



**UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA**

1 8 0 3

**“EL *TWITTER* COMO HERRAMIENTA DE CONTRAPODER EN LA
FORMACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA: LA COMUNICACIÓN DIRECTA
ENTRE GOBERNANTES Y GOBERNADOS.”**

POR:

JOHN JARDY CARDONA EUSSE

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE POLITÓLOGO
MODALIDAD MONOGRAFÍA**

ASESOR:

DIEGO ANDRÉS TORRES OLARTE

PROFESOR FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS

PROGRAMA DE CIENCIA POLÍTICA

FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

MEDELLÍN

2014

DEDICATORIA:

Quiero hacer una mención especial a mi Padre, quien me enseñó los valores y las lecciones más importantes para lograr mis objetivos más significativos, como el trabajar duro, con perseverancia, constancia y lo que ha sido la principal fortaleza propia, creer en que las cosas se pueden lograr.

A mis profesores que me han dejado como legado la importancia del conocimiento para entender el mundo y lo que es realmente útil en la vida.

A todos ellos GRACIAS.

INDICE:

RESUMEN	5
INTRODUCCIÓN	6
METODOLOGÍA	8
CAPITULO 1	
1.1 JUSTIFICACIÓN	10
1.1.1 La utilización del <i>Twitter</i> por parte del Alcalde de Bogotá	12
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	14
1.3 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	19
1.4 OBJETIVOS	20
1.4.1 Objetivo general	20
1.4.2 Objetivos específicos	20
CAPITULO 2	
2.1 MARCO TEÓRICO	21
2.1.1 Opinión pública	21
2.1.2 Formación de la opinión pública	26
2.1.3 La esfera pública como escenario de la opinión pública	30
2.1.4 Medios tradicionales y redes sociales	32
2.1.5 <i>Twitter</i> como formador de opinión pública	37

CAPITULO 3

3.1 ESTADO DEL ARTE	45
---------------------	----

CAPITULO 4

4.1 CONSTRUCCIÓN DEL CASO	49
---------------------------	----

4.1.1 Las protestas: día 1	50
----------------------------	----

4.1.2 Las protestas: día 2	59
----------------------------	----

4.1.3 Las protestas: día 3	60
----------------------------	----

4.2 MEDIOS DE REFERENCIA	63
--------------------------	----

4.2.1 El Espectador	63
---------------------	----

4.2.2 El Tiempo	64
-----------------	----

4.2.3 Publicaciones Semana	65
----------------------------	----

4.3 CUBRIMIENTO POR PARTE DE LOS MEDIOS	68
---	----

4.3.1 10 de marzo de 2.012	68
----------------------------	----

4.3.2 11 de marzo de 2.012	71
----------------------------	----

4.3.3 12 de marzo de 2.012	74
----------------------------	----

4.4 ¿CÓMO SE RESOLVIÓ?	76
------------------------	----

CAPITULO 5

5.1 CONCLUSIONES	80
------------------	----

BIBLIOGRAFÍA	85
--------------	----

ANEXOS	89
--------	----

RESUMEN

A partir de un análisis a las manifestaciones que sucedieron entre el 9 y el 11 de marzo del año 2012 en las rutas del transporte masivo de Bogotá, Transmilenio, y la manera como el Alcalde Gustavo Petro afrontó estos hechos en su cuenta de *Twitter*; se aborda el uso y la capacidad de cambio social y de relación entre los ciudadanos y la esfera política, y el impacto que tienen las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), principalmente la red social *Twitter*, como herramienta de comunicación y participación política.

INTRODUCCIÓN

Con un poder avasallante, en un mundo global, se abren camino ágilmente las tecnologías e innovación. Colombia no es ajena a esta realidad y se ha creado, según la Ley 1341 o Ley de TIC, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones: una entidad encargada de diseñar, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y que tiene como función incrementar y facilitar el acceso de todos los habitantes del territorio nacional a dichas tecnologías y a sus beneficios.

Los Medios de Comunicación son uno de los principales formadores de opinión pública, ya que la manera como enfocan la realidad y el tratamiento que realizan de la actualidad inciden en el pensamiento de la sociedad; pero ahora no son los únicos, las redes sociales¹ y los *social media*² en general están ocupando un lugar importante a la hora de ser protagonistas en la construcción de esa opinión pública.

Motiva el desarrollo del trabajo, la importante influencia que ejercen las redes sociales, específicamente el uso del *Twitter*, utilizadas como *herramienta de comunicación política*,

¹ Las redes sociales en internet son aplicaciones *web* que favorecen el contacto entre individuos. Estas personas pueden conocerse previamente o hacerlo a través de la red. Contactar a través de la red puede llevar a un conocimiento directo. Tomado de <http://www.fotonostra.com/dogital/redessociales.htm>

² El término «*Medios sociales*» es usado como contraste del conocido «Medio de comunicación de masas» para expresar el enorme cambio de paradigma que están viviendo los medios de comunicación en la actualidad. La mayoría de las veces el término es usado para referirse a actividades que integran la tecnología, las telecomunicaciones móviles y la interacción social en forma de conversaciones, fotografías, imágenes, vídeos y pistas de audio. Las conversaciones que pueblan los medios sociales y la manera en que se presenta la información, depende de una variedad de perspectivas y de la "construcción" de un propósito común entre las comunidades que se articulan en torno a ellas.

que han roto con el antiguo esquema de comunicación que centraliza la información, se han convertido en una fuente de información para difundir las diversas propuestas políticas por parte de los gobernantes. El caso de Gustavo Petro, Alcalde mayor de Bogotá, ha generado opiniones encontradas desde que asumió su cargo, debido al constante uso que le da a su cuenta personal en *Twitter*. Se quiere abordar el tema de las TIC desde el papel de las redes sociales en internet, y en particular el Twitter, considerado en la construcción de la opinión pública.

Como expresa Richard Davis:

“El Twitter se puede agrupar en tres categorías: de referencia a la información popular, a la comunicación entre los ciudadanos y el gobierno y el establecimiento de políticas públicas” (Davis, 2001:15).

Esta investigación pretende mirar la red social como ese símil de lo que sucede en el mundo real y que se traslada al mundo virtual, pues mucho se decía que estando en el mundo virtual nos estamos alejando de las personas y las redes sociales nos demuestran lo contrario desde su creación a finales de los años 90.

METODOLOGÍA

Se utilizará la investigación cualitativa centrada en un estudio de caso que analice el uso que le dio el Alcalde Gustavo Petro al *Twitter* respecto a los hechos ocurridos entre el 9 y el 11 de Marzo del año 2.012 en las rutas del transporte masivo de Bogotá, Transmilenio.

El modelo de análisis que se propone en esta investigación explorará los materiales seleccionados desde una perspectiva cualitativa, con el fin de observar las tendencias que el análisis de contenido haya puesto de manifiesto al revisar los medios de comunicación impresa tomados como referencia para esta indagación: *El Espectador*, *El Tiempo* y *la Revista Semana*.

El estudio de caso analiza temas actuales, fenómenos contemporáneos, que representan algún tipo de problemática de la vida real, en la cual el investigador no tiene control. Al utilizar este método, el investigador intenta responder el cómo y el por qué, utilizando múltiples fuentes y datos. Según Martínez Carazo, el estudio de caso es:

[...] una estrategia de investigación dirigida a comprender las dinámicas presentes en contextos singulares, la cual podría tratarse del estudio de un único caso o de varios casos, combinando distintos métodos para la recogida de evidencia cualitativa y/o cuantitativa con el fin de describir, verificar o generar teoría (2011:174).

Siguiendo la definición anterior, podemos afirmar que el estudio de caso es un método que permite obtener un conocimiento más amplio de fenómenos actuales, por lo tanto es de gran utilidad a la hora de llevar a cabo la investigación sobre “*el Twitter como herramienta de contrapoder en la formación de la opinión pública*”.

