

Redes sociales y participación juvenil en el Perú: análisis comunicacional de las manifestaciones sociales del 9 al 15 de noviembre del 2020

Social Networks and Youth Participation in Peru: Communicational Analysis of Social Demonstrations from November 9 to 15, 2020

Sandra Romina Barrenechea León

<https://orcid.org/0000-0001-5659-7844>

sbarrenechea2401@gmail.com

Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú

Yolanda Goicochea Vega

<https://orcid.org/0000-0003-4406-798X>

ggoicocheave@ucvvirtual.edu.pe

Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú

RESUMEN

El estudio buscó analizar el aporte de las redes sociales en la participación juvenil en las manifestaciones sociales de Perú del 9 al 15 de noviembre del 2020. Respecto a la metodología, se aplicó el enfoque cualitativo con diseño fenomenológico hermenéutico, para poder conseguir, por medio de testimonios, las vivencias y emociones que pasaron durante el tiempo de las marchas. Se realizó la investigación a jóvenes de Trujillo y Lima que formaron parte de las movilizaciones, de manera presencial como por las redes sociales. Se recolectó la información mediante la técnica de la entrevista, la cual se extrajo las estrategias utilizadas para lograr el cambio social. Se concluye que las redes sociales fueron indispensables por la crisis pandémica en la que se encontraba el mundo y la situación política del país. De este modo, los jóvenes manifestantes, por medio de estas herramientas, crearon una conexión de forma online y offline con sus semejantes para solucionar la problemática y comenzar con el cambio político - social que el país necesitaba. Además de transmitir a las nuevas generaciones, las estrategias comunicacionales utilizadas en las redes sociales en las futuras manifestaciones en el Perú.

Palabras clave: participación juvenil, redes sociales, cambio social.

Recibido: 28-07-22 - Aceptado: 22-09-22

ABSTRACT

The study sought to analyze the contribution of social networks in youth participation in social demonstrations in Peru from November 9 to 15, 2020. Regarding the methodology, the qualitative approach with hermeneutic phenomenological design was applied, in order to

obtain, through testimonies, the experiences and emotions that happened during the time of the marches. The research was carried out with young people from Trujillo and Lima who took part in the mobilizations, both in person and through social networks. The information was collected through the interview technique, from which the strategies used to achieve social change were extracted. It is concluded that social networks were indispensable due to the pandemic crisis in which the world and the political situation of the country found themselves. Thus, the young protesters, through these tools, created an online and offline connection with their peers to solve the problem and start with the political-social change that the country needed. In addition to transmitting to the new generations, the communicational strategies used in social networks in future demonstrations in Peru.

Key words: youth participation, social networks, social change.

I. INTRODUCCIÓN

Un actor clave para conseguir la democracia es la participación de la ciudadanía (Henaó y Pinilla 2009). Con la participación masiva se presentaron las manifestaciones sociales, donde se observó a la población involucrarse en asuntos políticos o de otra índole social, impulsados a través de las redes sociales. Estas se convirtieron en herramientas promotoras de participación juvenil de manera offline y online. Además, sirvieron para la comunicación minuto a minuto en las calles donde se encontraban las movilizaciones, ya sea a través de transmisiones en vivo, fotografías y actualización de estados con la finalidad de ser escuchados y lograr revertir la convulsión política ocurrida en ese entonces. En Perú, un 13 de agosto de 2016 en la marcha “Ni una Menos”, la red social Facebook favoreció el surgimiento de la acción colectiva, la indignación, la activación a través de esta red, diversas formas de organizarse y coordinar la información para difundir las marchas, (Caballero, 2019). Por otro lado, en Colombia, los jóvenes mediante las redes sociales realizaron una multi-comunicacionalidad, en más de una dirección a diversas personas, ya sean conocidas o no, de esta manera se pudo intercambiar información de forma permanente. (Bohórquez y Rueda, 2019). Asimismo, en Argentina el caso 8N, muestra cómo las redes sociales Twitter y Facebook funcionaron para la constitución y divulgación de la protesta; donde los medios de comunicación se han transformado y avanzan a un ritmo vertiginoso, creando el vínculo entre el ciberespacio y el mundo físico, (López, 2015).

Es así que las redes sociales se convirtieron en poderosos sitios para documentar y desafiar episodios de abuso del poder por policías y desmentir a los primeros medios de comunicación al mostrar lo que pasa en las movilizaciones sin filtrar ningún detalle (Puyosa, 2015). Pues las redes tienen el papel de configurar grupos de interés que darán lugar a las movilizaciones que a su vez cambian la sociedad y transforman la forma de participación (Chávez 2016; Palenzuela 2018). Estas permiten que la información se transmita de manera inmediata, siendo Twitter una de las redes donde el tema que más se debate es la política (Bohórquez y Rueda, 2018). De esta forma se crea la posibilidad de identificar, comunicar, debatir y/o producir cuestiones y argumentos sobre temas sociales, políticos y/o cívicos (García y Hurtado 2012) que permiten reportar cada acontecer de los movimientos en vivo.

La participación es activarte, formar parte de decisiones comunes, escuchar a los demás y aceptarlos como son, además es el intercambio de experiencias que, a su vez, se convierten en ingredientes de una educación política (Aguirre et al, 2017; Silva et al 2018). La juventud en estos tiempos constituye un grupo el cual participa, cuestiona y reclama los sucesos en busca de la mejora de las problemáticas. (Escobar, 2019)

Por otro lado, Alonzo (2013) habla del fenómeno prosumismo, en la cual explica cómo los usuarios van más allá con sus contenidos u opiniones y adoptan un rol para contribuir o modificar algo ya “existente” y crear algo nuevo.

