

# Jóvenes, participación y comunicación. Análisis de las prácticas comunicacionales y políticas actuales de estudiantes universitarios en Chile y Ecuador\*



Marcela Porto Fuentes\*\*  
Natalia Angulo Moncayo\*\*\*  
Carolina Rodríguez Malebrán\*\*\*\*

Recibido: 2017-08-16 • Enviado a pares: 2017-09-06.  
Aprobado por pares: 2017-10-17. Aceptado: 2017-12-11  
DOI: 10.22395/angr.v16n32a3

## Resumen

La universidad es un campo propicio para explorar los cambios por los que han pasado los movimientos estudiantiles y las formas en las que operan comunicacional y políticamente para incidir en los asuntos de orden público y privado. Este estudio problematiza las prácticas de participación política y las estrategias de comunicación que llevan a cabo los estudiantes para visibilizar sus demandas en dos universidades chilenas y en una ecuatoriana. Se busca analizar y comparar los procesos de planeación e implementación de acciones comunicacionales, desde los movimientos estudiantiles más representativos de cada universidad, para entender el momento en el que se encuentran las agrupaciones, en términos de legitimidad, capacidad de movilización e incidencia. La metodología consideró entrevistas semiestructuradas a integrantes de los colectivos y, a través del análisis crítico de discurso, se establecieron los puntos de encuentro y desencuentro sobre las categorías analizadas. Los resultados indican que, aunque persisten ciertas formas de producción comunicacional y organizacional cercanas a los partidos políticos tradicionales, la despolitización casi generalizada de los estudiantes ha conducido a la implementación de tácticas que van desde intereses individuales, más que colectivos, como los clubes y la generación de intereses y afectos a través de redes sociales, entre las cuales Facebook se ubica como medio principal de información e interacción.

*Palabras clave:* comunicación política; estrategias de comunicación; jóvenes; medios de comunicación; movimiento estudiantil; incidencia; participación política; redes sociales; universidad.

\* Este artículo proviene de los trabajos de investigación doctoral de sus autoras en la Universidad Nacional de Cuyo (Argentina), sobre democracia, medios de comunicación, participación política y redes sociales. Adicionalmente los avances del marco teórico y la metodología fueron presentados en la Semana de Sociología, en el marco del Coloquio Internacional e Inter-regional sobre Participación Política en Jóvenes Universitarios de la Universidad Silva Henríquez en Chile (2016) y en el VII Congreso Latinoamericano de Investigación de la World Association for Public Opinion Research en México (2016).

\*\* Doctoranda en Ciencias Sociales con mención en Ciencia Política. Magíster en Comunicación Política. Periodista y licenciada en Comunicación. Docente de la Universidad de Viña del Mar (Chile) y de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (Chile). marcela.porto@uvm.cl. <https://orcid.org/0000-0001-7797-4733>

\*\*\* Doctoranda en Ciencias Sociales con mención en Comunicación. Magíster en Ciencias Sociales con mención en Desarrollo Local y Territorio. Periodista. Profesora universitaria titular de la Universidad Central del Ecuador (Ecuador). naangulo@uce.edu.ec. <http://orcid.org/0000-0002-9293-1448>

\*\*\*\* Doctoranda en Ciencias Sociales con mención en Comunicación. Magíster en Comunicación y Periodismo. Periodista y licenciada en Comunicación Social. Profesora e investigadora de la Universidad de La Serena (Chile) [crodriguez@userena.cl](mailto:crodriguez@userena.cl). <https://orcid.org/0000-0002-7642-7559>

## Young people, Participation, and Communication. Analysis of Current Communication Practices and Policies of Higher Education Students in Chile and Ecuador

### Abstract

The university is an appropriate field to explore the changes that student movements have undergone, and the ways in which they operate communicationally and politically to influence public and private affairs. This study problematizes the practices of political participation and the communication strategies carried out by students to make their demands visible in two Chilean universities and in one Ecuadorian one. It is sought to analyze and compare the processes of planning and implementation of communication actions from the most representative student movements of each university, in order to understand the moment in which the groups are found in terms of legitimacy, mobilization capacity, and incidence. The methodology included semi-structured interviews with members of the groups, and through the critical analysis of discourse, the meeting and disagreement points were established on the categories analyzed. The results indicate that, although certain forms of communication and organizational production that are close to traditional political parties still persist, the almost generalized depoliticization of students has led to the implementation of tactics ranging from individual rather than collective interests, such as clubs and the generation of interests and affects through social networks, among which Facebook is located as the main means of information and interaction.

*Keywords:* Political communication; communication strategies; young people; media; student movement; incidence; political participation; social networks; university.

## Jovens, participação e comunicação. Análise das práticas comunicacionais e políticas atuais de estudantes universitários no Chile e no Equador

### Resumo

A universidade é um campo propício para explorar as mudanças pelas quais os movimentos estudantis passam e as formas nas quais operam comunicacional e politicamente para incidir nos assuntos de ordem pública e privada. Este estudo problematiza as práticas de participação política e as estratégias de comunicação que os estudantes realizam para visibilizar suas demandas em duas universidades chilenas e em uma equatoriana. Pretende-se analisar e comparar os processos de planejamento e implantação de ações comunicacionais a partir dos movimentos estudantis mais representativos de cada universidade para entender o momento em que essas agrupações se encontram em termos de legitimidade, capacidade de mobilização e incidência. Como metodologia, foram utilizadas entrevistas semiestruturadas a integrantes dos coletivos e, por meio da análise crítica do discurso, foram estabelecidos os pontos de encontro e desencontro sobre as categorias analisadas. Os resultados indicam que, embora persistam certas formas de produção comunicacional e organizacional próximas dos partidos políticos tradicionais, a despoliticização quase generalizada dos estudantes tem conduzido à implantação de táticas que consideram interesses individuais mais do que coletivos, como os clubes, e à geração de interesse e afetos por meio das redes sociais, entre as quais o Facebook se posiciona como meio principal de informação e interação.

*Palavras-chave:* comunicação política; estratégias de comunicação; jovens; meios de comunicação; movimento estudantil; incidência; participação política; redes sociais; universidade.

## Introducción

El estudiante universitario en América Latina ha sido, a partir del siglo XX, un actor político relevante. La consigna "por la libertad dentro del aula y la democracia fuera de ella" pronunciada en 1918 en Córdoba, sería prontamente replicada en el continente. Se trataba del primer cuestionamiento serio a la Universidad que, durante la Colonia y los primeros siglos de la República, no hizo más que estar al servicio de las clases dominantes en quienes residía el poder político y económico (Tünnermann, 1998, p. 2).

En Chile del siglo XX, el estudiante universitario tuvo una figuración política significativa al inicio de la década del 30 y a fines de los años 60<sup>1</sup> cuando se inició la reforma universitaria. Dicho proceso se sustentó en el principio de una universidad para todos y en el del cogobierno, que implicaba que la totalidad de los estamentos eligieran a sus autoridades. La reforma fue interrumpida por la dictadura de Pinochet (1973-1989) que intervino los planteles de Educación Superior, donde los estudiantes se transformaron en la base de los partidos políticos (Toro, 2015). La primera acción política significativa de los universitarios en democracia se produjo el 2011 y estuvo orientada a defender la educación como derecho social. De alguna manera se retoman los ideales del 67 y los estudiantes se unen a un movimiento social mayor, que hasta el día de hoy reclama cambios políticos, económicos y sociales.

En Ecuador, los hitos históricos del quehacer político universitario se relacionan con la agenda estudiantil actual y las acciones estratégicas comunicacionales, en pos de la participación y la incidencia política.

La universidad entra en un proceso inicial de democratización. Se forman asociaciones estudiantiles (las primeras). En 1918 acontece la transformación de Córdoba que conmueve a las universidades del continente. En ese año se plantea en Ecuador el cogobierno universitario, que es uno de los puntos programáticos medulares de Córdoba; armónicamente se plantea la democratización de la universidad y la extensión universitaria (Malo y Arellano, 1984, p. 31).

