope. Social Movements in the Internet Age*. Cambridge, MA: Polity Press.
- COLEMAN, E.G. (2010). Ethnographic Approaches to Digital Media. *Annual Review of Anthropology*, 39, 487-498. (DOI: 10.1146/annurev.anthro.012809.10494).
- COMAROFF, J. & COMAROFF, J. (2005). Children and Youth in a Global Era: Reflections on Youth. From the Past to the Postcolony. In A. Honwana & F. De Boeck (Eds.), *Makers & Breakers: Children and Youth in Postcolonial Africa*. (pp. 19-30). Trenton, NJ & Asmara, Eritrea: Africa World Press.
- CONDEZA, A.R. (2009). Las estrategias de comunicación utilizadas por los adolescentes. *Cuadernos de Información*, 24, 67-78. (DOI: 10.7764/cdi.0.35).
- FAIRCLOUGH, N. (2003). *Analysing Discourse. Textual Analysis for Social Research*. New York: Routledge.
- FARRER, J. (2007). Networked and not Inhibited: Asian Youth Culture in a Globalizing World. *Global Asia*, 2 (1), 102-110.
- FIGUEROA, F. (2013). *Llegamos para quedarnos. Crónicas de la revuelta estudiantil*. Santiago: LOM Ediciones.
- FUCHS, C. (2012). Some Reflections on Manuel Castells' book *Networks of Outrage and Hope*. *Social Movements in the Internet Age. Triple C*, 10 (2), 775-797.
- GERBAUDO, P. (2012). *Tweets and the Streets. Social Media and Contemporary Activism*. London: Pluto Press.
- GLADWELL, M. (2010). Small Change: Why the Revolution will not be Tweeted. *New Yorker*. (<http://goo.gl/ikIFec>) (13-11-2013).
- HERNÁNDEZ-MERAYO, E., ROBLES-VÍLCHEZ, M.C. & MARTÍNEZ-RODRÍGUEZ, J.B. (2013). Jóvenes interactivos y culturas cívicas: Sentido educativo, mediático y político del 15M. *Comunicar*, 40, 59-67. (DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-02-06>).
- HERRERA, L. (2012). Youth and Citizenship in the Digital Age: A View from Egypt. *Harvard Educational Review*, 82 (3), 333-352.
- HOWARD, P.N. & PARKS, M.R. (2012). Social Media and Political Change: Capacity, Constraint, and Consequence. *Journal of Communication*, 62 (2), 359-362. (DOI: 10.1111/j.1460-2466.2012.01626.x).
- JACKSON, G. (2013). *El país que soñamos*. Santiago: Debate.
- JEFFREY, C. (2010). *Timepass: Youth, Class, and the Politics of Waiting in India*. Palo Alto: Stanford University Press.
- KRIPPENDORFF, K.H. (2013). *Content Analysis: An introduction to its Methodology*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- LAFI YOUNANS, W. & YORK, J.C. (2012). Social Media and the Activist Toolkit: User Agreements, Corporate Interests, and the Information Infrastructure of Modern Social Movements. *Journal of Communication*, 62 (2), 315-329. (DOI: 10.1111/j.1460-2466.2012.01636.x).
- MCCARTHY, C. (2011). Afterword. The Unmaking of Education in the Age of Globalization, Neoliberalism, and Information. In M.A. Peters & E. Bulut (Eds.), *Cognitive Capitalism, Education and Digital Labor*. (pp. 301-321). New York: Peter Lang.
- MURTHY, D. (2008). Digital Ethnography: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research. *Sociology*, 42 (5), 837-855. (DOI: 10.1177/0038038508094565).
- SCHERMAN, A., ARRIAGADA, A. & VALENZUELA, S. (2013). La protesta en la era de las redes sociales: El caso chileno. In A. Arriagada & P. Navia (Eds.), *Intermedios. Medios de comunicación y democracia en Chile*. (pp. 179-197). Santiago: Ediciones Universidad Diego Portales.
- SQUIRES, C.R. (2011). Bursting the Bubble: A Case Study of Counterframing in the Editorial Pages. *Critical Studies in Media Communication*, 28 (1), 30-49. (DOI: 10.1080/15295036.2010.544613).
- STEWART, C.J., SMITH, C.A. & DENTON, R.E. (1994). *Persuasion and Social Movements*. Prospect Heights, IL: Waveland Press.
- TAPSCOTT, D. (2009). *Grown Up Digital. How the Net Generation is Changing your World*. New York: McGraw-Hill.
- THOMPSON, K. (1998). *Moral Panics*. New York: Routledge.
- VALDIVIA, A.N. (2010). *Latina/os in the Media*. Malden, MA: Polity Press.
- VALENZUELA, S. (2013). Unpacking the Use of Social Media for Protest Behavior: The Roles of Information, Opinion Expression, and Activism. *American Behavioral Scientist*, 57 (7), 920-942. (DOI: 10.1177/0002764213479375).
- VALENZUELA, S., ARRIAGADA, A. & SCHERMAN, A. (2012). The Social Media Basis of Youth Protest Behavior: The Case of Chile. *Journal of Communication*, 62 (2), 299-314. (DOI: 10.1111/j.1460-2466.2012.01635.x).
- XENOS, M. & MOY, P. (2007). Direct and Differential Effects of the Internet on Political and Civic Engagement. *Journal of Communication*, 57 (4), 704-718. (DOI: 10.1111/j.1460-2466.2007.00364.x).