El estudio de caso permite que los datos sean adquiridos desde múltiples fuentes como: documentos, registros de archivos, entrevistas directas, observación directa, observación de los participantes e instalaciones u objetos físicos. Diagnostica y ofrece soluciones en el ámbito de las relaciones humanas, en el caso que nos ocupa, los hechos ocurrido en las rutas de transporte masivo de Bogotá, Transmilenio, entre el 9 y 11 de marzo de 2.012.

Se hace una herramienta útil para ampliar el conocimiento de dicho entorno, desde múltiples posibilidades, donde se conjugan variables y fuentes, porque este método permite analizar un problema, determinar diferentes alternativas para resolverlo y tomar decisiones objetivas y viables. El método del estudio de caso es una estrategia metodológica de investigación científica, útil en la generación de resultados que posibilitan el fortalecimiento, crecimiento y desarrollo de las teorías existentes o el surgimiento de nuevos paradigmas científicos.

Para tener un apropiado desarrollo de esta investigación, se llevarán a cabo tres momentos metodológicos que permitirán un adecuado análisis de dicha coyuntura; siendo el primer momento la construcción del caso, que serán las manifestaciones que sucedieron en Bogotá y que son mencionadas anteriormente; como segundo momento se hace un levantamiento de la información, que se hace por medio de un rastreo de prensa. Los datos para esta investigación son tomados desde una variedad de fuentes: documentos encontrados en la Revista *Semana*, registros de archivos de dos diarios de prensa de Colombia como son *El Espectador* y *El Tiempo*, con el fin de obtener información que permita deducir conclusiones precisas acerca del tema principal. Como tercer y último momento se hace la sistematización y el respectivo análisis de la información.

Por encontrarnos inmersos en una cultura mediática, esta investigación, más que pretender dar respuestas a los interrogantes surgidos a través de ella, formula preguntas, desarrollando una visión a largo plazo de tipo analítico.

CAPITULO 1

1.1 JUSTIFICACIÓN

El poder y la política se encuentran a través de la comunicación. En nuestro tipo de sociedad, que puede decirse es una sociedad democrática, los medios de comunicación de masas son decisivos en la formación de la opinión pública, pues condiciona la decisión política. La política es tomada como política mediática, lo cual tiene consecuencias importantes sobre la política misma, ya que conduce a su personalización y a la política del escándalo. Ahora bien, la comunicación de masas está siendo transformada por la difusión de Internet y las redes sociales, así como por la comunicación inalámbrica. La necesidad de la auto-comunicación de masas permite que ocurra una mayor intervención de los ciudadanos, lo que ayuda a los movimientos sociales y a las políticas alternativas. Pero al mismo tiempo también las empresas, los gobiernos y los políticos intervienen en el espacio de Internet. De ahí que las tendencias sociales contradictorias se expresan por uno y otro lado tanto en los medios de comunicación de masas como en los nuevos medios de comunicación. De esta forma, el poder se decide cada vez más en un espacio de comunicación multimodal. En nuestra sociedad, el poder es el poder de la comunicación.

Con el desarrollo de este trabajo se pretende abrir nuevas perspectivas en el campo de la ciencia política, con la utilización del *Twitter* como herramienta en la comunicación política, determinando su importancia y contribución en la interacción directa entre los gobernantes y los gobernados, en beneficio de una opinión pública que se aproxime a una percepción más precisa y directa, por lo menos diferente de la gestión del político sin la influencia, muchas veces sesgada de los medios.

Esta investigación nace de la motivación de identificar cuál es la contribución que hace la red social *Twitter*, en la formación de la opinión pública, basándose en el uso que le da al *Twitter* el Alcalde de Bogotá, Gustavo Petro, respecto a las manifestaciones que sucedieron entre el 9 y el 11 de marzo del año 2012 en las rutas del transporte masivo, Transmilenio.

Las investigaciones que se encontraron se ocupan literalmente de la importancia en cuanto al manejo político que se puede hacer de una herramienta tan flexible que brinda la red social, *Twitter*, en la comunicación política, que trata de la relación directa que permite entre gobernante y gobernados para explicar sus decisiones y el curso de las acciones. Aunque puede significar correr un riesgo al exponerse de manera directa a su electorado, también es una oportunidad, que bien aprovechada, es una forma de ganar confianza, y con los resultados de su gestión, a futuro, le puede significar un mayor grado de independencia frente a los formadores tradicionales de opinión, los medios de comunicación, desembocando en lo que se puede constituir en una nueva forma de adquirir cultura política.

Se considera que se tienen herramientas teóricas, documentales, técnicas y materiales para llevar a cabo la investigación y para resolver los interrogantes planteados a partir de una base empírica que indague cómo las redes sociales, en particular el *Twitter*, posibilitan diferentes alternativas que contribuyen a una eficiente comunicación entre la esfera pública, representada en la opinión pública y el aporte del *Twitter* como medio de participación ciudadana con las posibilidades que ofrece el medio de auto - comunicación de masas.

Para las ciencias sociales este estudio es pertinente en cuanto las redes sociales, específicamente *Twitter*, traducen la comunicación con otras personas en pequeñas piezas de información digital que alimentan nuestra conciencia con estímulos ricos y variados, todos de carácter “mental” (esto es, digital), pero reales en tanto que son compartidos y objetivables. Se fomenta una conectividad abierta sin límites, como la de los blogs. Por eso, dicha red social permite estar conectado en tiempo real con todo lo que pasa en el mundo o al menos con aquellos temas que nos interesan e interesan a un cierto número de personas. Esto sería una sociedad digital. La participación en este tipo de eventos genera una especie de conexión con el mundo, que produce una mayor implicación e interés por lo que está pasando, al tiempo que permite opinar, escuchar opiniones, discutir, influir y ser influido; se trata de algo así como un *Ágora* pública, si no fuera porque es digital y porque el término *tweet*, y además su logo, evoca más a un grupo de pájaros que se reúnen para “piar” sobre un tema, mientras los demás observan desde cierta distancia, siempre dispuestos a salir volando hacia otro árbol o emigrar fuera del mundo mental-digital.

No obstante, este “piar” conjunto crea este tipo de conexión especial, mental y simbólica, con el acontecer social y con los otros que pueden ser observadores o que pian desde su nido. Se termina estando más interesado por cualquier tema, se sigue más de cerca, se observa con más intensidad, para profundizar en puntos de vista propios y conocer los de otros, y finalmente llevar “la actualidad” con uno mismo. Este tipo de conectividad nos da la sensación de estar participando más activamente en el mundo, de que nuestra opinión cuenta y sobre todo, de que tenemos una experiencia real y directa de lo que sucede, generando así opinión pública.

1.1.1 La utilización del *Twitter* por parte del Alcalde de Bogotá, Gustavo Petro.

El *Twitter* se ha convertido en un canal que el usuario utiliza para documentar lo que hace, piensa o sucede en su día a día. La comunidad política no es ajena a este fenómeno tecnológico y muchos de sus actores deciden exponer sus ideas vía *web*. Los usuarios que puedan acceder a él, tienen plena libertad de comunicarse con millones de personas, en cualquier parte del mundo y sin restricciones. Esto ha permitido que el *Twitter* sea una herramienta más, que pueda usarse en el ámbito político, con el fin de llegarles fácilmente a los electores, en cualquier sociedad. En países como Irán mantienen informado al mundo de lo que pasa en su territorio, mostrando la realidad que el gobierno iraní no quiere revelar; de allí la reducción en banda ancha que dicho gobierno impuso a sus ciudadanos con el objetivo de no permitir la carga de fotos o videos a la *web*.