Entre 1930 y 1950 se abre una nueva etapa de pensamiento universitario que, en buena parte, va a definir la lucha de los estudiantes. Un hito en esta etapa fue la Asamblea Constituyente de 1945, que para entonces contó con un movimiento estudiantil de izquierda más fortalecido, tomando en consideración que entre 1941 y 1942, ya se había organizado la Federación Universitaria de Estudiantes de Ecuador (FEUE). Para la década del 60, el carácter y la convicción social de la universidad convierten el movimiento universitario, y en especial a la FEUE, en un actor influyente en la vida política del país, pero en los siguientes veinte años, el modelo económico le va exigiendo a la universidad

---

<sup>1</sup> Durante la segunda mitad de los años sesenta existían en Chile ocho universidades. Entre 1967 y 1968 todas ellas se encontraban en proceso de reforma. Las huelgas comenzaron en la Universidad Católica de Valparaíso y en la Universidad Católica de Santiago. Prosiguieron en la Universidad Federico Santa María, en la Universidad Técnica, en la Universidad de Chile y en la Universidad de Concepción. En todos los planteles se llevaron a cabo acciones para exigir una universidad para todos y la participación de la totalidad de los estamentos en las elecciones de autoridades.

competencias de capacitación técnica, administrativa y gerencial, basadas en la producción para la agro-exportación, y en la Administración Pública y privada. Para los 90 la profesionalización cambia la agenda política de los estudiantes, sumada a la afiliación política partidista de la FEUE. Para el 2018 los temas de discusión incluyen la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES), la acreditación de las carreras y el sistema de ingreso a las universidades públicas.

En el contexto de Chile y Ecuador este trabajo analiza las prácticas de participación política y las estrategias de comunicación que los estudiantes utilizan para visibilizar sus propuestas, en la Universidad Central del Ecuador, y la Universidad de La Serena y la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, en Chile. Se han elegido estos países y estas universidades, por la relevancia y repercusión que tuvo en América Latina el movimiento estudiantil chileno del año 2011, en el que los colectivos universitarios de Valparaíso y La Serena participaron activamente. Asimismo, Ecuador y Chile comparten una historia de movilización política estudiantil, que refleja la trayectoria de las demandas sociales en ambos países, aun cuando en la actualidad pueden observarse ciertos signos de desmovilización entre los estudiantes.

## Aproximaciones sobre los estudios de comunicación política

Como se ha señalado en varios artículos, la comunicación política, como campo de estudio es relativamente nueva, no así su práctica que es tan antigua como la política misma. La importancia de abordarla en el marco de este estudio proviene del interés por conocer cómo los movimientos estudiantiles planifican e implementan sus estrategias de comunicación dentro y fuera de la Universidad, en contextos como los actuales, en Chile y Ecuador.

Con frecuencia se la trata de manera bastante generalizada o anclada a disciplinas y modelos provenientes del mundo de la consultoría en comunicación política y gubernamental; de hecho los estudios tradicionales, en los años setenta y ochenta, se centraron mucho más en el análisis de la comunicación política a través de los medios de comunicación, específicamente en época de campañas electorales, el discurso político, la opinión pública y las instituciones gubernamentales. En la actualidad la comunicación política es abordada desde un espectro más amplio que permite leer los fenómenos en clave interdisciplinaria y multidisciplinaria, y existe consenso en que estamos frente a un campo de estudio agitado y dinámico, en especial desde los últimos diez años (Rodríguez-Estrada, Meyer y Echeverría, 2017).

Para Achache (2012) la comunicación política establece un circuito entre transmisor, receptor, espacio público y medios de comunicación, como cuatro "requisitos" que, a su vez, dan lugar a tres modelos básicos de acción: el dialógico, el propagandístico y el del *marketing*. El primero, según el autor, podría ser el de mayor reconocimiento, porque utiliza el diálogo como la forma idónea de comunicación política, y en donde las competencias de los actores tienen que ver con la racionalidad, la libertad y la igualdad. El

modelo propagandístico vendría a ser la "forma teológica de la política" (Achace, 2012, p. 54) y se refiere más a un ejercicio donde prima la ideologización a través de la transmisión de discursos casi incuestionables, que abarcan toda la narrativa política dirigida a las masas vistas como un grupo de creyentes. Finalmente, el modelo del *marketing*, que, si bien es el que predomina en la comunicación política en la actualidad, es el que tiene menos legitimidad porque alude a la *venta* de la imagen del candidato, del político o de la organización, para lo cual este modelo busca, casi siempre, entender el comportamiento del mercado, a través de distintas técnicas de investigación que permitan comprender las necesidades, gustos y afectos de los segmentos, y frente a ellas plantear una imagen cercana y empática con la gente.

La comunicación política nos parece lo contrario a una degradación de la política; más bien, la observamos como la condición para el funcionamiento de nuestro espacio público expandido (Cayrol, 1986; Ferry, 1987; Habermas, 1987; Misika y Wolton, 1983). Permitiendo la interacción entre la política, la información y la comunicación, aparece como un concepto fundamental para el análisis del funcionamiento de la democracia de masas (Wolton, 2012, p. 29).

Según el mismo autor, todavía no existe una representación adecuada de la comunicación política por el imaginario negativo heredado, justamente desde la comunicación organizacional, corporativa o de las relaciones públicas, que generaron la suficiente animadversión, al reflejar la faz más cuestionable de la política y de las organizaciones hegemónicas en el afán, casi siempre, de "convencer e influir en los ciudadanos para la aceptación de un modelo económico, político y social, en el cual se sigan ciertas normas, valores y principios del sistema político imperante" (Reyes *et al.*, 2011, p. 86).

Este fue un punto importante al evaluar las estrategias de comunicación de los movimientos universitarios, pues la mayoría de estos se suscribían a una corriente de pensamiento de izquierda, con lo cual quedó clara la apuesta por una comunicación alternativa y horizontal en lugar del modelo de comunicación dominante, proveniente del Estado y de las empresas lo que, en muchos casos, constituyó el principal argumento para que los colectivos políticos estudiantiles no ingresaran en un ejercicio más formal y sostenido de planificación y comunicación.

## Participación política juvenil: viejos y nuevos escenarios

Tal como lo ha mencionado Arias-Cardona y Alvarado (2015), existe una serie de autores que coinciden en que entre los jóvenes se reconocen nuevas formas de participación desarrolladas fuera de los cauces institucionales y muy críticas del actual escenario político y gubernamental.

Garcés (2010) plantea que la participación política se podría entender "como la intervención de los ciudadanos a través de los partidos políticos donde contienden por puestos de representación" (2010, p. 65); sin embargo, en los actuales escenarios, la participación juvenil y ciudadana se ha diversificado hacia otros grupos o asociaciones que

no necesariamente están adscritas a un partido político. En palabras de Rodríguez (2005, citado por Garcés, 2010), podemos encontrar movimientos politizados, organizaciones que operan con lógicas adultas, organizaciones locales y grupos más informales que, dada su diversidad, es complejo encuadrarlos o clasificarlos.

Existen otras categorizaciones propuestas por las autoras Delfino, Zubieta y Muratori (2013) quienes dicotómicamente se refieren a la "participación proselitista o institucional y participación de movilización o directa" (2013, p. 314); sin embargo, en las conclusiones de un trabajo realizado con estudiantes universitarios de Argentina, las autoras hacen la salvedad de la importancia de poder distinguir la participación proselitista (participación clásica o convencional), de un lado, y la "participación de movilización o directa, tanto pacífica como agresiva", de otro, pues ambas contemplan dos formas de participación no convencional (Delfino *et al.*, 2013, p. 314).

Estas acepciones están en sintonía con lo abordado por otros autores latinoamericanos que señalan la diversidad y multiplicidad de factores que están en juego a la hora de definir el tipo de participación política de los jóvenes. En palabras de Reguillo (2003), "ni organización tradicional, ni participación electoral o formal, son hoy categorías útiles para pensar la ciudadanía juvenil" (p. 29). Tal como lo mencionan Mendes y Di Marco (2015), para lograr una conexión con las actuales culturales juveniles y políticas, no debemos poner el foco en las formas tradicionales de participación política, porque esa postura es precisamente la que nos aleja de la visión de los jóvenes especialmente en gobiernos democráticos.