Facebook fue de vital importancia para los movimientos sociales durante la Primavera Árabe de Egipto, puesto que, a pesar de las medidas de represión por parte de sus autoridades, los activistas transformaron sus perfiles y crearon espacios de debate político para los jóvenes y así exponer y difundir el descontento social y los momentos cruciales de las movilizaciones (Barón, 2015). Instagram es otra forma de activismo digital. Al tener esta red social una arquitectura más visual que en las otras redes, sirve como despliegue e identificación con la historia que cuentan los usuarios (Tarullo y García, 2020). Twitter ha sido utilizado por los participantes de movilizaciones para compartir evidencias del acontecimiento, tiene la capacidad de dar libertad de expresión en varios temas, como políticos y sociales. (Chávez 2016; Palenzuela 2018) Asimismo, esta plataforma es una manera de seguir a personas en

red que jamás conociste, creando conexión de los usuarios a nivel nacional e internacional (Elías, 2018). Tik Tok, permitió crear videos cortos de 15 a 60 segundos, de fácil y rápida edición, multiplicidad de efectos y sonidos (Becerra-Chauca & Taype-Rondan, 2020). Este tipo de videos se mostraron durante el periodo de las marchas sociales en noviembre de 2020 en Perú, convirtiéndose en difusores de información de lo que pasaba fuera de las redes. Dentro de las plataformas de comunicación más visitadas por los jóvenes está WhatsApp, la cual según Yeboah y Ewur (2014) fue creada para que se pueda compartir de una forma más rápida y sencilla multimedia y mensajes. Como es el caso de las últimas movilizaciones, donde esta red fue utilizada para comunicarse y mandar archivos de forma más inmediata. Telegram, es una aplicación de mensajería que almacena en su historial de mensajes por medio de su propia nube; que proporciona mayor seguridad en aspectos de información al subir los chats de los manifestantes. (Renderos 2016; López 2020; Tecnología & Informática 2019). YouTube por su parte ha compartido conocimiento para poder progresar en la sociedad y también como individuo; por lo que plataforma de videos brinda a los usuarios esas posibilidades de compartir sus conocimientos con otros, como los tutoriales, video clases, etc. (López, 2018).

Por otro lado, La Rocca (2020) nos habla sobre una herramienta importante de las redes sociales “El Hashtag”; que con solo una palabra clave o una frase corta se puede captar rápidamente la atención de los usuarios a nivel internacional, ya que logra difundir información que está en tendencia y transmite los hechos en vivo. Asimismo, los hashtags pueden crear una política compartida para contar y describir los motivos de una protesta; y así poder rediseñar una nueva realidad.

Las movilizaciones al utilizar las plataformas virtuales tuvieron como resultado nuevas formas de organización colectiva y otras formas de operar por medio de las redes sociales (Palenzuela, 2018). Los mensajes y textos publicados en la web de los simpatizantes obtuvieron tanto valor emocional que fue un instrumento vital para organizar las movilizaciones del 15M; comparando la distribución de información con semillas que son sembradas en grupos, creando un punto clave en la red para producir “fenómenos políticos de alto impacto” (Puyosa ,2015). Las redes sociales pueden servir como una ayuda para

comunicarse e informar al mundo lo que sucede. Sirven de ayuda para decidir sobre un tema en concreto y promover la participación ciudadana, así como en el caso de la “revolución pingüino” en Chile, donde se usó el fotolog para denunciar el abuso policial durante la protesta (Valderrama, 2013).

Vale destacar que, quienes comparten más sus experiencias en la participación de las movilizaciones son los jóvenes (Puyosa, 2015). Son el mayor porcentaje de participación las personas entre 20 a 30 años; generación que se encuentra más familiarizada e involucrada con el acontecer político a través de las redes, (Gómez, 2019)

La participación juvenil al no tener una definición exacta, se define desde cuando los jóvenes buscan opinar sobre ciertos temas que no son de su vida diaria, aplicándose más en temas económicos, sociales y políticos, donde buscan el desarrollo social de una nación (Loncle & Cuconato 2012; Brito y Flach 2016)

El accionar de colectivos juveniles no solo está orientado al cambio social, sino reconstruye mundos y puede dar soluciones frente a problemáticas sociales (Aguilar, 2021). Así pues, destaca cuatro pilares en la acción transformadora; la comunicación, la confianza, la colaboración y la construcción de lo común. Por ello, los actores (los jóvenes) al juntar todos los puntos mediante los recursos tecnológicos (Gomez y Colussi 2016) crean así al activismo digital, que a su vez inserta diferentes formas de participación en diversos segmentos de la sociedad. De igual forma Araujo et al. (2019) añaden que el ciberactivismo, es una evolución del activismo, puesto que fue adaptándose al internet y a sus herramientas de difusión de información, de expresión y transformación de una realidad.

Una manera de realizar ciber-activismo es el periodismo ciudadano, que consiste en publicar de forma inmediata en redes. Pero todo lo que se publica en la red no es cierto. Sin embargo, también es visto como “un motor para el cambio de la sociedad” (Bejaran et al. 2017).