Cabe tener en cuenta que en países en desarrollo como Colombia, aun con el progreso telefónico, la penetración del internet en la geografía de la región es mucho más limitada que en países industrializados como Estados Unidos. Este factor, sin duda, restringe el alcance del *Twitter* en ciertos niveles socioeconómicos.

El *Twitter* fue una de las últimas creaciones de la Red Informática Mundial, conocida comúnmente como *web*. Su servicio de *Micro-blogueo* es gratuito y no hay restricciones para que el usuario cree un perfil y publique mensajes o *tweets* de hasta 140 caracteres.

Estos *tweets* pueden ser leídos por otros usuarios, quienes eligen a su vez ser *followers* – seguidores- de otros usuarios. El *Twitter* posee un gran alcance en el mundo real.

Según el periodista, politólogo y sociólogo español, Roc Fages- Ramió, en su artículo: “*actitud 2.0: la política más allá de los blogs*”

“Algunos políticos utilizan Twitter para comunicarse con sus potenciales votantes; incluso lo usan para comunicarse con sus rivales políticos (Fages- Ramió, 2008).

El *Twitter* es un instrumento de alto impacto sobre el desarrollo de la actividad política de un país, siendo manejado como canal para expresar pensamientos e ideas de índole político.

En América Latina es evidente cómo personajes de la esfera política se van sumando a la comunidad *twittera*. En el caso de Colombia, el Alcalde de Bogotá, Gustavo Petro, quien es protagonista en esta investigación sobre el papel del *Twitter* en la formación de la opinión pública como elemento constitutivo de la auto - comunicación de masas, permitiendo una comunicación directa entre gobernantes y gobernados en la que se elimina la influencia de los medios tradicionales de comunicación (prensa, radio, televisión) y cómo se le dio manejo, a través del *Twitter*, a las manifestaciones que sucedieron entre el 9 y el 11 de marzo del año 2.012 en las rutas del transporte masivo de Bogotá, Transmilenio.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Desde una mirada política es importante darle especial énfasis a la opinión pública como base de la toma de decisiones, por tanto manejar la construcción de ideas y moldear el pensamiento de las personas es una de las formas más efectivas, junto con el uso del poder coercitivo, para ejercer el poder, ya que la forma en que sentimos y pensamos determina nuestra manera de actuar, tanto individual como colectivamente.

El enfoque de la presente investigación, se hace desde el *Twitter* como herramienta de comunicación política en ese papel emancipador de los que se sienten oprimidos y reclaman reconocimiento, en los movimientos sociales como mecanismos de difusión y convocatoria de sus repertorios³ tendientes a planear futuras acciones. El elemento vinculante con el tema es la relación que se pretende analizar entre los ciudadanos particulares, los privados, y la institucionalidad, en la configuración de la opinión pública y el contrapoder en relación al de los medios masivos de comunicación que puede significar el uso o los discursos en el *Twitter*⁴, como herramienta en disputa con la gran influencia que han tenido los medios de comunicación (comunicación política), en su formación.

³ Véase el concepto de repertorio formulado por Charles Tilly y citado por TARROW, Sidney en: *El poder en movimiento: Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. 2da. Edición. Ed. Alianza. Madrid. 2.004. Pág. 138

⁴ Los analistas Charlene Li and Josh Bernoff plantearon en 2008 el concepto de Groundswell (una posible traducción sería *remolino*) como una tendencia social en la que las personas consiguen lo que quieren de otros modos en vez de acudir a las instituciones tradicionales. “Cuando uno tiene un teléfono celular, tiene un enorme poder en sus manos. Inmediatamente se está conectando con casi el mundo entero. Esa conexión permite saltar muchas instituciones en el modo tradicional de hacer las cosas. Este fenómeno está cambiando significativamente el periodismo y la política. Por ejemplo, con las noticias lo que ocurre es que si uno quiere enterarse de qué está pasando con las elecciones probablemente vaya a internet y pregunte a sus amigos en vez de leer un artículo. Especialmente se ve esto en *Twitter*: la gente va ahí y lee los títulos. También en la política. Cuando la gente no está contenta con el gobierno usa internet para conectarse directamente con otros y

De la misma manera, la relación entre los medios de comunicación y la política ejerce un papel determinante para el texto que se presenta. Las tensiones imbricadas, debido a los intereses privados que representan los primeros en virtud de la cual se rigen por criterios de lucro y sostenibilidad financiera, los medios son presa y protagonistas de la competencia económica hasta alcanzar, después del poder económico, llegar a ser un segundo poder. En palabras de Ramonet:

“Esa competencia los obliga a producir contenidos entretenidos que apelan a las emociones, tipo espectáculo sacrificando contenidos relevantes para la formación de una opinión pública crítica, de las personas y que, según algunos, inducen a la alienación política, el cinismo, la apatía y la pérdida de capital social” (Ramonet, 2000:6).

En América Latina (los países más sonados Ecuador, Venezuela, Bolivia, Argentina) se están gestando de manera progresiva gobiernos *pos-neoliberales* llamados de la “nueva izquierda” en los que por sus posiciones en relación con el mercado, principalmente, y sus decisiones a favor de los más pobres, los medios los tildan de “populistas”. La rejuvenecida presencia de la izquierda en el ámbito político de Latinoamérica es fijada más que en los escenarios tradicionales – sistema de partidos, representación parlamentaria, entre otros–en el surgimiento de gobiernos que, remotamente, se identifican como de “centro-izquierda” o “progresistas” y en la sublevada aparición de movimientos sociales que, en algunos países, tomaron una enorme fuerza. Esta fuerza está expresada de varias formas, desde la “ocupación de calles y plazas” para resistir a las políticas del neoliberalismo, hasta la infiltración de insurgencias masivas que ocasionaron, en los últimos años, el derrocamiento de gobiernos en Perú, Ecuador, Argentina y Bolivia.

En territorios donde la transición al pos-neoliberalismo se dio de manera paulatina, existen conflictos entre el régimen político y los medios. Esto se comprueba en la decisión de muchos mandatarios de establecer una forma de comunicarse directamente con la sociedad, un “*by pass mediático*”, como lo llamaría el periodista boliviano Fernando Molina, que les

organizar por fuera de las instituciones existentes o partidos políticos. Disponible en: www.lanacion.com.ar/1466950-campanas-politicas-30

permita a los gobiernos una comunicación directa con la sociedad mediante el impulso a leyes regulatorias, la ampliación del complejo de medios públicos, y lo que se quiere agregar acá, la utilización del *Twitter* para el caso que se vive en Bogotá. Aunque allí se evidencia, más bien, una confrontación sin declaraciones formales en ese sentido.

El debilitamiento de los partidos tradicionales, generó unos espacios que fueron llenados por los medios de comunicación y que han ido tomando más fuerza en la influencia, y al decir de algunos, hasta llegar a gobernar desde las ondas de radio, la señal de televisión, la imprenta de los periódicos y las Revistas.

Histórica y empíricamente hay un acuerdo entre académicos y activistas acerca de lo que constituye el criterio y los indicadores para definir a una política de nueva- izquierda.⁵ Estos incluyen: la disminución de las desigualdades sociales; el incremento de los estándares de vida interés general y la propiedad nacional por encima de la propiedad privada y extranjera; impuestos progresivos por encima de los regresivos (IVA, consumo); las prioridades presupuestarias que favorezcan los principales gastos sociales e inversiones públicas en trabajo en lugar de subsidios a los explotadores y al pago de la deuda externa; la promoción y protección de la propiedad nacional de materias primas por encima de explotación extranjera; la diversificación de producción para valorar productos añadidos como oposición a vender materias primas sin procesar; la subordinación de producción para exportación al desarrollo del mercado interno; participación y poder popular en tomas de decisión como oposición a las decisiones de la élite hechas a través de negocios, la banca internacional (FMI) y élites políticas; consulta con movimientos de masas en la selección de ministros claves en gabinetes de gobierno en lugar de ser con las élites de negocios locales y extranjeras; adopción de una política exterior antiimperialista contra el apoyo a los libre-mercados, a las bases militares y a las guerras imperiales y de ocupación; revocar privatizaciones perjudiciales y oponerse a su ampliación y consolidación; aumento del salario mínimo en contra del exceso de pagos de la deuda externa y promoción de

⁵ <http://www.marxismo.org/?q=node/219>

legislación laboral que facilite la organización sindical; una educación y servicios de salud públicos gratuitos y universales.