En este mismo sentido, al momento de situar la noción de participación política entre los jóvenes, nos parece más adecuado abordar el concepto desde una perspectiva sociocéntrica, según lo planteado por Arias-Cardona y Alvarado (2015), quienes son coincidentes con una serie de estudios en la misma línea. En un contexto de política informal, los procesos de participación forman parte de una acción colectiva con identidad y sentido propio, que pretende, según las mismas autoras, "la revalorización de la cultura y la afirmación de la identidad de los pueblos y sectores sociales; acción que es pública, pues está sometida a la exterioridad, donde cada persona no habla por sí misma, sino por una entidad colectiva" (p. 587).

Reguillo (2003) indica que los jóvenes "ni son homogéneos, ni representan una categoría cerrada y definible a partir de unos cuantos rasgos. Son heterogéneos, complejos y portadores de proyectos diferenciales" (p. 12); por lo tanto, su participación o apatía no pueden quedar suscritas solo a estadísticas de participación electoral en una determinada elección, o a lo que se informe en los medios de comunicación.

Estamos presenciando en la última década una transformación hacia una práctica política diferente entre los jóvenes, caracterizada por su flexibilidad y diversidad; en palabras de Parés (2016), "participación con lógica puntual y selectiva, y vehiculada a través de organizaciones o movimientos flexibles y horizontales" (p. 78).

En este escenario cobra relevancia el uso de las nuevas tecnologías y en especial de Internet, como un factor interesante de abordar en la participación política de la nueva era, lectura que es reafirmada por Parés (2016):

[...] la realidad actual requiere que vayamos más allá del uso de Internet como una mera herramienta para implicar políticamente a los jóvenes y entendamos que Internet es el nuevo espacio donde las personas y los actores sociales y políticos se relacionan y entran en interconexión (p. 80).

Si el uso y penetración de Internet y de las redes sociales ha sido vertiginoso en las actuales culturas juveniles, el ámbito de la participación política no es ajeno a este fenómeno, ya sea como un medio de organización, debate, interacción o foro virtual, reemplazando a la tradicional asamblea. En la visión de Buckingham (2005, citado por Parés, 2014):

Internet ofrece nuevas posibilidades de participación política pues, a diferencia de las viejas formas de comunicación y de participación, permite el anonimato, la instantaneidad, amplía la accesibilidad, posibilita la participación continuada, no requiere de intermediarios, puede ser más igualitario, multiplica las posibilidades de información, es de carácter internacional y permite un uso personalizado (p. 80).

Si bien, las investigaciones en el área de la participación política y su relación con Internet aún son incipientes, es necesario poner atención en ese punto, ya que los distintos movimientos sociales surgidos en todo el mundo durante los últimos años han considerado a las redes sociales y a Internet en sus prácticas habituales.

## **Movimientos sociales, una forma de participación**

Los movimientos sociales son una de las formas como los ciudadanos participan en política. Se trata de un fenómeno viejo que se mueve en una sociedad nueva (De la Garza, 2011, p. 115), y en este sentido, la idea de reivindicación y de acción fuera de los cauces establecidos es una constante de los movimientos sociales y, sobre todo, de los llamados nuevos movimientos sociales que no responden a los componentes de clase, típicos de la era industrial, sino que nacen del impacto de la imposición del sistema neoliberal en las sociedades posindustriales (Salazar, 2012, p. 403).

Este paradigma concibe el movimiento social como un conjunto de opiniones y creencias en una población que representa preferencias para cambiar algunos elementos de la estructura social y / o de la distribución de las recompensas en una sociedad (Puricelli, 2005).

Por su parte, el paradigma anclado en las identidades colectivas concibe los movimientos como grupos articuladores de identidad. En palabras de Melucci (2002, citado por De la Garza, 2011) los movimientos sociales son sistemas de acción que operan en un campo sistémico de posibilidades y límites...; la acción social es construida gracias a una inversión organizativa, pero también por la creación de una identidad colectiva generada

a partir de la diversidad, que hace que los miembros del movimiento social compartan fines, medios y relaciones con su entorno.

La importancia que han tomado en la escena política actual es tal que Tilly y Wood (2010) se atreven a afirmar:

Si los movimientos sociales comienzan a desaparecer, su desaparición será la prueba de la debacle de uno de los principales vehículos de participación del ciudadano de a pie en la política pública. El auge y caída de los movimientos sociales marca la expansión y la contracción de las oportunidades democráticas (p. 22).

Asimismo, la teoría contemporánea sobre los movimientos sociales se funda, más que en las estructuras del sistema, en la capacidad de acción de los sujetos sociales y en la capacidad de crear capital social. Gabriel Salazar (2012) afirma que esa acción de los sujetos sociales está orientada a corregir con diseños y herramientas propias los "desperfectos sectoriales" del sistema, en una existencia histórica.

El movimiento se inicia cuando los sujetos sociales perciben o sufren los dichos 'desperfectos', sigue cuando ellos van desarrollando sus recursos culturales estratégicos, y madura cuando, en un momento dado («oportunidad política») el movimiento emerge en el espacio público para realizar los cambios (parciales o totales) que señalan sus objetivos. Todo movimiento social implica, pues, una vida histórica temporalmente acotada (pasajera), y en él, como quiera que sea el resultado final de su intervención en el ámbito político, la sustancia real de su poder socio-político radica en la calidad y potencialidad histórica de la cultura propia que ha logrado consolidar (p. 414).

No podemos pensar en una teoría de los movimientos sociales sin situarnos en el contexto específico en donde nacen y desarrollan su acción. Por eso algunos autores han defendido la idea de una teoría de los movimientos sociales en Latinoamérica que sintetice los instrumentos ya existentes e incorpore categorías de análisis propias de sus condiciones de existencia.

Desde esta perspectiva De la Garza (2011, p. 137) propone cinco dimensiones para estudiar a los movimientos sociales latinoamericanos.

1. El contexto estructural y coyuntural, que incluya los ciclos de protesta y los cambios económicos y políticos.
2. La composición interna, que describa las relaciones entre los grupos y la competencia por imponer un marco interpretativo hegemónico.
3. La estructura organizativa y las formas de acción, que muestre las relaciones entre grupos, partidos y movimientos, y los repertorios de acción disponibles.
4. La creación y transformación de la identidad, la ideología y la simbología, o sea, la creación de una interpretación compartida que esté sujeta a la influencia interna y externa.



5. La estrategia comunicativa, que analice las formas y los propósitos de comunicar hacia adentro y hacia afuera del movimiento.

Según lo anterior, creemos que la comunicación, en el interior del movimiento estudiantil, podría cumplir un rol no solo instrumental estratégico, sino que podría constituirse en la base del proceso de configuración de su identidad y de difusión de su ideología.

## Metodología

La metodología de este trabajo es cualitativa, y los sujetos investigados son los estudiantes universitarios pertenecientes a los colectivos políticos de las tres universidades que participan de este estudio quienes, a través de entrevistas semiestructuradas, entregaron datos acerca de las prácticas de participación política estudiantil y de las estrategias de comunicación utilizadas para visibilizar sus propuestas.

La investigación consideró un total de 17 colectivos que corresponden a la totalidad de las organizaciones políticas estudiantiles que a la fecha operaban en las universidades en estudio. En cada colectivo se entrevistó a un dirigente de la agrupación política, a un militante de cada agrupación y al encargado de comunicaciones<sup>2</sup>, salvo en Ecuador donde dos colectivos no cuentan con encargadas de comunicación, y en La Serena, donde uno está en esta misma situación y solo concedió entrevista con un dirigente. Por lo tanto, el total de estudiantes consultados de manera presencial para este trabajo fue de 47.

A cada entrevistado se le aplicó un cuestionario base construido en torno a las siguientes categorías:

**Participación política.** Comprende las dinámicas de participación, formación y organización, y los modos en que los colectivos se articulan y materializan su proyecto político en la universidad.