Así pues, la teoría que sustenta la investigación será la teoría del Conectivismo, que de acuerdo a Gutiérrez (2012) indica que es conocida como una teoría de aprendizaje para la era digital, ya que se muestra como una propuesta académica que aporta a quienes quieren

aprender de la capacidad de conectarse unos a otros a través de las redes sociales, o herramientas colaborativas, compara la teoría con sociedad, partiendo desde que los nodos siempre compiten por establecer conexiones porque representan la sobrevivencia en un mundo interconectado, eso pasaría con nosotros si no tuviéramos las redes sociales para informarnos de la situación que está pasando en nuestro país, como a nivel internacional. Es por ello, que el Conectivismo les da máxima importancia a las redes, donde la conexión entre los nodos ocurre.

Respecto al planteamiento del problema de esta investigación, se formuló la siguiente pregunta ¿Cuál fue el aporte de las redes sociales en la participación juvenil en las manifestaciones sociales de Perú del 9 al 15 de noviembre del 2020? Se planteó el objetivo general, analizar el aporte de las redes sociales en la participación juvenil en las manifestaciones sociales de Perú del 9 al 15 de noviembre del 2020. Se buscó en primer lugar determinar la importancia de las redes sociales como promotoras de las movilizaciones políticas-sociales, en segundo lugar, se analizó a las redes sociales como canales de sensibilización para la participación ciudadana de los jóvenes en manifestaciones políticas-sociales, en tercer lugar, se determinó el valor de las redes sociales en los participantes juveniles de las marchas del 9 al 15 de noviembre del 2020.

El presente artículo se justifica de manera teórica porque busca generar nuevos conceptos a partir de la revisión bibliográfica sobre cómo las redes sociales contribuyen a la participación de jóvenes en manifestaciones sociales. De manera práctica, esta investigación se realiza porque existe la necesidad de hallar nuevas estrategias de comunicación para lograr la participación ciudadana a partir de redes sociales y dar un nuevo aporte al cambio social; y, por último, la justificación metodológica del estudio determinará desde un diseño cualitativo de enfoque fenomenológico hermenéutico el aporte de las redes sociales en la participación juvenil en las manifestaciones sociales de Perú del 9 al 15 de noviembre del 2020.

II. METODOLOGÍA

En la investigación se utilizó una metodología de diseño cualitativo debido a que los investigadores buscan comprender la situación como un todo, tomando en cuenta las propiedades y la dinámica del trabajo (Bernal, 2010).

El enfoque cualitativo de esta investigación desarrolló un diseño fenomenológico-hermenéutico, por lo que se estudia los significados que los humanos tienen a partir de las distintas experiencias vividas ((Fuster 2019; Carabajo 2008).

Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la entrevista que se realizó por Zoom por la coyuntura sanitaria de la covid-19; apoyándose del instrumento de la guía de la entrevista con 16 preguntas aplicadas a 9 participantes de las marchas de noviembre de 2020, donde se pudo conocer las estrategias de comunicación utilizadas para la participación a través de redes. El instrumento fue validado a juicio de expertos obteniendo un coeficiente de V de Aiken de ,098, lo cual indica que el instrumento tuvo una validez fuerte. Las entrevistas se realizaron a cada participante de las marchas nacionales de la ciudad de Lima y Trujillo.

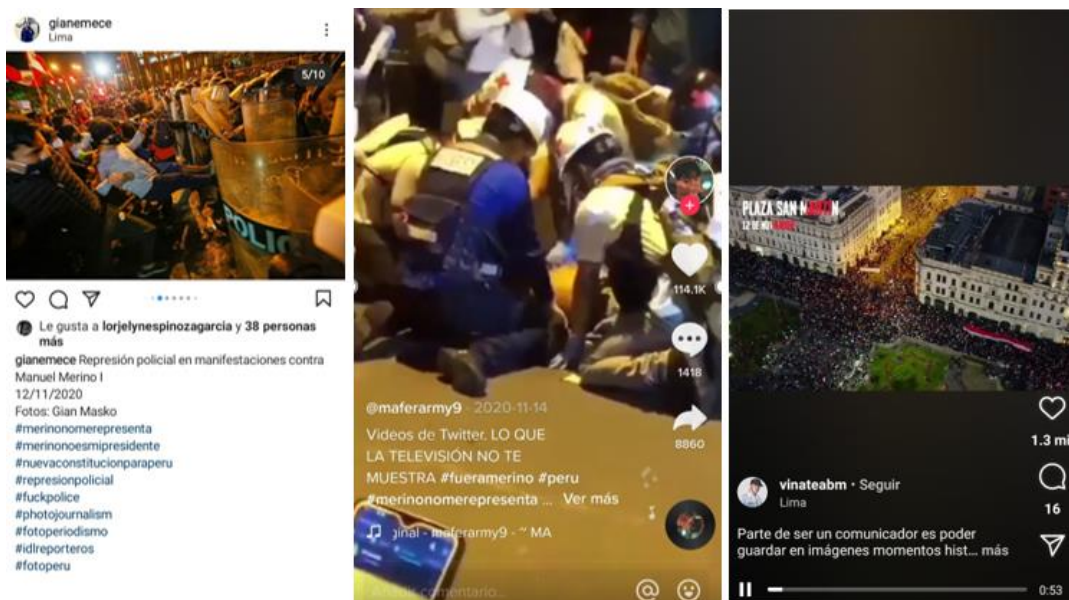
Los datos se analizaron mediante la metodología cualitativa de “análisis de comparación constante” de Glaser y Strauss (1967) mediante una codificación abierta, codificación axial y codificación selectiva.