Lo que se intenta comprobar en las páginas siguientes es si los gobiernos, tanto de izquierda como de afiliación derechista, están utilizando las redes sociales, particularmente el *Twitter*, como camino alternativo de comunicación con sus electores, diferente a la exclusiva utilización de los medios de comunicación de masas.

Para demostrar esta afirmación, se encuentra en Moisei Ostrogorski una buena representación de lo planteado:

“la función de las masas en una democracia no es gobernar sino intimidar a los gobernantes en el sentido de vigilarlos, presionarlos para que cumplan con su cometido de manera legítima.” (2008: 183)

En la actualidad, se usaría la idea de la rendición de cuentas para expresar la antigua propuesta de este politólogo, historiador, jurista y sociólogo bielorruso.

“En tiempos de globalización y auge de las nuevas tecnologías no solo gobiernan los políticos, sino también, en algún sentido los medios. La novedad es que la sociedad ha comenzado a intimidarlos (Natanson, 2000:67).

Con la fuerza de los medios y el distanciamiento ideológico de los gobiernos, se han producido choques en los que se ha puesto de manifiesto el cuestionamiento del poder de los medios frente a esas nuevas tendencias que no coinciden con sus intereses. El diálogo se vuelve protagonista de la comunicación. Hasta ahora el público recibía la información de los medios de comunicación o de otros emisores directamente y se tenía poca capacidad de respuesta, crítica, diálogo o interacción. Con el acceso a las TIC se han abierto nuevas vías. En las redes sociales y los *social media* en general, un individuo puede opinar o contar a otro lo que está viviendo o sintiendo en la otra parte del mundo.

Los medios de comunicación compiten con personas. Las dos funciones principales de los medios de comunicación tradicionales: la información y la opinión, la están desempeñando ahora también los individuos. A ojos de los usuarios, sus iguales, los otros usuarios carecen

de intereses económicos o políticos, por lo que en algunos casos se da más credibilidad a sus afirmaciones.

Con la irrupción de las redes sociales, la credibilidad no solo la da la marca, la da también un amigo, un individuo o un grupo específico que se sigue. Este individuo, que puede estar en la otra parte del mundo, que al haber una comunicación directa y sin intermediarios se le da más crédito porque lo está contando alguien en primera persona, que lo está viviendo y que puede mandar fotografías o vídeos de lo que está ocurriendo. Esto permite que el receptor los pueda ver, analizar y luego compartir con otras personas de su entorno, y así crear una eficiente red de información. Con la incursión de la *web* los ciudadanos se han transformado en *pseudo-informadores*. Sin estar de acuerdo con el término “periodismo ciudadano”, ya que los ciudadanos no son periodistas: no contrastan las informaciones lo que conlleva a la falta de veracidad. Pero es un hecho que los ciudadanos pueden informar e informan, ya sea de primera mano o no.

Los medios de comunicación no pueden competir en algunas cosas con las redes sociales, pero sí pueden hacer lo que mejor saben hacer y lo que les hace diferentes, una información completa, seria y contrastada, aunque esa parte que los hace tan veraces se haya ido perdiendo por la misma influencia de parte del Estado. Se ha dado lugar a la aparición de un nuevo tipo de creador de opinión, un nuevo perfil de líder de opinión muy ligado a los *social media*.

1.3 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

La unidad de análisis en la presente investigación es la red social *Twitter* y el problema que motivó la investigación acerca de: “*El Twitter como herramienta de contrapoder en la formación de la opinión pública: la comunicación directa entre gobernantes y gobernados*”, intenta dar respuesta a la pregunta sobre: ¿Cuál es la contribución del *Twitter* en la formación de la opinión pública?

Para dar respuesta a este interrogante se hace un análisis de las alteraciones del orden público, ocurridas en el sistema de transporte masivo, Transmilenio, entre el 9 y el 11 de Marzo del año 2.012, en Bogotá y la manera como el Alcalde de esta ciudad manifestó sus opiniones sobre dichas alteraciones, por medio del *Twitter*.

El objeto de estudio de esta investigación será entonces: el *Twitter* como herramienta de poder político. Se hace un estudio de este caso que es pertinente para la ciencia política, pues a partir de un profundo análisis de diversos acontecimientos sociopolíticos ocurridos durante el gobierno de Gustavo Petro y el uso que este personaje da al *Twitter*, se aborda la relación entre ciudadanos y la esfera política.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo general:

- Identificar cuál es la contribución del *Twitter* en la formación de la opinión pública como elemento constitutivo de comunicación de masas, permitiendo una comunicación directa entre gobernantes y gobernados en la que se elimina la influencia de los medios tradicionales de comunicación.

1.4.2 Objetivos específicos:

- Comprender la importancia de la comunicación política como expresión de poder estatal en la formación de la opinión pública.
- Describir el comportamiento y las lógicas de poder en los medios tradicionales de comunicación como formadores de la opinión pública.
- Analizar posibles elementos adicionales que aporta el *Twitter* como herramienta de comunicación política.

CAPITULO 2

2.1 MARCO TEÓRICO

Se analizan en varios documentos encontrados, el alcance que han tenido las redes sociales en la práctica democrática y la movilización social y política, así como la incorporación de los medios de comunicación – *mass media*- al nuevo espacio público.

Las evidencias del protagonismo de las redes sociales en la política actual contrastan con la ausencia de trabajos de ciencia social y política que permitan tener una intelección más completa del fenómeno, y tal vez esta es una de las razones que condujo a incentivar una investigación que pudiera contemplarlo desde una perspectiva más amplia. Se pretende arrojar una luz sobre la forma en que las redes sociales, específicamente el *Twitter*, funcionan o han funcionado en varios acontecimientos en los que son o han sido protagonistas, enfocándonos siempre en el caso Transmilenio y el uso constante de esta mencionada red por parte del Alcalde mayor de Bogotá.

“Opinión pública”, “Formación de la opinión pública”, “Esfera pública como escenario natural de la opinión pública”, “Medios tradicionales y redes sociales” y “El Twitter como formadora de opinión pública”, serán las principales categorías de análisis propuestas, en las que se va a hacer énfasis para dar una posible respuesta a la pregunta que motivó este trabajo investigativo.

2.1.1 Opinión pública

El concepto de opinión pública se asocia con el de política y esto lo sustentan autores como Giovanni Sartori, quien da a entender que no puede haber opinión pública sino se está en un gobierno democrático, o tal como lo dice en sus propios términos:

“la opinión pública es el fundamento esencial operativo de la democracia, la cual se basa en la soberanía popular, donde el pueblo para ser soberano debe poseer y expresar opiniones” (Sartori, 172:1999)

Por eso dice que la opinión es “*doxa*” (simple opinión) y no “*episteme*” (saber o ciencia). Para pasar de “un gobierno del saber” a un “gobierno de opinión”, a la democracia representativa solo le importa que el público tenga opiniones y no conocimientos filosóficos. Siguiendo a Sartori en “Teoría de la democracia”, quien sustenta a la opinión pública como

[...] opinión generalizada o como estado mental que interactúa con flujos de información sobre el estado de la cosa pública, que puede existir sobre cualquier tema que se difunde entre un gran público que está interesado en esa cosa pública, un público de ciudadanos que tiene una opinión sobre la gestión de los asuntos de la comunidad política, donde el sujeto es además el objeto de la expresión. Una opinión es pública porque no es estatal, porque afecta a objetos y materias que son de naturaleza pública: el interés general y el bien común (Sartori, 118:1988).