**Estrategia de comunicación.** Comprende el planteamiento de objetivos comunicacionales, uso de medios, producción de mensajes, identificación de públicos, relación con la comunidad universitaria, metodologías de evaluación, niveles de especialización e importancia del factor comunicacional dentro del colectivo.

El corpus quedó conformado por las respuestas de los 47 estudiantes consultados, las cuales se ordenaron por categoría en una matriz de sistematización de datos. Las respuestas de los participantes de las tres universidades fueron analizadas desde la perspectiva

---

<sup>2</sup> Al momento de realizar esta investigación los colectivos políticos activos en las tres universidades eran los siguientes: En la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso: Movimiento Gremial, Movimiento Progresista (PRO), Unión Nacional Estudiantil (UNE), Frente de Estudiantes Libertarios (FEL), Movimiento Autónomo, Opción Independiente Estudiantil (OIE, Ex Democracia Cristiana Universitaria) y Juventudes Comunistas.

Colectivos Políticos activos en la Universidad de La Serena al 2016: Juventud Rebelde, Unión Nacional Estudiantil (UNE), Juventudes Comunistas, Colectivo de Izquierda Newen y Juventud Renovación Nacional.

Colectivos Políticos activos en la Universidad Central del Ecuador al 2016: Actitud Central (AC), que preside la Federación de Estudiantes Universitarios del Ecuador (FEUE), Transformación Universitaria (TU), que preside la FEUE Nacional, Movimiento José Carlos Mariátegui, Unión de la Juventud de Izquierda Revolucionaria (UJIR) y La Revuelta.

del análisis crítico del discurso estableciendo tópicos y definiendo los grados de consenso, contradicción o surgimiento de nuevos sentidos en el discurso de los estudiantes.

El análisis crítico del discurso permitió también identificar actores y acciones del discurso, elementos que fueron puestos en diálogo con contexto de cada país, y en la corriente en la cual se insertan los discursos de los estudiantes.

## Resultados

### **Universidad Central del Ecuador (UCE): nuevas ágoras para la adhesión de nuevos miembros y la formación política**

Para todos los colectivos consultados la formación política es fundamental. Se puede decir que esta ha migrado hacia iniciativas de capacitación, práctica profesional, vinculación a la comunidad o prácticas de arte y cultura. Lo anterior podría suplir, por un lado, la falta de adhesión al discurso político y la desmovilización de los estudiantes y, por otro, el desinterés en espacios académicos tradicionales como los grupos de estudio que en la mayoría de los colectivos se mantienen, pero que, efectivamente, han dejado de ser las prácticas predominantes de formación política. En cambio, la creación de clubes, como espacios que favorecen los intereses individuales de agrupaciones pequeñas, que incorporan temas técnicos, tecnológicos, deportivos, de causa social, ecologistas, es una estrategia que de a poco se inserta en la universidad.

**EI:** Invitar a la gente a participar en cuestiones políticas es complicado, la gente se asusta o tiene recelo, a la gente no le interesa. Una cosa es abogar por la conciencia, pero, creo que una falla nuestra es el discurso unilateral, como mantener discursos que a la gente no le llegan, por ejemplo, la lucha del proletariado, etc. No es por quitar la verdad a esos asuntos; de hecho, el sistema capitalista es una verdad, pero en el tema de comunicación, es todo un reto, la gente ha sido expuesta a tantos discursos, por los medios, por la política más conservadora y reaccionaria, que afirma que toda esa política es un fracaso, y que no hay nada que hacer. Decirle al estudiante que participe es complicado por esa razón...

Estas instancias focalizadas podrían generar adhesiones emergentes satisfaciendo intereses particulares o de pequeños grupos que no ven en la política una opción de militancia y lucha social, lo que trae a colación lo dicho por Mouffe (2013) quien señala "... que el ideal democrático puede inscribirse de manera diferente en una variedad de contextos" (p. 18); pero también daría paso a pensar en la conformación de grupos desde donde se intenta llevar la política a otros campos de interés y desde allí generar cierta conciencia frente a los temas que en general suscitan la atención de los movimientos universitarios como el libre ingreso, la autonomía universitaria y la crítica a la Ley Orgánica de Educación Superior vigente<sup>3</sup>, la despolitización del estudiantado y la defensa

---

<sup>3</sup> Aunque no todos con una posición crítica radical, a Actitud Central se lo asocia con el gobierno actual.

del presupuesto universitario; sin embargo, la lógica en las aulas es compleja, y cada vez menos los estudiantes se suman a acciones políticas y una de las razones podrían ser la falta de confianza en la misma institución. Los entrevistados afirmaron que la persecución y la sanción ante cualquier tipo de demanda estudiantil generan temor en el estudiantado.

### Formas de organización: horizontalidad versus el modelo "managerial" empresarial

En relación con la participación, los entrevistados afirman, de acuerdo con el estudio, que, regularmente, cuentan con un promedio de 15 a 30 personas que participan activamente, número que se incrementa según el tipo de actividad. Los colectivos evidencian un trabajo político no solo en la universidad. La FEUE Nacional y la Central se vinculan con instituciones públicas y privadas. Uno de los movimientos está presente en otras ciudades y un movimiento en particular tiene alcance en otras universidades privadas de la capital. La organización interna para llevar a cabo actividades difiere según el tipo de colectivo; por ejemplo, tanto la FEUE Nacional como la Central promueven un modelo que denominan "managerial", espacios que funcionan de manera jerárquica, vertical, a manera de burós, comités, comisiones y equipos de trabajo interno y externo.

**E2:** Primero el tema de vinculación, que vea la gente que la universidad existe, [...] Queremos instalar el modelo 'Managerial' en la Universidad Central, que existan procesos y principios de la empresa privada en la universidad pública, eficiencia, eficacia, calidad, efectividad, procesos, recursos humanos, infraestructura, que siga siendo gratuita, pero que con los recursos que nos provee el Estado reinvertir en una universidad súper chévere, súper investigativa, internacionalizada. Otro eje es enseñar un nuevo tipo de política, que es la política práctica, que la gente me vea haciendo algo para que alguien más me siga y no solo me vea por hablar.

En tanto, los colectivos más de izquierda evidencian una lógica horizontal, sin jerarquías ni representaciones; funcionan más bien a través de asignación de responsabilidades en función de las acciones planificadas. El movimiento que tiene presencia en otras provincias afirmó que cuenta con instancias de coordinación y planificación, pero no aclaró cuáles eran específicamente. En este sentido se cumple lo dicho por Pffefer (1992) quien señala que, a mayor edad organizacional y alcance, mayores niveles de organización interna; esto se refleja en los grupos que tienen mayor tiempo de creación quienes, pese a su reestructuración y cambio de nombre, pertenecieron a otras bancadas políticas dentro y fuera de la Universidad Central. Así, la naturaleza organizacional se vuelve un determinante, sobre todo si se analiza con detenimiento a las dos primeras que, según los entrevistados, funcionan como coordinadores, redes, espacios más amplios de colectivos más pequeños. La estrategia hace referencia a lo que indica la teoría ecológica de las organizaciones. Según Campos *et al.*, (2000), los grupos más jóvenes, más pequeños y de menor alcance son seducidos por espacios más aglutinadores y en esa lógica cabría preguntarse cómo se construye la identidad de la agrupación, sobre qué acuerdos se establecen las alianzas y cómo se unifican las agendas.