III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El primer objetivo específico de esta investigación es determinar la importancia de las redes sociales como promotoras de las movilizaciones político-sociales. Los entrevistados precisaron que las redes les permitieron intercambiar información de forma inmediata, organizarse, convocar, así como observar lo que sucedía en las marchas sin filtro o censura; pues en ocasiones mostraban la represión policial que se observó desde el primer día de las marchas.

Imagen 1

Difusión de lo sucedido en la marcha del 15N



Nota: *Screenshot* de las redes sociales de los participantes mostrando lo sucedido en la marcha

Este tipo de hechos se viralizaron a través de las redes sociales, por lo que se contó con el apoyo de otros países. Así como el estudio de Puyosa (2015), que muestra cómo las redes sociales se convirtieron en poderosos sitios para documentar y desafiar episodios de abuso del poder por policías y desmentir a los primeros medios de comunicación al mostrar lo que pasa en las movilizaciones sin filtrar ningún detalle. Los participantes crearon estrategias innovadoras para viralizar las marchas y lograron que más participantes se sumen a este hecho. Para la difusión de las convocatorias utilizaron Facebook, WhatsApp para comunicación interna y coordinaciones, de igual forma se utilizó Telegram, para abarcar a más personas en el colectivo. También realizaron reuniones en Meet y zoom. Enviaban por WhatsApp sus ubicaciones, fotos y videos de la situación para cuidarse y encontrarse en caso de que uno se haya alejado del colectivo o también para ver si los jóvenes habían llegado a sus hogares. Así como lo planteó Chávez (2016) que detalla que las redes tienen el papel de configurar grupos de interés que darán lugar a las movilizaciones. Chávez (2016) indica que, con el pasar de los años, las movilizaciones han ido evolucionando, empleando estrategias y

tácticas para llegar a más personas, como los medios tradicionales, personajes públicos, que la convocatoria se realice en espacios nuevos, que las movilizaciones vayan por direcciones de cambio social y la última que ha tomado importancia en los últimos años es el uso de las redes sociales.

Algo novedoso fue que la participante, que era estudiante de la PUCP, hizo uso del Drive, donde compartió un documento de Excel para saber quiénes iban a la marcha, cómo estaban vestidos, entre otros datos importantes.

De igual forma, hubo el caso de un entrevistado, que afirmó que entró en su grupo de WhatsApp un policía infiltrado (terna), quienes al saber la ubicación de sus compañeros habían sido seguidos en varias oportunidades y se mudaron a Telegram para pasar filtro de quienes entraban. Igualmente, otra participante nos comentó su experiencia de la coordinación en su colectivo estudiantil San Marcos, ya que hubo una oportunidad donde varios ternas vestían con algo significativo de la universidad (gorras, mochilas, polos) que perjudicaban la imagen de la universidad. Entonces, de acuerdo a su coordinación vieron la forma de que los jóvenes que fueran a participar en las marchas utilizaran un lazo blanco de paz y un lazo morado los delegados de los gremios, como representantes.

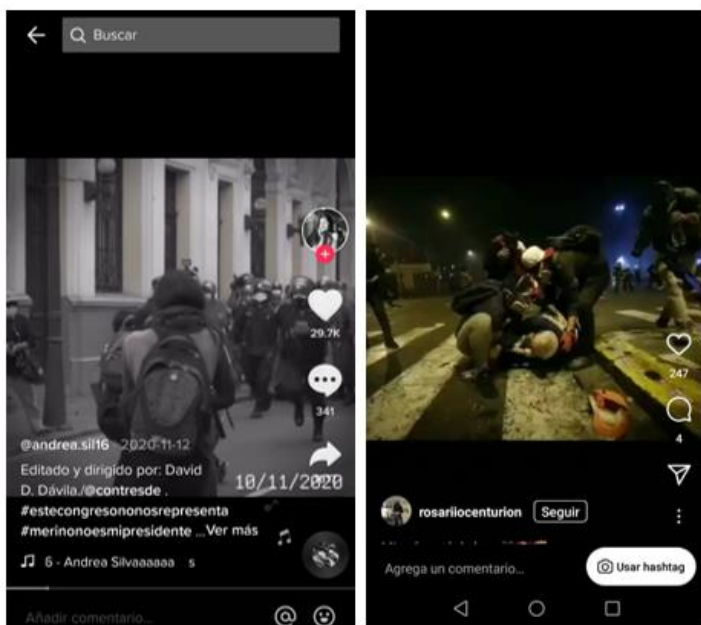
El segundo objetivo específico que presenta la investigación es analizar las redes sociales como canales de sensibilización para la participación ciudadana de los jóvenes en manifestaciones políticas – sociales, por lo tanto, mediante nuestra Guía de Entrevista obtuvimos como resultado que los jóvenes fueron sensibilizados por diversos canales de las redes sociales, como Facebook, WhatsApp, Instagram, Telegram y Tik Tok. Así, los participantes de las entrevistas nos comentaron que querían que más personas se incorporaran a la marcha, por ello compartían mediante sus diferentes cuentas, en las distintas plataformas, información a través de fotos o videos sobre lo que sucedía en las calles durante ese tiempo de represión en el país. De acuerdo a las palabras de los entrevistados, las redes sociales unificaron a la población, creando una sola fuerza que buscaba expresar su indignación, de manera online y offline para que la ciudadanía peruana asistiera a las marchas convocadas y se sume a participar en las protestas.