La opinión pública es la tendencia real o estimulada, de una sociedad hacia hechos sociales que sean de su interés. Este concepto ha sido dominante en lo que se refiere a la comunicación política; con el predominio de los medios modernos de comunicación, en una sociedad masificada el territorio de la opinión parece retomar un nuevo enfoque. La expresión opinión pública que se usa actualmente se remonta a mediados del siglo XVIII. Sin embargo, antes de ese período se trataban términos relacionados como opinión común, opinión popular, voluntad general, *vox populi*, que hacen referencias indirectas sobre la opinión pública.

Desde las diversas ramas académicas, existen múltiples conceptos que aportan una definición al término opinión pública. A partir de una perspectiva racional y voluntarista, Ferdinand Tönnies entiende la opinión pública

... como conglomerado de puntos de vista, deseos y propósitos diversos y contradictorios, y opinión pública como potencia unitaria, expresión de la voluntad común (1992:131).

Desde una perspectiva mental-estereotipada, Walter Lippmann sostiene que:

“Las imágenes que se hallan dentro de las cabezas de los seres humanos, las imágenes de sí mismos, de los demás, de sus necesidades, propósitos y relaciones son sus opiniones públicas” (2003:41).

Hans Speier, desde una mirada liberal-democrática, entiende por opinión pública:

“Las opiniones sobre cuestiones de interés para la nación expresada libre y públicamente por gentes ajenas al gobierno, que pretenden tener el derecho de que sus opiniones influyan o determinen las acciones, el personal o la estructura de su gobierno”. (1969:102)

Jürgen Habermas, desde su pensamiento crítico-normativo señala que:

“Opinión pública significa cosas distintas según se contemple como una instancia crítica con relación a la notoriedad normativa pública, “representativa” o manipulativamente divulgada, de personas e instituciones, de bienes de consumo y de programa” (1982:97).

Desde una perspectiva psicosocial, Elisabeth Noelle-Neumann sitúa la opinión pública como:

“las opiniones sobre temas controvertidos que pueden expresarse en público sin aislarse” (1995:88).

Otto Baumhauer a través de su pensamiento sistémico-informativo sostiene que la opinión pública:

“es el producto del proceso transformativo de información introducida en el sistema abierto de clima de opinión pública” (1987:136)⁶.

⁶ Citas tomadas de Carlos Monzón. *“La opinión pública: Teorías, conceptos y métodos”*. Tecnos, Madrid, 1987. Pág. 136, quien teniendo en cuenta varios autores ensaya una definición de opinión pública: “la discusión y expresión de los puntos de vista del público sobre los

Para el derecho y ciencia política la opinión pública permite verificar el sistema político democrático; en cambio para algunos enfoques de la sociología se trata de un instrumento del control social; y, para otros especialistas, no es más que una condición formal que permite clasificar resultados de los sondeos de opinión pública.

A la opinión pública se le quieren atribuir ciertas características y es que está no sólo tiene una identidad política, no siempre es plural, no sólo se encuentra en sociedades democráticas. Se tiene un objeto de estudio que debe ser abordado de manera interdisciplinaria, como lo propone Habermas. Un sistema político democrático exige un conocimiento de lo que delibera la ciudadanía, la opinión pública.

Entonces, la opinión es “pública”, en dos sentidos. En primer lugar por ser la “opinión compartida”, la opinión de la mayoría y en segundo lugar, por ser una “opinión publicada”, gracias a que se publica. (Reynié, Dominique, 181:1995)

Vale la pena hacer una distinción de estas dos asociaciones. La opinión pública es un juicio más o menos generalizado entre la población en relación a los asuntos que son de conocimiento colectivo, la cual expresa un grado de legitimidad acerca del gobierno y demás instituciones. Su fuerza radica en las acciones de permanencia y cambios en las actitudes del gobierno y –algunos argumentan incluso– en el grado de control sobre ellos. “La opinión pública del público” u opiniones del público, es un proceso cuantitativo de las opiniones. Es la “opinión pública del público” de una gran mayoría, susceptible de ser medida por encuestas.

asuntos de interés general, dirigidos al resto de la sociedad y, sobre todo, al poder”. Raúl Rivadeneira “*La opinión pública. Análisis, estructura y métodos para su estudio*”. México: Trillas, cuarta edición, 1995. Pág. 63. Hizo lo propio años antes cuando sintetizando varias definiciones sostuvo que la opinión pública era “*el fenómeno psicosocial y político que consiste en la discusión y expresiones libres, de un grupo humano, en torno a un objeto de interés común*”.

La opinión publicada, por el contrario, es una noción cualitativa, es una opinión pública autorizada, es una opinión pública que se publica. Incluso para autores como Carlos Monzón la opinión pública

...es la de una minoría que tiene medios específicos y directos para hacerse oír por el público, a través de los voceros de opinión pública. La opinión pública es una dimensión del poder político. En esta medida los medios de comunicación pueden desempeñar un papel reforzador de la legitimidad o cuestionador de la misma (1987).

Como se mencionó anteriormente, el sistema democrático requiere de la opinión pública, pues es un elemento importante para la supervivencia de ese sistema, se necesitan y se complementan mutuamente. Por esto algunos autores consideraban entre sus funciones la vigilancia y control de la vida política. Por un lado la *democracia*, garantiza los derechos y libertades de los ciudadanos, especialmente la libertad de opinión y expresión. Por otra parte, la opinión pública desarrolla una conciencia colectiva que participa, vigila y expresa sus puntos de vista sobre los temas de interés general.

Como bien recuerda Monzón

“los controles, manipulaciones y obstáculos que se pongan a la opinión pública repercutirán necesariamente en el desarrollo democrático de la sociedad” (1987:150)

La opinión pública indica, en una asociación primaria del concepto como política, un público interesado en la cosa pública. Una opinión se denomina pública no sólo porque es del público, sino también porque afecta a objetos y materias que son de naturaleza pública: el interés general, el bien común, y en esencia, la *res publica*. Es importante distinguir dos clases de opinión: la de la humanidad, que se caracteriza por ser irreflexiva, no mediada por la discusión y la opinión crítica, que es inculcada pasivamente en cada una de las sucesivas generaciones.

Según Sartori la opinión pública que en contraste quiere ser producto de la reflexión, emerge de la discusión, reflejar un consenso activamente producido, se puede definir como:

“un público, o una multiplicidad de públicos, cuyos estados mentales difusos (opiniones) interactúan con los flujos de información sobre el estado de la cosa pública” (1999:171).

Se considera importante destacar a Martín López en su libro “Sociología de la opinión pública”, en primer término:

El sustento de la opinión pública es un conjunto de ideas y representaciones, a partir de ellas se elaboran principios, máximas, y reglas en las que acciones e instituciones. En segunda instancia, y en cuanto a su objeto, la opinión pública tendría en los asuntos políticos su núcleo fundamental. En tercer lugar, en lo que hace a su papel, toda vez que la opinión pública funciona como una especie de código moral, se centra sobre las transgresiones, juzgando la corrección formal de los comportamientos. Cuarto, y relativo a su naturaleza, todos cuantos viven (en sociedad) y tienen conciencia de los asuntos sociales y políticos, tienen el deber de participar en la elaboración de la opinión pública, discutiendo lo que crean falso o erróneo. Sin embargo, la opinión pública suele aparecerse a los individuos como un poder exterior y extraño (López, 2007:7).