## Se hace comunicación, pero no se mide el impacto

La comunicación no llega a constituirse como un eje transversal del trabajo político; los dirigentes mencionan activaciones, productos y canales, pero de manera superficial. Las formas de auto representación y liderazgo son distintas. Los líderes de los espacios formales como FEUE Nacional (que de hecho se autodenominan "voz orientadora") y FEUE Central tienden a auto referenciarse y posicionarse como representantes estudiantiles, a diferencia de los otros colectivos que prefieren no establecer ningún cargo individual en sus miembros. Salta a la vista, sobre todo en ciertos colectivos de izquierda, el distanciamiento político-ideológico respecto de la comunicación estratégica, que trabaja con instrumentos, con indicadores y de acuerdo con objetivos. Tres de las cinco agrupaciones afirman que cuentan con encargados de comunicación y los dos restantes (cercanos al pensamiento de izquierda), por su propia naturaleza organizacional, señalan que la comunicación es más bien un espacio donde "todos hacen todo" y se manejan las acciones de acuerdo con actividades y con responsables. Esto, sin duda, genera ventajas y desventajas; respecto a lo último, y tomando en cuenta que los procesos de incidencia están directamente relacionados con la visibilidad de la problemática, la activación del tejido social y la generación de opinión pública, se requiere de planificación constante, ejecución, seguimiento y medición de la comunicación sobre todo porque "más allá de las funciones informativas que la comunicación cumple, su función más destacable, pero no siempre la más destacada, es el poder que aporta a quien sabe hacer uso inteligente de ella" (Pérez, 2001, p. 451); por tanto, de no existir responsables permanentes lo más probable es que las agendas, las acciones y la difusión se tornen problemáticas, confusas y poco convincentes.

E3: El dinero siempre será una barrera dentro de la universidad. La información, al ser más rápida y espontánea, se la expone en las redes sociales, ya que el 70 % de estudiantes acceden para interactuar... no se está realizando un análisis para medir estos indicadores... planteamos medir el impacto a través de un análisis boca a boca.

En los encargados de comunicación de las tres agrupaciones restantes se evidencia que en la FEUE Central, aunque no se detallan acciones de comunicación estratégica, hay ciertos conocimientos de comunicación política al nivel de discurso y análisis de escenarios, así como de hábitos, gustos y necesidades de los estudiantes quienes se ubican entre los 18 y 25 años. En ninguna de las agrupaciones se realiza medición de impacto cuantitativa o cualitativa respecto de las acciones realizadas. Trabajan con un sistema más bien oral sobre los resultados de sus actividades, activaciones o productos comunicacionales. Se refleja la falta de dinero como un factor que determina, en buena parte, las acciones de comunicación, lo que, en términos reales y a través de una adecuada movilización de recursos y autogestión, no debería representar un problema grave en términos de comunicación. Hay claridad sobre la necesidad de segmentar las audiencias, pero no sobre la forma para hacerlo.

Aun se manejan formas tradicionales de comunicación como afiches, hojas volantes, visitas personales a las facultades, foros y conversatorios; sin embargo, se destaca el

trabajo en redes sociales, que es el espacio en donde los estudiantes de la universidad se informan de manera frecuente.

### **Universidad de la Serena (ULS): Formación política y participación**

Dos de los colectivos políticos de la Universidad de La Serena tienen sus cimientos en partidos políticos constituidos formalmente, según la Ley Orgánica Constitucional de los Partidos Políticos en Chile (Ley 18.603, 1987). Se trata de las Juventudes Comunistas y Juventud Renovación Nacional, pertenecientes a los partidos del mismo nombre. Juventud Rebelde, Unión Nacional Estudiantil (UNE) y Newen, tienen su origen en el movimiento estudiantil chileno del 2011. Salvo Juventud Renovación Nacional, todos los colectivos son de tendencia política de izquierda.

La cantidad de participantes en los colectivos fluctúa entre 5 y 15, aunque todos declaran tener militantes y simpatizantes en otras universidades de la zona y estudiantes secundarios con quienes se reúnen periódicamente al nivel local y de manera más esporádica al nivel nacional, ya sea en reuniones, congresos o seminarios. Cabe señalar que todos los colectivos les otorgan un especial significado a la formación y a la capacitación política, pero hay cierta confusión entre la formación política ideológica y las reuniones o congresos políticos destinados a delinear directrices de orden nacional y local.

Las Juventudes Comunistas señalan contar con instancias formales y periódicas de formación política. Por su parte, el resto de los colectivos reconocen tener instancias de formación política, pero estas tienen una menor frecuencia y formalidad. Además, se dan en Santiago, lo que deja en evidencia el centralismo político y la carencia de este tipo de formación en regiones y, en especial, dentro de la universidad.

### **Organización interna**

Los colectivos afirman contar con una estructura clara de funcionamiento y tener a personas encargadas de áreas como propaganda, finanzas, educación o secretaría; sin embargo, a la hora de identificar los cargos los nombres se repiten debido a que el número de militantes es muy reducido, lo que puede explicarse por un proceso de despolitización vivida por los estudiantes, situación que coincide con lo estipulado por Cano, Quiroz y Nájjar (2017) respecto al reducido número de estudiantes en Perú que deciden organizarse y participar políticamente en colectivos o partidos. En esta misma línea se puede señalar que el número de votantes en los procesos electorarios de los últimos años, tanto al nivel de universidad, como al nivel de CEC (Centro de Estudiantes de Carrera) es cada vez menor; sin embargo, los estudiantes que participan efectivamente en instancias formales como el Consejo Académico o Consejos de Carrera en el interior de la universidad también son quienes promueven activamente un cambio en los estatutos administrativos en la Universidad de La Serena, que datan de los años 80. Dichos estatutos no permiten, a la fecha, que los estudiantes sufraguen en la elección de las autoridades universitarias, situación que en la actualidad se encuentra en proceso de reflexión y consulta en la denominada "Mesa Triestamental de la Universidad de La Serena".

## Marcada tendencia de izquierda

Respecto a las dinámicas de participación política dentro de la universidad, los colectivos de izquierda declaran participar en asambleas y plenos de estudiantes; incluso, el colectivo Newen señala como meta llegar a ser parte de la Federación de Estudiantes de La Universidad de La Serena (FEULS). En general, ningún colectivo quiere restarse de la participación política en el interior de la ULS; sin embargo, para colectivos de derecha se torna complicada la participación debido a la tendencia política histórica que ha tenido la universidad (centro izquierda y de izquierda). Si bien ninguno de los entrevistados lo dijo directamente, no es inusual escuchar calificativos entre los universitarios para referirse a los integrantes de colectivos de centro derecha, como “*fachos*”, y como “*zurdos*”, para los de izquierda. Cabe señalar que durante las movilizaciones estudiantiles del 2011, la Universidad de La Serena estuvo seis meses en toma<sup>4</sup>, situación que generó desavenencias entre los estudiantes.

El colectivo UNE declara que la participación política en la universidad es muy compleja debido al desinterés de los propios jóvenes por la política, y en este sentido el principal anhelo de los dirigentes consultados es aumentar en militantes y simpatizantes. El colectivo Newen señala que hay organizaciones estudiantiles que se hacen llamar apolíticas, para evitar críticas, debido a una imagen desgastada luego de movimientos estudiantiles de los últimos años:

**E 4:** desde el 2014 empezó todo esto de que había que ser apolítico... de que pertenecer a una organización política ya no es algo bueno, sino que es algo malo, injustificadamente según nosotros. Nosotros estamos en contra de ese apoliticismo que entendemos que es fascismo; al fin y al cabo, la federación no puede dejar de ser un ente político.

Esto explicaría, en cierto modo, que cada vez sean menos los estudiantes que militan políticamente en colectivos, debido a que las tomas y los paros generan pérdidas de clases y detrimento económico para las familias que continúan pagando aranceles y residencias por más tiempo en una ciudad turística como La Serena.

## Agenda y objetivos políticos

La educación gratuita y de calidad en Chile es el tema que convoca a todos los colectivos, aunque Juventud de Renovación Nacional, de centro derecha, indica que este proceso debe ser paulatino y necesita de discusión. Los integrantes de los colectivos de izquierda convergen en que la desigualdad y la injusticia social los llevaron a militar. Se evidencia en sus discursos una fuerte crítica al actual sistema político, económico y social, y por lo mismo los dirigentes consultados declaran querer cambios estructurales para el país. En

---

<sup>4</sup> La toma estudiantil implica, en esta universidad, que los estudiantes toman el control total de las dependencias universitarias. Se impide mediante la fuerza (incluso barricadas) el ingreso de autoridades, académicos y funcionarios. Desde el retorno a la democracia, todos los rectores han promovido el diálogo y la negociación con los estudiantes, para poner término a “las tomas” y así evitar el desalojo policial, práctica usada reiteradamente en la Dictadura militar.

tanto Juventud de Renovación Nacional, si bien, busca el bienestar social, deja entrever una mirada distinta y menos radical para concretar los objetivos planteados.