Como nos dice Barón (2015), Facebook fue de vital importancia para los movimientos sociales durante la Primavera Árabe de Egipto, puesto que esta herramienta fue utilizada para estimular la expresión individual de ideas y la creación de espacios de debate político para los jóvenes. Asimismo, los activistas, a pesar de las medidas de represión de las autoridades, propusieron mediante la red social Facebook transformar sus perfiles como parte de las manifestaciones, para involucrar a más jóvenes y organizaciones en las manifestaciones simbólicas organizadas, para así exponer y difundir el descontento social en los lugares y en los momentos cruciales de las movilizaciones.

Para los jóvenes manifestantes, las fotos y vídeos compartidos por redes sociales mientras se encontraban realizando las protestas fueron los principales sensibilizadores, sobre todo porque mostraban ese contraste entre los vídeos caseros que mostraban la realidad y el lado de los medios tradicionales.

Imagen 2

Hechos difundidos por los manifestantes que no eran publicados en medios tradicionales



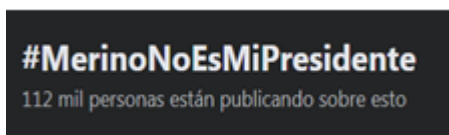
Nota: *Screenshot* de las redes sociales de los participantes

Por eso mismo, Puyosa (2015) destaca que los movimientos sociales en red quienes comparten más son los jóvenes, porque de ellos se puede observar lo que están haciendo, contando sus experiencias mediante fotos y videos día tras día en su participación en las movilizaciones sociales.

Nuestros entrevistados nos explicaron que al compartir publicaciones por la red social Instagram, Twitter, entre otras (tuvieron su cuenta abierta al público) utilizaban los Hashtags; #MerinoNoEsMiPresidente, #lageneracióndelbicentenario, #noesporvizarraesporelPerú y, automáticamente, la feed les rebotaba videos, fotos, flyers, convocatorias, etc.

Imagen 3

Hashtag representativo de la marcha del 15N



Nota: *Screenshot* de las redes social Twitter

Entonces cualquier persona que esté interesada en lo que estaba sucediendo en ese momento se podía enterar por los hashtags, ya que por esta herramienta la información era inmediata, se difunde más rápido y se podrían sumar más personas en las movilizaciones. Por ello, es preciso mencionar a La Rocca (2020), porque nos habla que el hashtag es una de las herramientas muy importantes por medio de las redes, ya que con solo una palabra clave o con alguna frase corta se puede captar la atención de los usuarios, convirtiéndose en una forma de comunicación popular a nivel nacional e internacional, sobre todo porque logra transmitir la información de algo novedoso, como es el caso de las movilizaciones. Se utilizaba esta herramienta para transmitir los hechos en vivo y, en esta oportunidad, para plasmar lo que estaba sucediendo en las calles del Perú en noviembre del 2020.

Asimismo, para García y Hurtado (2012) cuando se habla de “participación social, política y/o cívica en las redes sociales se hace referencia a la posibilidad de identificar, comunicar, debatir y/o producir cuestiones y argumentos sobre temas sociales, políticos y/o cívicos. Del

mismo modo, de acuerdo a los resultados de nuestras entrevistas, los participantes aseguraron que compartieron sus opiniones a través de fotos publicadas en las diferentes redes sociales, como Facebook e Instagram, y también utilizaron los estados de WhatsApp para compartir el minuto a minuto de lo que sucedía en el exterior.

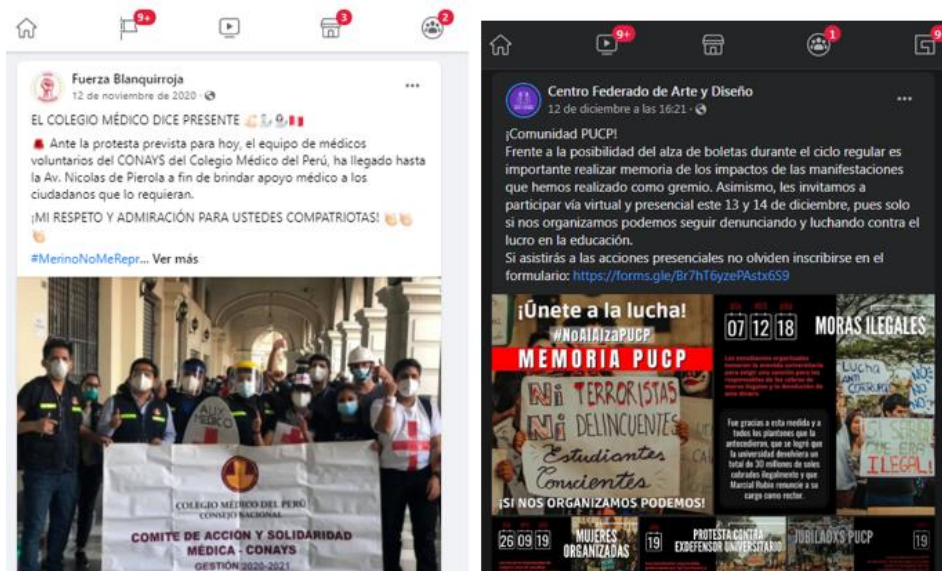
De esa manera, La Rocca (2020) agrega que los hashtags pueden crear una política compartida para contar y describir los motivos de una protesta, es decir, las frases cortas en los hashtags # se usan para la distribución de información de un acontecimiento en particular, como el caso de las manifestaciones. Nuestros entrevistados también vieron como otra forma de protestar por las redes sociales compartir reflexiones, canciones, flyers de las convocatorias e información necesaria, como las recomendaciones para protegerse contra las bombas lacrimógenas, cómo ser identificado en caso de ser arrestados en la represión policial; de igual forma, también se compartía la lista de los jóvenes desaparecidos y la descripción de cada uno para ayudar con su búsqueda rápida. De igual forma, como lo expone Puyosa (2015) en su estudio “Emociones colectivas y lenguaje del 15M”, los mensajes y textos publicados obtenían tanto valor emocional, que fue un instrumento vital para organizar las movilizaciones en Madrid y Barcelona; comparándolas como semillas, que son sembradas en grupos bajos y eran compartidas a grupos más susceptibles a la movilización, creando un punto clave en la red para producir “fenómenos políticos de alto impacto”.