2.1.2 Formación de la opinión pública

La formación de la opinión pública se construye como producto de dos líneas posibles: las creencias y la ideología. En el sistema de creencias hay cabida para escuchar, recibir, leer y considerar afirmaciones que pueden disentir de la opinión de la que se parte. Es un proceso de mente abierta en el que se pueden escuchar mensajes disonantes. En la ideología, por el contrario, no se permiten escuchar ideas que vayan en contravía de lo que su formación tiene estipulados en el sistema cognitivo, por lo tanto es un proceso de mente cerrado.

La importancia de la opinión pública radica en que, como nos dice Sartori:

...la democracia representativa se caracteriza no como “gobierno del saber” sino, por el contrario, como “gobierno de la opinión”, lo que equivale a decir que a la democracia le basta la doxa, que el público tenga opiniones, nada más. También se tiene que la pertinencia entre la opinión pública y la política, radica en que la soberanía popular en la que se sostienen los gobiernos, encuentran sustento en las manifestaciones de la opinión legitimadora, en torno a condiciones como el disenso expresados en la oposición y la alternancia de los gobiernos, y el consenso sobre los fundamentos, los valores de fondo y sobre las reglas del juego político (1999:172).

Para la realización del ciudadano como miembro de la sociedad civil, que se mueve en una esfera pública y que necesita de un flujo de información suficiente para crear la opinión pública, en tanto ciudadano libre y consciente, capaz de escoger la orientación política que le conviene; nos encontramos frente a un ideal que contradice una y otra vez la realidad histórica, los intereses patrimoniales, la existencia de una sociedad del favor y el clientelismo de las clases dominantes. Estos factores harán que los intereses particulares primen sobre el orden general, impidiendo el florecimiento de los valores democráticos.

“Por ser una extensión de lo privado, el espacio público difícilmente podría desarrollarse como una esfera autónoma, independiente de las imposiciones privatistas (Ortiz. 2002:71).

El proceso de formación de la opinión pública se puede producir por dos caminos a saber: *bubble-up*, que es el que se forma desde abajo por problemas que afectan al público de cerca, a personas o cosas propias como un “rebullir” del cuerpo social que sale hacia lo alto.

Lo que se contraponen a esta imagen es el “cascade model” es decir, un proceso descendente en el que intervienen desde las élites económicas, elites políticas y de gobierno, redes de comunicación de masas, líderes de opinión hasta confluir en el demos o público de masas (Sartori, 1999:174).

Para que se desarrolle una opinión pública dentro de la esfera pública se necesita de un espacio público; allí se da la interacción social y significativa donde las ideas y los valores

se forman, se transmiten, se respaldan y combaten. Espacio que en última instancia se convierte en el campo de entrenamiento para la acción y la reacción.

Por eso a lo largo de la historia, el control de la comunicación socializada por parte de las autoridades ideológicas, políticas y de los ricos es la fuente determinante del poder social (Castells. 2009:375).

Las sociedades se manifiestan de diferentes maneras de acuerdo a unas formas que tienen de construir sus gustos y preferencias, que son transmitidas por diferentes actores utilizando canales como son los medios de comunicación. Es en la posibilidad de acceder a ese control donde se basa el ejercicio del poder. Utilizan toda clase de argumentos que venden como ideas emocionalmente llamativas para detener cualquier intento de búsqueda por hacer cambios. Poder es algo más que comunicación, aunque tiene fuertes arraigos en la capacidad de modelar la mente; y comunicación es algo más que poder, lo menciona Manuel Castells, quien, junto a Giovanni Sartori y Habermas, son los principales referentes para la construcción de esta propuesta académica. Y continúa, pero el poder depende del control de la comunicación, al igual que el contrapoder depende de romper dicho control.

La coacción es importante para ejercer el poder reconociendo que es una fuente básica, pero no es suficiente para alcanzar la dominación. Para que sean aceptadas las normas y reglas en el proceso de institucionalización se produce una batalla, primordial para la definición de las normas de la sociedad en la aplicación de dichas normas a la vida diaria. Son los elementos que giran en torno al modelo de la mente, la comunicación es fundamental en esa lucha, ya que es la mente humana la que actúa con su entorno social y natural.

El proceso de comunicación influye decisivamente en la forma de construir y desafiar las relaciones de poder en todos los campos de las prácticas sociales, incluida la práctica política (Castells. 2009:24).

Lo anteriormente dicho se ha comprobado con estudios como los realizados por Gerbner, Gross, Morgan & Signorielli⁷, en los que se presenta el límite de las consecuencias que

⁷ citado en D'Adamo, García & Freidenberg (2007)

producen los mensajes televisivos no intencionales y destinados al público masivo, que cultivan en los televidentes ciertas asunciones básicas acerca de la realidad social y su funcionamiento, denominada teoría de “cultivo”, que son mensajes consistentes, estables y repetitivos y que además se dirigen a la perpetuación y mantenimiento de las estructuras sociales vigentes, de valores y creencias mediante orientaciones que cultivan una determinada manera de comprender la sociedad por lo que la televisión cumpliría una función de reproducción ideológica.

En Postman (1995) citado por D’adamo, García y Freidenberg (2007) se encuentra un análisis de la evolución de los medios de comunicación y de su influencia en la formación de la opinión pública donde la fugacidad, superficialidad y simplificación, son las compañeras en el proceso. Esas características responden principalmente a la televisión, como medio hegemónico aunque no exclusivo. El principal medio de masas, de una manera amena, divertido y entretenido se ocupa de asuntos que tienen que ver con el futuro funcionamiento de las sociedades, que pueden no representar necesariamente la opinión de la mayoría, pero que al ser sustentada por diferentes élites o grupos sociales, y tener la capacidad de difundir públicamente esas opiniones, pueden resultar tanto o más poderosos que la mayoría. Se pierden los verdaderos sentidos de los intervinientes en dicho proceso haciéndolos cada vez más irreflexivos y automatizados en el que los políticos se preocupan por competir y ganar votos, la audiencia por entretenerse y los medios por vender espacio.

Las personas que no se enmarcan dentro de la generalidad de lo que consideran es la opinión de la mayoría son partícipes, dependiendo del escenario, en lo que Noelle-Neumann denomina la “espiral del silencio”.

Enmudece cuando cree que son minoría, debido a que la sociedad amenaza a los individuos desviados con el aislamiento; los individuos experimentan un continuo miedo al aislamiento; el miedo al aislamiento hace que los individuos intenten evaluar continuamente el clima de opinión; los resultados de esa evaluación influyen en el comportamiento en público, especialmente en la expresión en público o el ocultamiento de las opiniones (1995: 84).

2.1.3 La esfera pública como escenario de la opinión pública

Con la emergencia de la democracia masiva del Estado de bienestar, la sociedad y el estado se entremezclaron; la publicidad en el sentido de un escrutinio crítico del Estado cedió lugar a las relaciones públicas, al montaje de *shows* por parte de los *mass media* y a la fabricación y manipulación de la opinión pública.

La idea de la esfera pública en el sentido de Habermas es un recurso conceptual que puede ayudar a superar este tipo de problema. Designa un escenario en las sociedades modernas en el cual la participación política se realiza por medio del diálogo. Es el espacio en el cual los ciudadanos piensan y examinan sus asuntos comunes y por lo tanto es un escenario institucionalizado de interacción discursiva. Este escenario es conceptualmente distinto del Estado; es un sitio para la producción y circulación de discursos que en principio pueden ser críticos del Estado.

La esfera pública en el sentido de Habermas es también distinta conceptualmente de la economía oficial; no es un escenario de relaciones de mercado sino de relaciones discursivas, un escenario para el debate y la deliberación y no para la compra y venta. Entonces este concepto de la esfera pública nos permite enfocar las distinciones entre aparatos del estado, mercados económicos y asociaciones democráticas. Estas distinciones son centrales a la teoría democrática.

El concepto de esfera pública es importante porque es el lugar natural en el que anida la opinión pública a través del suministro de información ofrecida desde diferentes lugares.