## La comunicación: el afiche sigue vigente

Se evidencia que en la mayoría de las agrupaciones no existe un encargado de comunicaciones como tal, sino estudiantes que desempeñan dos o más roles dentro del colectivo. Esto se explicaría por el bajo número de dirigentes en cada una de las agrupaciones. Ninguno de los entrevistados que señalaron ser encargados de comunicaciones pertenece a la carrera de Periodismo de la Universidad de La Serena, y se infiere, por sus respuestas, que tampoco se han capacitado en esta área.

Si bien todos declaran que es relevante la comunicación dentro de su colectivo y manifiestan una actitud positiva hacia el rol que cumple la comunicación estratégica en la universidad y en la difusión de sus ideas políticas, esto no se ve lo suficientemente reflejado en acciones, planificaciones o estrategias comunicacionales, lo que no quiere decir que no hay interés, sino más bien falta capacitación y conocimientos en el tema.

En relación con las estrategias de comunicación, tienden a confundirse con los soportes comunicacionales utilizados para difundir sus mensajes. Al ser consultados sobre sus objetivos comunicacionales, se desprende de los discursos de los colectivos Juventud Rebelde y Juventudes Comunistas una crítica hacia los medios de comunicación tradicionales, por la forma en que han informado sobre el movimiento estudiantil chileno. En este sentido autores como Rojas (2006) hablan del "*media-malaise*", es decir, malestar mediático, que responsabiliza a los medios de ciertos problemas sociales y de desconfianzas (Rojas, 2006, en Rodríguez, Leyva y Muñiz, 2014, p. 106); así lo manifiesta un dirigente estudiantil que formó parte de la investigación:

**E5:** Vemos que muestran un minuto de una marcha pacífica y tres horas y diez minutos de disturbios, entonces qué queda para la ciudadanía [...] entonces quedamos como delincuentes.

El único colectivo que reconoce una capacitación formal en comunicación es Juventudes Comunistas, que participa de la Escuela de Propaganda, centrada en el discurso verbal y no verbal de los dirigentes.

Las redes sociales *Facebook*, *Twitter* y *WhatsApp* son las más utilizadas, tanto para difundir sus mensajes, como para organizarse internamente. Esto coincide con lo señalado por García y Del Hoyo (2013): "es indudable la potencialidad de las redes sociales para desarrollarse como una herramienta de implicación de la juventud en cuestiones de ámbito cívico, social y/o político" (2013, p. 123). A esto se suman formas tradicionales de comunicación como los afiches, lienzos y panfletos. Al respecto indican que en algunos campus está prohibido pegar afiches o papelógrafos, por lo que deben "escabullirse" de noche y pegarlos en el anonimato; esta falta de espacios para difundir sus ideas y acciones dentro de la universidad es vista por ellos como un obstáculo. Otra de las barreras descritas

para lograr posicionarse comunicacionalmente, en el caso de Juventudes Comunistas, es el hecho de pertenecer a este partido político; es por ello que han optado por proponer ideas y acciones concretas, sin identificarse enseguida como del Partido Comunista:

**E6:** hemos optado por llegar primero con trabajo [...] para que se den cuenta y escuchen la idea que tienes, que a lo mejor es la misma de ellos y que se quiten un poco la barrera del pero eres comunista.

Asimismo, todos los colectivos reconocen como barrera la escasa participación política de los estudiantes, la deserción de la militancia y, por último, la desafectación política, tal como lo señalan López-Hermida y Fierro-Zamora (2016).

El uso de las redes sociales, sin duda, ha sido un importante medio para organizarse y comunicarse, tal como lo han concluido estudios similares como el de Bacallao-Pino (2016). Se infiere que el hecho de contar con estos soportes digitales gratuitos de fácil consumo y acceso por sus públicos objetivo les ha permitido sortear la falta de recursos económicos para desarrollar esta área. Solo Juventud Rebelde indica participar de un medio de comunicación alternativo, no tradicional, denominado "El Irreverente", difundiendo, en este medio, columnas y noticias sobre los movimientos sociales.

### **Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV): participación cruzada por la organización nacional**

Los colectivos de la PUCV son en su mayoría facciones de colectivos organizados al nivel nacional. Seis de las siete agrupaciones consultadas<sup>5</sup> declara tener instancias de coordinación regional y nacional. Solo Opción Independiente Estudiantil (OIE) funciona únicamente en la PUCV para construir una universidad tolerante y sobre todo para hacer contrapeso a las agrupaciones de izquierda que en la actualidad tienen una voz dominante en el discurso universitario. Dicha característica es compartida con otras casas de estudio como la Universidad de Chile, cuyo espacio político ha sido históricamente dominado por organizaciones de izquierda (Carrasco, 2010).

La articulación desde lo nacional incide en la forma como los colectivos diseñan sus propuestas en el interior de la PUCV y como se organizan para trabajar. En tres de los colectivos consultados (Movimiento Autonomista, Unión Nacional Estudiantil y Partido Progresista) se observa una organización jerárquica, que utiliza denominaciones de la política tradicional como "mesa nacional" "presidente y secretario general", "coordinadores territoriales", "secretario de propaganda", "secretario orgánico". Esto no es menor si se pone atención a la carga de sentido que tiene el lenguaje y al correlato que estas denominaciones tienen con las prácticas de participación y organización en el interior de estos colectivos que, efectivamente, están más bien ligados a la racionalidad política que instala asuntos en el ámbito nacional que son debatidos y puestos en práctica en las regiones, y que es una forma de operar bastante cercana a la de los partidos políticos tradicionales.

---

<sup>5</sup> Frente de Estudiantes Libertarios FEL, Unión Nacional Estudiantil UNE, Partido Progresista PRO, Movimiento Autonomista, Juventudes Comunistas JJCC. Movimiento Gremialista



Los tres colectivos que funcionan con una estructura nacional jerárquica coinciden en el problema del centralismo, que hace difícil articular colectivos de lugares tan distintos y con expresiones territoriales tan diferentes. Otro problema es la demora en la toma de decisiones, lo cual podría verse también como otra expresión del centralismo.

**E7:** Es una relación difícil, porque en todos lados las coordinaciones generales están en Santiago, y en Santiago creen que es Chile [...] Desconocen un poco la realidad local y eso es un problema del centralismo.

## Espacios de participación triestamental

Con relación a las acciones con las que los colectivos llevan a cabo su proyecto político figuran las instancias de formación como las jornadas de participación convocadas por la UNE. Opción Independiente Estudiantil y los Gremialistas, impulsan encuentros biestamentales en los que participan académicos y estudiantes para discutir temas políticos. El movimiento Autonomista ha focalizado instancias de participación y encuentro para apoyar los procesos de negociación activa de los trabajadores, velando para que se garanticen condiciones laborales necesarias. Lo anterior es coherente con las definiciones políticas del colectivo que considera coordinadores territoriales encargados de conectar con otros frentes como el laboral, el feminista y el educacional, materializados en sindicatos y otras organizaciones. De hecho, UNE, OIE y el Gremialismo contemplan una acción política dirigida a los estudiantes principalmente y solo el movimiento autonomista declara, expresamente, tener la intención de llegar a la comunidad en general.

**E8:** Queremos llegar a estudiantes, profesores, trabajadores y la comunidad en general. Hacemos apuesta a la comunidad en general.

Cabe destacar que tres de los siete colectivos activos en la PUCV<sup>6</sup>, de tendencia de izquierda más radicalizada, asumen en su discurso la acción política como una disputa. "Disputar políticamente tus bases", "Motivar a la gente a participar para defenderse frente al adversario político", "politizar la universidad".

## Los temas de la agenda y el ideal de sociedad

En relación con los temas que marcan la agenda y el discurso de los colectivos, se observa que el de la democratización está presente en cuatro de los siete colectivos, así como la politización de la sociedad y de la universidad, la gratuidad de la educación, la ruptura con el neoliberalismo y la educación pública.