Por otro lado, tenemos que hablar que hubo un enfoque negativo hacia las redes sociales, de acuerdo a los entrevistados. Si bien ayudaban mucho a que la gente se enterase de lo que sucedía en aquel momento, hubo oportunidades donde se compartieron imágenes y videos falsos, que perjudicaban la imagen de los jóvenes, porque tergiversaba la información “de acuerdo a beneficios políticos”, lo que causó enojo e impotencia en los jóvenes. Por ese lado, también se observó la presencia de los llamados "Trolls" del Internet que buscaban desestabilizar un debate sobre un tema específico de las protestas, a través de provocaciones con ideas banales o temas superficiales, creando así desconfianza de lo que se posteaba por los jóvenes y el rechazo de una parte de la población. (Aguilar, 2017)

El tercer objetivo es determinar el valor de las redes sociales en los participantes juveniles de las marchas del 9 al 15 de noviembre del 2020 en Perú. Cuando hablamos del valor de las redes sociales en la participación juvenil consideramos la respuesta de nuestros entrevistados los que manifestaron que las redes sociales lograron unir a una nación entera y sobrepasaron fronteras a través de la red. “Las imágenes de la represión en Lima repercutieron en todo el país y después en varios lugares de América Latina y el mundo en general”, para otra entrevistada estas marchas le dejaron el sentimiento de haber logrado algo a través de las gestiones que se realizaron en los distintos puntos de la ciudad por redes sociales y offline. “La unión, tú no conocías a las personas, pero te apoyaban”. Asimismo, mencionaron los entrevistados las estrategias utilizadas en los colectivos para masificar la participación como el uso de las páginas de Facebook para rebotar la información, perfiles personales como públicos. También realizaban videos, pequeñas entrevistas a participantes de las marchas, con la finalidad de llamar la atención, además eventos en Facebook y flyers para motivar a participar. En cuanto a sensibilización se trata, utilizaban las redes sociales WhatsApp, Telegram, drive para compartir información inmediata, organizarse en grupos por capacidades que tenían; primeros auxilios, desactivadores de bombas, universitarios, por facultades, por distritos entre otros grupos que se formaron. Estos grupos tenían siempre a un dirigente cabeza que se comunicaba con los otros grupos, colectivos o asociaciones para el apoyo mutuo.

Imagen 4

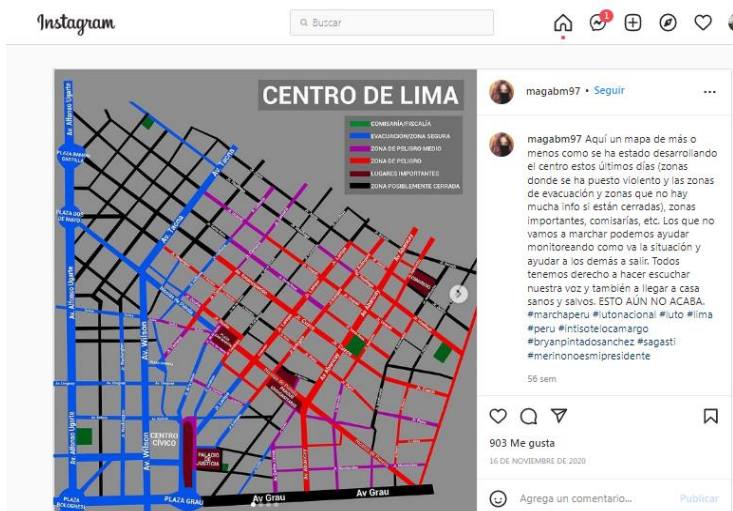
Colectivo que difundían la marcha del 15N



Nota: *Screenshot* de las redes sociales de los participantes

No todas las personas iban a protestar, pero siempre estaban pendientes, uno de los entrevistados mencionó que: “realizamos un excel para asegurarnos que las personas lleguen a su casa, realizamos un documento donde pusimos las recomendaciones que habíamos recopilado para protegerse”. Otra estrategia que utilizaron es la de realizar un mapa interactivo, donde se muestre cuáles eran las zonas peligrosas y las más tranquilas.

Imagen 5



Nota: *Screenshot* de las redes sociales de los participantes

Una entrevistada afirmó que a través de redes sociales subía una foto de cómo iba vestida y a qué hora regresaba para que quede en archivos y cuando llegaba hacía videos para tratar de informar todo lo que sucedía. Los participantes entrevistados aseguran que la red social que mayor impacto causó en ellos es la red social Facebook. Por otro lado, WhatsApp creó un impacto de información y coordinación en la mayor parte de los participantes en las entrevistas. Así mismo, la red Tik Tok en dos de los entrevistados mostró sensibilidad, ya que recopilaban imágenes, videos de lo que estaba pasando con una melodía de fondo triste. Instagram también movió a los entrevistados, mediante sus historias, sobre todo observaron que artistas (gente que mueve masas) compartía información por ese lado. Chávez (2016), agrega que las redes permitieron reportar cada acontecer de los movimientos en vivo, asimismo en las redes realizaron campañas difundiendo las razones de las movilizaciones, así como las recomendaciones de seguridad. De igual forma, Palenzuela (2018) afirma que es un lugar donde los jóvenes socializan y comparten sus ideas, donde a su vez, fomentan la participación en temas políticos, sociales, entre otros.