Es el lugar en el cual, a pesar de que dos personas o más estén muy separadas comparten el mismo punto de vista, o discuten un tema en común por lo menos, han estado conectadas en una especie de espacio de discusión (Taylor, 1995:34).

Stuart Mill sostiene que la esfera pública es potestad de la sociedad civil que funciona fuera del ámbito del Estado, un espacio común donde los miembros de la sociedad se encuentran,

a través de una cierta variedad de medios de comunicación (impresos, audiovisuales, electrónicos)

...también en reuniones cara a cara, para discutir asuntos de interés común y, de este modo, ser capaces de formar una opinión común sobre ellos (Taylor, 1995:337).

Es la característica de toda sociedad moderna en la que cumple el papel de formar sus opiniones libremente, tanto como individuos cuanto en llegar a una opinión común. Tales opiniones comunes importan, pues, en cierto modo, tienen efectos sobre el gobierno o lo controlan.

En la esfera pública es donde se capacita a la sociedad para llegar a una conciencia común, sin la mediación de la esfera política, en un discurso de la razón fuera del poder, que sin embargo es normativo para el poder (Taylor, 1997:335-372).

El papel que hoy juegan las políticas de comunicación en la democratización de la palabra pública, nos lleva a asumir la comunicación como un derecho social que está ligado al acceso, usos, prácticas, reconocimiento y participación de los ciudadanos en tanto sujetos con capacidades de formular proyectos de sociedad. Se asume la comunicación como una condición necesaria para la conformación de ciudadanías incluyentes, como un elemento indispensable para el efectivo desempeño de los derechos civiles y políticos y, por lo mismo, como un factor clave de integración social.

La comunicación entre la esfera pública, como escenario de discusión y el público que genera la opinión siempre ha estado mediada, en el siglo XVIII por los ilustrados, el libro, la obra de arte, el periódico, luego se fue transformando hasta llegar a ser la expresión, no crítica y racional, sino cada vez reflejando una intencionalidad de legitimación de intereses particulares y determinadas perspectivas ideológicas⁸.

⁸ Véase concepto de ideología FERGUSON, Robert: es una relación humana de poder y subordinación, en la que todos tomamos parte simplemente en virtud de haber nacido, pero no como

2.1.4 Medios tradicionales y redes sociales

Con el avance de las nuevas tecnologías y el crecimiento de la *web 2.0* cada vez más gente puede estar “conectada con el mundo”. Internet hoy en día permite que cualquiera pueda saber lo que ocurre en cualquier lugar y hora, en un mundo globalizado donde los nuevos medios permiten que esto sea más fácil. Internet facilitó conocer noticias internacionales y buscar información de manera más sencilla, lo que permite que la participación del internauta hoy pase de ser pasiva a activa. Quiere decir que uno no solo recibe información sino que también la puede crear para que cualquiera la use. Las redes sociales han tenido gran influencia en esta revolución.

El fenómeno que se produce en este tipo de comunicaciones es que el receptor recibe y reacomoda la información en función de sus posturas filosóficas y culturales, para reenviarla dando su punto de vista sobre los hechos. Por supuesto que esto es así debido a la conciencia de que todos los individuos son libres e iguales y tienen el derecho a dar su opinión.

La dimensión cultural de la comunicación permite dar cuenta de la incomunicación y de la separación de otras posturas, de modo que las redes sociales también constituyen un medio para lograr la convivencia entre distintos pensamientos. Con esto, Wolton habla de que con la comunicación se busca compartir e intercambiar información o experiencias propias o ajenas.

Generando la necesidad de respetar la diversidad cultural, organizando así la convivencia de éstas sobre una base democrática. Sin embargo dice que el hombre no vive del intercambio de informaciones ni de mensajes sino de relaciones. Es por ello que ante tanto flujo de información la sociedad se permite elegir lo que quiere escuchar y lo que no. (2006)

seres sociales, políticos o económicamente iguales. En: *Los medios bajo sospecha. Ideología y poder en los medios de comunicación.*

Las redes sociales constituyen un espacio simbólico en donde todos pueden expresarse e intercambiar opiniones, sean o no contradictorias, permitiendo que ahora la comunicación sea multidireccional. El receptor pasó de ser pasivo a activo. Ahora pregunta, cuestiona, escoge, argumenta y opina. Simboliza la existencia de una democracia y constituye el vínculo que une a la audiencia del programa ya que pueden sentirse partícipes de la construcción de los contenidos de este medio. Con la democratización se da lugar al nacimiento de la cultura de masas, aquella en la que surgen grandes grupos sociales que tienen gustos homogéneos pero que poco se conocen. Las redes sociales representan un sistema único de comunicación entre el estado, los ciudadanos y las organizaciones.

Los medios tradicionales de comunicación que habían sido los reyes y que estaban acostumbrados a ofrecer información única y unidireccional ahora tendrán que sobrevivir al crecimiento de las redes sociales, un fenómeno que no dominaban pero que les empezaban a hacer competencia ya que también ofrecían noticias en tiempo real pero sin contrastar ya que en vez de realizarlas, los periodistas siguiendo las líneas editoriales de la marca, las ofrecían los propios testigos de las mismas mediante sus *smartphone* sin control alguno y de una forma completamente altruista.

Sin duda estos miedos estaban fundados, las redes sociales están ocupando su espacio en internet donde la mayoría de los contenidos son gratuitos y ha hecho mucho daño a los medios tradicionales, sin embargo algunos están sabiendo adaptarse, incluso buscan alianzas con las redes más utilizadas. La televisión si se está moviendo buscando esta interacción con redes como *Twitter* y *Facebook* y ya es común ver como los programas en *primetime* buscan tráfico y dinamización de sus programas por medio de los *Hashtag* de *Twitter*.

Uno de los paradigmas más importantes de la comunicación post-moderna es la nueva fórmula donde los jóvenes se “informan”, esa fórmula es: *Facebook + Twitter + You Tube = Noticias*. Los adolescentes en su gran mayoría ya no compran el periódico y es cada vez menos frecuente que vean televisión, las redes sociales han tomado un lugar preponderante en la inversión de tiempo que estos últimos utilizan para informarse de lo que pasa local, regional, nacional o internacionalmente. No tardará mucho tiempo en que esa sentencia que

se le dio a los medios impresos de que iban a morir con los periódicos digitales se extienda a la radio y a la TV, pues es cada vez mayor la influencia de las redes sociales en la población.

Preguntar hoy por el papel de los medios y de las políticas de comunicación es importante en la medida en que invita a reconsiderar el problema de las oportunidades y las formas de participación de los diferentes sujetos y grupos sociales tanto en la regulación y el control público de la información en la democratización de la palabra pública, lo que nos lleva a asumir la comunicación como un derecho social que está ligado al acceso, usos, prácticas, reconocimiento y participación de los ciudadanos en tanto sujetos con capacidades de formular proyectos de sociedad. Es la comunicación como una condición necesaria para la conformación de ciudadanías incluyentes, como un elemento indispensable para el efectivo desempeño de los derechos civiles y políticos y, por lo mismo, como un factor clave de integración social.

Los medios de comunicación como formadores de opinión pública se valen de los nuevos valores de legitimidad que son similares a los rasgos estructurales de la comunicación de masas, a saber: la dramaturgia de las declaraciones (frente a las explicaciones), la primacía del acontecimiento (frente a la perspectiva a largo plazo), el olvido frente a la memoria histórica (Reig 2004:51).

Los medios se constituyen en sujetos principales del debate público y gracias a ellos es posible su publicidad. Es decir, además de informar y hacer política, conforman la opinión pública (Capellán 2008:207).