Esta tematización se entiende por el predominio del pensamiento político de izquierda que en la actualidad impera en la universidad y que se cristaliza en un ideal de sociedad organizada bajo los principios de la democracia participativa.

---

<sup>6</sup> Corresponde a las Juventudes Comunistas, Partido Progresista y Frente de Estudiantes Libertarios.

En este sentido los estudiantes declaran aspirar a una sociedad con derechos garantizados, y cuando así no lo fuera, conquistar estos derechos a través de la lucha, principalmente los de educación, salud, vivienda y pensiones.

Asimismo, el ideal de la democracia participativa tiene para los estudiantes contenidos bien explícitos y concretos que se relacionan con la incidencia y participación en asambleas constituyentes, referendos, plebiscitos vinculantes, iniciativas populares de ley, entre otras instancias que aportan al empoderamiento de la ciudadanía.

En el aspecto económico y político, el discurso de los estudiantes consultados se inclina a un ideal de sociedad que más bien se identifica con los valores de la solidaridad y la autogestión, fuera del pensamiento neoliberal, así como a la interacción respetuosa de las distintas identidades de género.

## Comunicación, propaganda y estrategia

La comunicación es un factor que todos los colectivos valoran como relevante, ya que les permite conectarse con las masas y difundir su mensaje político. Al menos tres de los siete colectivos consultados identifican la comunicación con el concepto de propaganda y denominan como "encargados de propaganda" a quienes cumplen funciones comunicacionales. Pese al valor que le dan a la comunicación, esta parece llevarse a cabo de una manera dispersa y respondiendo a las urgencias propias del devenir político universitario. Solo un colectivo (FEL) declaró tener una estrategia de comunicación, porque la persona que tiene esta responsabilidad en el colectivo es periodista, recién egresada de la PUCV. Aun cuando los colectivos no poseen una estrategia comunicacional, entendida como la base que permite que el pensamiento estratégico pueda tener una dimensión práctica y operacional (Capriotti, 2009, p. 153), es posible observar algunos elementos que, de ser articulados, formarían parte de una estrategia, como la identificación de públicos y objetivos comunicacionales.

En cuanto a los objetivos predomina el posicionamiento del colectivo y de su proyecto político, la promoción de políticas para aumentar el número de militantes y la disputa de espacios de representación en el interior de la universidad.

Los públicos a los que se dirigen son los estudiantes afines al proyecto político de la organización, estudiantes movilizados, estudiantes no politizados o insatisfechos con las conducciones políticas de la Federación.

Los estudiantes consultados consideran fundamental el uso de redes sociales, las que asumen como uno de los cuatro principales canales de difusión masiva. La propaganda, en soporte físico, es utilizada por más de la mitad de los colectivos y corresponde al uso de afiches, panfletos, lienzos y despliegue callejero. Adicionalmente, consideran la creación de vídeos y afiches digitales para la difusión de contenidos y, por último, la comunicación presencial, utilizada para dirigirse de manera más personalizada al estudiantado. Se infiere que el uso de imágenes (fijas o en movimiento) en sus estrategias es recurrente, tanto en

redes sociales como en soporte tradicional, lo que concuerda con otros estudios en el ámbito de la comunicación política (Ruiz del Olmo y Díaz, 2015).

En cuanto a las barreras que reconocen los colectivos para su posicionamiento dentro de la universidad se puede mencionar principalmente el prejuicio que existe hacia estos grupos por parte de sus compañeros, tanto para los colectivos de izquierda, a quienes se les adjudica la responsabilidad de los paros y tomas en la universidad, como para los colectivos de derecha, a quienes se les acusa de ser poco comprometidos con el acontecer nacional.

**E9:** La marginalidad de los colectivos de izquierda es una de las principales barreras que hay. La estigmatización o los prejuicios que pueda haber, sobre todo por el tema de las movilizaciones, eso sumado a nuestra presencia visual, que a diferencia de otros colectivos somos visualmente los más rígidos. El rojo y negro, entonces, eso de entrada es una limitante.

La destacada participación de los dirigentes en instancias formales como la Federación y los centros de estudiantes es, según los militantes, un facilitador para el posicionamiento del colectivo.

## Conclusiones

La universidad no ha dejado de ser un espacio de representación de las sociedades y de los proyectos políticos que se han configurado desde el Estado. De alguna manera analizar las prácticas sociales, políticas y culturales en la universidad da luces, en esos mismos términos, sobre las prácticas a partir de estructuras dadas, que han sobrevivido en el tiempo como las patriarcales, adulto-céntricas, machistas y discriminatorias; y las estructuras creadas, como aquellas mediadas por la tecnocracia y la profesionalización.

Esto último es medular porque dichos valores, sumados a la determinación de temas en favor de las libertades y la igualdad de condiciones para la toma de decisiones, hace que el sentido crítico le otorgue a la realidad universitaria una cierta noción de conflictividad que se ha repetido a lo largo de su historia y por ello se hace necesario analizar, a la luz de los conflictos, los proyectos de sociedad y el sentido de participación, las agendas políticas de los estudiantes y sus prácticas de comunicación para visibilizar las propuestas e incidir en la universidad.

En términos específicos, el estudio confirmó que la participación, para los tres casos de estudio, es entendida como un concepto binario, compuesto por un elemento de movilización "proceso por el cual la sociedad pasiva entra en una fase deliberativa, es decir, aspira a niveles diferentes a los preexistentes", e integración "formas particulares de intervención de grupos movilizados" (Germani, 2006), pero con una característica especial otorgada por la acción, lo que posibilita tomar parte activa de algún hecho o decisión (Merhi, 2011).

La participación en los movimientos y colectivos políticos estudiantiles es fluctuante y varía de acuerdo con el tipo de actividad desarrollada; esto hace también que en casi todas

las agrupaciones no existan cargos, roles o responsabilidades asignadas, sino que se actúe bajo el principio de acciones compartidas, decisión que tiene doble faz: una que les permite a los miembros estar al tanto de todas las cuestiones inherentes a su actividad política, y otra que hace dificultosa la planificación, el seguimiento y la medición de impacto de las acciones que en muchos casos quedan inevitablemente supeditadas a las emergencias y a la coyuntura política. Ello es, en buena parte, el núcleo central de la problemática a la hora de implementar acciones estratégicas para la incidencia política a mediano y largo plazo porque la planificación y aplicación de estrategias comunicacionales depende de procesos, tiempos y herramientas que posibiliten la consecución de objetivos. Frente a lo señalado, los colectivos no declaran tener una estrategia de comunicación, sino más bien se observa que existen algunos elementos que forman parte de lo que podría llamarse como tal pero que, por su falta de articulación o planeación, no alcanza dicho estatus.

Lo anterior pone en crisis la sustentabilidad de agendas políticas en los colectivos universitarios. Es evidente que hay temas político-sociales públicamente problematizados, pero que en varios casos están dispersos o conectados a ideologías políticas capaces de movilizar acciones solo en momentos puntuales. Hablar de una agenda en el contexto actual se torna altamente dificultoso ya que en los planteles se observa una baja participación en los espacios de discusión y análisis de temas políticos de interés colectivo, una baja representatividad de las agrupaciones políticas estudiantiles y una tendencia casi generalizada de desinterés por parte de los estudiantes.

En las tres universidades hay predominio ideológico de izquierda<sup>7</sup>, lo que hace que las agendas dominantes en los tres planteles tengan más convergencias que diferencias. En Chile y, aunque en menor número también en Ecuador, los colectivos en su mayoría se articulan al nivel nacional y reproducen prácticas de participación política cercanas a las de los partidos políticos tradicionales. En Ecuador se manifiestan formas de participación y organización innovadoras como la formación de clubes, un espacio de acuerdo con intereses individuales, o agrupaciones pequeñas que van más allá de la política y que tienen intereses técnicos, tecnológicos, deportivos, de causa social, ecologistas o animalistas.