IV. CONCLUSIONES

Se concluye que las redes sociales fueron imprescindibles por la crisis pandémica en la que se encontraba el mundo y en especial añadiendo la situación política del país. De este modo, los jóvenes manifestantes, por medio de estas herramientas clave, crearon una conexión de forma online y offline con sus semejantes para solucionar la problemática y comenzar con el cambio político-social que el país necesitaba. Además, transmiten a las nuevas generaciones, las estrategias comunicacionales utilizadas en las redes sociales en las futuras manifestaciones en el Perú.

Se determinó que la participación juvenil a través de las redes sociales en las manifestaciones de noviembre de 2020 fue importante para lograr la masificación del fenómeno social; asimismo, brindó nuevas estrategias de comunicación para complementar lo ya visto en años anteriores, innovando en nuevas maneras de fomentar la participación, así como del intercambio de información, logrando lo que se esperaba, el cambio social reflejado en los resultados de la manifestación.

La investigación analizó que los jóvenes convirtieron sus redes sociales como canales de sensibilización para que las personas se involucrasen en las manifestaciones, y esto se demostró con la utilización del hashtag en sus publicaciones para crear diversas formas de comunicación entre los ciudadanos de todo el Perú y el mundo. Por ello, la interacción en cada post o historia en su cuenta llegaba a más personas, lo que creaba ese fenómeno emocional en cada usuario.

Se determinó que las redes sociales tuvieron un gran valor para la participación juvenil, pues conectaron a los usuarios de Perú con otros países. Asimismo, cumplieron la función de debatir y promover estas movilizaciones para que continúen sin descanso hasta lograr ser escuchados y por consiguiente el cambio social. También innovaron y marcaron por completo a cada participante, quienes crearon distintas estrategias de participación a través de redes sociales.

V. REFERENCIAS

- AGUIRRE, A., MOLINER, L., TRAVER, J (2017). Perdiendo miedos y ganando perspectiva: un estudio de caso sobre participación juvenil. **Revista de pensamiento e investigación Social**, 17 (2), 237-263
- AGUILAR, N. (2021). Sem quarentena: necropolítica e ação coletiva juvenil na Colômbia (2020). **Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud**, vol. 19, núm. 1, pp. 132-154. <https://doi.org/10.11600/rllcsnj.19.1.4539>
- AGUILAR, N. (2020). The Four Co’s Of Youth Collective Action: The Case Of Colombia’s National Strike (November 2019-January 2020). **Análisis Político**, 33 (98), 26-43. <https://doi.org/10.15446/anpol.v33n98.89408>
- ARAUJO, D., Ferrari, A., Nallon, N. (2019). “Ninguém solta a mão de ninguém”: conectados/as em rede, resistimos. **Práxis educativa**, vol. 14, núm. 2, pp. 659-677. <https://doi.org/10.5212/PraxEduc.v.14n2.014>
- AYALA, Raquel. (2008). La metodología fenomenológica hermenéutica de M Van manen en el campo de la investigación educativa. Posibilidades y primeras experiencias. **Revista de Investigación Educativa** 26(2) 409-430.
- BARÓN, L. (2015). ¿Revolución de Facebook? Medios sociales y movimientos sociales durante la Primavera Árabe de Egipto. **Trans-pasando Fronteras**, 7, 21-38. https://webcache.icesi.edu.co/revistas/index.php/trans-pasando_fronteras/article/view/2098/2686
- BECERRA-CHAUCA, N., & Taype-Rondan, A. (2020). TikTok: ¿una nueva herramienta educativa para combatir la COVID-19?, **Acta Medica Perú**, 37(2), 249-51. <https://doi.org/10.35663/amp.2020.372.998>
- BERNAL, C (2010). **Metodología de la Investigación**, (3ª ed.) Bogotá, Colombia: Pearson

- BRITO, A., FLACH, S. (2016). Juventude e participação social: concepções que orientam ações e políticas para os jovens brasileiros. **EccoS Revista Científica**, núm. 41, pp. 189-205. <https://doi.org/10.5585/eccos.n41.6686>
- BOHÓRQUEZ, G. y RUEDA, O. (2019). Jóvenes y participación política en el oriente colombiano: el papel de las redes sociales y los medios masivos. **Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas**, 49 (130), 175-201. <http://dx.doi.org/10.18566/rfdcp.v49n130.a08>
- CABALLERO, G.(2019). Usos de las redes sociales digitales para la acción colectiva: el caso de Ni Una Menos. **ANTHROPOLOGICA**, 37(42), 105-128. <http://dx.doi.org/10.18800/anthropologica.201901.005>
- CHAVEZ, N.(2020). **Movilizaciones Sociales en Lima: Redes, identidades y oportunidades en Los Pulpines y Toma el Bypass**. <https://departamento.pucp.edu.pe/ciencias-sociales/wp-content/uploads/2016/01/Movilizaciones-sociales-en-Lima.-Chavez-Noelia.pdf>
- ELÍAS, C. (2018). Activismo y comunicación en la era digital: ¿Perjudican las redes sociales la movilización ciudadana? ICONO 14. **Revista de comunicación y tecnologías emergentes**, 16(1), 42-63. <https://doi.org/10.7195/ri14.v16i1.1126>
- ESCOBAR, S. (2019). Más allá del concepto: experiencias y reflexiones en torno a la participación juvenil estudiantil. **Última Década**, 52, 65-79.
- FUSTER, D. (2019). Qualitative Research: Hermeneutical Phenomenological Method. Monographic: **Advances on qualitative research in education** 7(1) 201 - 229. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7889-2243>
- GARCÍA Y HURTADO (2012). **Redes sociales, un medio para la movilización juvenil** [Archivo PDF]. <https://core.ac.uk/download/pdf/230796001.pdf>

GLASER, B. G., & STRAUSS, A. L. 1967. **The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research**. New York: Aldine.

GÓMEZ, C. (2019). Movilización, represión y exilio de jóvenes activistas nicaragüenses. **Anuario de estudios centroamericanos**, 45, 232-260.
<https://doi.org/10.15517/AECA.V45I0.39778>

GOMES, F., COLUSSi, J. (2016). Uso do Facebook como mídia alternativa pela “Marcha das Vadias Sampa”. **Revista Latinoamericana de Comunicación**, núm. 131, pp. 401-417. <https://www.redalyc.org/journal/160/16057385032/16057385032.pdf>

GUTIÉRREZ, L. (2012). Conectivismo como teoría de aprendizaje: conceptos, ideas, y posibles limitaciones. **Revista Educación y Tecnología**, 1, 111-122.

HENAO, J., PINILLA, E. (2009). Jóvenes y ciudadanías en Colombia: entre la politización social y la participación institucional. **Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud**, 7 (2), 1405-1437.
<http://www.umanizales.edu.co/revistacinde/index.html>

LANDETA, Z., SALAMEA, V., MONTECÉ, F. (2020). Redes Sociales Y Periodismo Ciudadano: Investigación Documental Social Networks And Citizen Journalism: Documentary Research. **Revista Ciencia e Investigación**, (5), 1.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.3599276>

LA ROCCA, G. (2020). La fuerza de un signo. Perspectivas teóricas para el análisis de los hashtags #. BARATARIA. **Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales**, 27, 46-61. <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i27.559>

LÓPEZ, D. (2015). **La organización y difusión de la protesta social en las redes: el #8N** [Tesis de Grado, Universidad Nacional de Rosario].
<https://core.ac.uk/download/pdf/61706021.pdf>

LÓPEZ, J. (2018). YouTube como herramienta para la construcción de la sociedad del conocimiento. **Rehuso**, 3 (1), 1-16.
<https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Rehuso/article/view/1225/1022>

LÓPEZ, J. M. (2020). **¿Dónde está el almacén online en el que Telegram guarda tus conversaciones, fotos y otros archivos?** <https://hipertextual.com/2020/08/almacen-online-telegram-guarda-tus-archivos>

LONCLE, P., & CUCONATO, M. (2012). **Youth Participation in Europe: Beyond Discourses, Practices and Realities**. Policy Press.

LOZADA, J. (2014). Investigación Aplicada: Definición, Propiedad intelectual e Industria. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 3(1), 47 – 50.

LUIS, R. (2019). **Telegram**. 247 Tecno. <https://247tecno.com/telegram>

PALENZUELA, Y. (2018). Participación Social, Juventudes, y Redes Sociales Virtuales: Rutas Transitadas, Rutas Posibles. **Última Década**, N° 48, 3-34.
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/udecada/v26n48/0718-2236-udecada-26-48-00003.pdf>

PATTON, M. (2001). *Qualitative research & evaluation methods*. **Thousand Oaks**: Sage, 3, 549-98.

PUYOSA, I. (2015). Los movimientos sociales en red: del arranque emocional a la propagación de ideas de cambio político. **Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación**, 128, 197- 214.

RENDEROS, S. (Marzo de 2016). **Historia de Instagram**.
<https://isabel47503.wordpress.com/historia-de-telegram/>

RIGO, M. (2016). **Convergencia mediática: nuevas formas de pensar a los medios de comunicación**. *Actas de Periodismo y Comunicación*.

- SILVA DENYS, DE SOUZA WASHINGTON, DANTAS BRUNO y PAIVA DE JUAREZ (2018). Participação Juvenil e Formação em Gestão Social. **Revista interdisciplinar de Gestão social**, 7(2), 55-73. <http://dx.doi.org/10.9771/23172428rigs.v7i2.24684>
- TARULLO, R. y GARCÍA, M. (2020). Hashtivismo feminista en Instagram: #NiñasNoMadres de @actrices.argentinas. **Dígitos. Revista de Comunicación Digital**, 6: 31-54. 10.7203/rd.v1i6.172
- TECNOLOGÍA & INFORMÁTICA. (2019). **Todo Chat**. Obtenido de <https://tecnologiainformatica.com/chat-paginas-redes-sociales-chatear/>
- VALDERRAMA, B. L. (2013). Jóvenes, Ciudadanía y Tecnología de Información y Comunicación. El movimiento estudiantil chileno. **Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud**, 11 (1), 123 – 135.
- YEBOAH, J. y EWUR, D. (2014). The Impact of WhatsApp Messenger Usage on Students Performance in Tertiary Institutions in Ghana. **Journal of Education and Practice**, 5(6), 157- 164