Se destaca el trabajo en redes sociales, aunque materiales más tradicionales como el afiche, los volantes y las acciones directas como las visitas a las aulas de clases no han desaparecido. Sin embargo, hay una migración potente hacia plataformas web como Facebook (principalmente), lo que establece un cambio en la lógica de interacción con los grupos sociales de las universidades, fundamentalmente los estudiantes, que se basa en la producción de narrativas audiovisuales fácilmente "consumibles"; no obstante y, como es lógico, el plano virtual no reemplaza las acciones *offline* que deberían estar fuertemente articuladas a la gestión de contenido en redes sociales, cosa que es difícil, porque, como se dijo antes, casi la totalidad de colectivos carece de cargos específicos, por ende, no cuentan con *community managers* fijos en sus espacios *online*.

---

<sup>7</sup> De acuerdo al estudio, 13 de 17 colectivos estudiados se identifican con una ideología de izquierda, izquierda libertaria e izquierda progresista.

Lo anterior refleja el lugar de la comunicación en las acciones de los movimientos, colectivos y agrupaciones de tres universidades latinoamericanas a través de realidades compartidas, y donde se registra que la falta de una agenda política sostenida que promueva mayor participación y acción, la falta de condiciones materiales para la intervención masiva en espacios de configuración de la opinión pública, la imagen caótica sobre la movilización estudiantil instaurada, junto al desinterés de los estudiantes por intervenir en lo público y la necesidad de establecer nuevas propuestas metodológicas de planificación de la comunicación política, marcan los retos para la incidencia política de los estudiantes universitarios en un futuro inmediato que reclama la intervención de este grupo en los problemas no solo relativos a la Educación Superior, sino también en aquellos que comprometen las transformaciones más estructurales en los dos países.

## Referencias

- Achache, G. (2012). El marketing político. En A. Mercier (Coord.), *Comunicación Política: construcción de un modelo* (pp. 49-62). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Arias-Cardona, A. y Alvarado, S. (2015). Jóvenes y política: de la participación formal a la movilización informal. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 13(2), 581-594.
- Bacallao-Pino, L. M. (2016). Redes sociales, acción colectiva y elecciones: los usos de Facebook por el movimiento estudiantil chileno durante la campaña electoral de 2013. *Revista Palabra Clave*, 19(3), 810-837. DOI: 10.5294/pacla.2016.19.3.6
- Campos, S., Carro, R., Durán, C. y Fernández, H. (2000). Un nuevo enfoque para el análisis de las organizaciones. *La ecología organizacional. Faces*, 6(9), 9-22.
- Cano-Correa, A., Quiroz-Velasco, M. y Nájjar-Ortega, R. (2017). Jóvenes universitarios en Lima: Política, medios y participación. *Comunicar*, 25(53), 71-79. DOI: 10.3916/C53-2017-07
- Capriotti, P. (2009). *Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Santiago de Chile: Colección de Libros de la Empresa.
- Carrasco Azzini, G. (2010). Participación y tendencias políticas en estudiantes universitarios: el caso de la Universidad de Chile. *Última Década*, 18(32), 85-103. DOI: 10.4067/S0718-22362010000100005
- De la Garza Talavera, R. (2011). Las teorías de los movimientos sociales y el enfoque multidimensional. *Estudios Políticos*, (22), 107-138.
- Delfino, G., Zubieta, E. y Muratori, M. (2013). Tipos de participación política: análisis factorial confirmatorio con estudiantes universitarios de Buenos Aires, Argentina. *Revista Psicología Política*, 13(27), 301-318.
- Del Rey Morató, J. (2011). La comunicación política en la sociedad del *marketing* y de internet. Encuadres, relatos y juegos de lenguaje. *Revista de Comunicación*, 10, 102-128.
- Garcés Montoya, Á. (2010). De organizaciones a colectivos juveniles: Panorama de la participación política juvenil. *Última Década*, 18(32), 61-83. DOI: 10.4067/S0718-22362010000100004
- García, M. y Del Hoyo, M. (2013). Redes sociales, un medio para la movilización juvenil. *ZER Revista de Estudios de Comunicación*, 18(34), 111-125.
- Germani, G. (2006). *La renovación intelectual de la sociología*. Buenos Aires: Bernal.

- Ley 18.603. *Diario Oficial de la República de Chile*, Santiago, Chile, 23 de marzo de 1987. Recuperado de <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=29994>
- López-Hermida A. y Fierro-Zamora, P. (2016). Campañas políticas y desafección ciudadana: aproximación desde Chile a los efectos de las actividades electorales en el proceso democrático. *Palabra Clave*, 19(2), 365-397. DOI: 10.5294/pacla.2016.19.2.2
- Malo, H. y Arellano, E. (1984). *Pensamiento universitario ecuatoriano*. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Mendes, A. y Di Marco, G. (2015). La participación política de los jóvenes y su resignificación en el espacio virtual hacia un estudio intercultural. *Revista Digital de Ciencias Sociales Millcayac*, 2(3), 121-145.
- Merhi, R. (2011). *Las claves de la participación estudiantil, en la universidad española*. Castellón de la Plana: Universidad Jaume. Recuperado de <http://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/3812/155.pdf?sequence=1>
- Mouffe, C. (2013). *Agonística*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Parés, M. (2016). La participación política de los jóvenes ante el cambio de época: estado de la cuestión. *Metamorfosis*, (0), 65-85. Recuperado de <http://revistametamorfosis.es/index.php/metamorfosis/article/view/12>
- Pfeffer, J. (1992). *Organizaciones y teoría de las organizaciones*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Puricelli, S. (2005). La teoría de movilización de recursos desnuda en América Latina. *Revista Theomai*, (12), 31-42.
- Pérez, R. (2001). *Estrategias de comunicación*. Barcelona: Ariel.
- Reguillo, R. (2003). Ciudadanías juveniles en América Latina. *Última Década*, 11(19), 11-30. DOI: 10.4067/S0718-22362003000200002
- Reyes, M., O' Quínn Parrales, J., Morales y Gómez, J., Rodríguez Manzanares, E. (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios Públicos*, 14(30), 85-101.
- Rodríguez-Estrada, A., Meyer, J. y Echeverría, M. (2017). La tensión centro-periferia en la producción del campo de la comunicación política. El caso mexicano. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 453-474. DOI: 10.4185/RLCS-2017-1174
- Rodríguez, K., Leyva O. y Muñoz, C. (2014). Participación política y hábitos comunicativos de los jóvenes universitarios en Nuevo León, México. En E. Pastor, G. Tamez y K. Sáenz (Eds.), *Gobernabilidad, ciudadanía y democracia participativa, análisis comparado de España-México*. Recuperado de [http://eprints.uanl.mx/8377/1/05\\_RodriguezBurgos\\_LeyvaCordero\\_Mun%20izMuriel.pdf](http://eprints.uanl.mx/8377/1/05_RodriguezBurgos_LeyvaCordero_Mun%20izMuriel.pdf)
- Ruiz del Olmo, F. y Bustos Díaz, J. (2016). Del *tweet* a la fotografía, la evolución de la comunicación política en Twitter hacia la imagen. El caso del debate del estado de la nación en España (2015). *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 108-123. DOI: 10.4185/RLCS-2016-1086
- Salazar, G. (2012). *Movimientos sociales en Chile. Trayectoria histórica y proyección política*. Santiago de Chile: Uqbar Editores.
- Tilly, C. y Wood Lesley, J. (2010). *Los movimientos sociales 1768-2008 desde sus orígenes a Facebook*. Barcelona: Editorial Crítica.

- Toro, P. (2015). Tiempos tristes: notas sobre movimiento estudiantil, comunidad y emociones en la Universidad de Chile ante la dictadura de Pinochet (1974-1986). *Revista Espacio, Tiempo y Educación*, 2(2), 107-124.
- Tünnermann, C. (1998). La reforma universitaria de Córdoba. *Educación Superior y Sociedad*, 9(1), 102-127.
- Wolton, D. (2012). La comunicación política: construcción de un modelo. En A. Mercier (Coord.), *Comunicación política*, (pp. 27-47). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.