La soberanía popular y la autonomía de la opinión pública se han visto cada vez más suplantadas por los medios de comunicación que se autoproclaman como depositarios de una soberanía, entendida como la opinión pública que ellos elaboran con todo el poder asignado por ser los voceros en virtud de la comunicación en la que intermedian con las masas originando un proceso de doble sustitución: primero de la sociedad por las audiencias o públicos; después, de estos por la opinión pública, la cual, por carecer de entidad objetiva y de recursos propios para articularse, no es otra que la opinión mediática.

En vez de soberanía popular, soberanía de la opinión pública mediática basado en la racionalidad y los intereses del sistema de medios (Ortega 2011:146).

En el desarrollo del proceso de la comunicación hay una parte que es propiamente la que representa todo el interés que nos ocupa, se trata de la comunicación política, que sería el estudio de las interacciones discursivas y conflictivas que tienen lugar en el sistema formal y codificado de política.

Nos referimos a los procesos electorales y a las complejas relaciones entre gobernantes y gobernados a través de canales, soportes, formas y agentes de comunicación, esto es, mediante la intermediación de los medios de comunicación, los periodistas y las encuestas de opinión (Bonilla 2004:86).

Se debe comprender el papel de la comunicación política, hoy que se encuentra mediada por los desplazamientos hacia la escena mediática, en tanto nuevo actor del dispositivo y escenario de las reconfiguraciones de las esferas pública y privada, en las sociedades contemporáneas en las que se deben tener en cuenta las estrategias de manufacturación y de marketing a las que están sometidos los procesos políticos (Bonilla 2004:88).

La dinámica en la que se desarrolla la comunicación política obedece a las normas que rigen la utilidad de los medios de comunicación masivos. La política debe aproximarse con sus esquemas a aquellos otros grupos empresariales, de interés o gremiales para los cuales los medios de comunicación resultan rentables en términos de beneficios ya sean económicos, de prestigio o influencia sociales.

De ahí que el proceso de transformación de la información en entretenimiento, la política se vaya configurando también como política espectáculo. A ellos les corresponde definir qué es lo público, establecer los límites dentro de los cuales se va a mover tal concepto y con qué otros actores compartir dicho escenario. Al hacer todo esto, no solo tienen el control de este espacio, sino que han transformado sustancialmente su naturaleza (Ortega 2011:33).

El escenario público que se pueda considerar como tal por excelencia es el de la comunicación mediática. Las dificultades de la política y la regresión a lo privado han dejado disponible un ámbito en el que los medios de comunicación disfrutaban de una hegemonía casi absoluta debido a que en relación con la política están más cercanos al público y por esa misma condición, al tener la oportunidad de erigirse en representantes de las masas terminan confundiendo la opinión pública con la opinión publicada o en las más de las veces suplantando la una por la otra.

“Los medios dicen al hombre quién es- le prestan identidad-; le dicen qué quiere ser- le dan aspiraciones-; le dicen cómo lograrlo –le dan una técnica-; le dicen cómo sentirse – y, si no lo consigue, le dan un escape”-(Mills, 1956)

Conocen muy bien su oficio, tienen la preparación y la experiencia para visualizar los efectos más probables que puede causar determinado tratamiento de los sucesos y opiniones, frente a un público espectador que no tiene el tiempo, la preparación o que simplemente es indiferente para reflexionar y cuestionar si lo que le están diciendo es o no cierto como para cotejar las diferentes versiones porque generalmente acude a la fuente habitual, la que cita la misma emisora de radio, el mismo canal de televisión, en el que dan la novela o el *reality* de moda. Un comportamiento que obedece a atajos cognitivos para formarse opiniones, que luego reproducirá en su círculo familiar, laboral o social, lo que terminará haciéndolo un multiplicador de la visión sesgada, conducido y atrapado de los medios a su alcance, lo que Muniz Sodré (1998,56-57) llama “analfabeta funcional”.

Quien desee salir de esta situación debe llevar a cabo un esfuerzo cultural que exige sacrificios intelectuales y, en alguna medida, económicos (Reig 2004:36).

Las relaciones a que se ven sometidos los políticos debido a la importancia del nuevo escenario, los llevan a cuidar muy bien cada aparición en el espacio público, de manera que adopte cuidadosos comportamientos que destaquen lo que los beneficia y soslayar lo que los perjudica, para lo cual se deben tener en cuenta algunas condiciones como son, el entender que el nuevo auditorio directo y primario al que se dirige no es el público, ante el cual mide fuerzas, no se dirige a quienes lo votan sino a los periodistas, a los que debe persuadir para posteriormente seleccionar los contenidos de su discurso, editarlo y se lo

distribuirán a su electorado. Si se cuida demasiado de lo que dice y como se relaciona con los periodistas se convierte en distante y poco accesible, por lo tanto en una fuente menos consultada, y por ende, en muchas menos probabilidades de dotarse de una mínima imagen pública.

Lo que hacen los medios es ponerse del lado de la opinión pública para luchar contra el único poder que ha sido su enemigo, el Estado, el poder político, los políticos.

Por lo que se han afanado en desmenuzar ante el ojo público los aspectos más sórdidos del poder político, es decir, corrupción, ambición, mentira (Uriarte 2000:25).

En buena medida, porque es la parte de la política más vendible como producto periodístico en este mundo del espectáculo en el que el consumidor común lo que desea es ver o saber de sensacionalismo, tragedia y diversión.

2.1.5 Twitter como formador de opinión pública

Cierto es que en el desarrollo de los medios de comunicación electrónicos, el internet merece una especial mención ya que supone la integración total de la información a través de una sola vía. Posibilitando la simultaneidad y la sobreabundancia de datos que ha creado nuevas formas de interacción social y de difusión que excluyen, inclusive, la intermediación de la posición de los dueños de los medios de comunicación porque, para el caso de las redes sociales, proviene directamente de los actores, sin comunicación mediada.

Otro de los cambios que ha producido la utilización del internet es la transformación de la comunicación política (D'Adamo, 2007) en los que se desarrollan nuevas formas de participación política, como los programas de participación ciudadana por medio de instrumentos electrónicos.

En la actualidad está abierto el debate sobre las consecuencias políticas de la utilización del internet, pero no hay que desconocer que uno de los cambios que

puede generar es tener un electorado más informado y participativo, facilitando el desarrollo de nuevos movimientos sociales y dando más oportunidades para los ciudadanos a que participen de una manera más directa en el gobierno o la capacidad de ponerse en contacto con los gobernantes sin salir de casa (D'Adamo, García, Freidenberg 2007).

Existen dos tendencias teóricas para enfocar el estudio de la influencia de las nuevas tecnología en la comunicación política. Algunos estudiosos del tema como Holtz-Bacha (1990) y Newton (1999), tienen propuestas que se enmarcan dentro de lo que se ha denominado “*movilización política*”, lo que significa que sostienen que el empleo de las nuevas herramientas para diversificar las formas de participación y comunicación política incrementará el activismo político. En igual sentido, Negroponte (1995) y Dertouzos (1997) sostienen que las nuevas posibilidades harán que los usuarios se conviertan en autoridades digitales en materia política.

La otra tendencia teórica se refiere a “refuerzo” que significa la corriente que argumenta que esas nuevas tecnologías servirán para utilizarlas de manera tradicional y que servirán para reforzar estructuras ya existentes (Magolis y Resnik, 2000)

La rápida evolución de Internet ha cambiado los hábitos de la sociedad y las redes sociales son una nueva fórmula para interactuar con otras personas, siendo capaces de generar canales de expresión, espacios de debate y sistemas para el intercambio de información, música, videos, etc., en donde cualquiera puede convertirse en emisor y producir sus propios contenidos. Andy Warhol, icono del pop-art estadounidense lo decía en 1968 “En el futuro todo el mundo tendrá sus 15 minutos de fama”. Son múltiples los usos que se le dan a las redes sociales y van desde la comunicación personal en sí, a la búsqueda de información, de socios, de contactos. Permiten no solo comunicarnos sino difundir ideas, conocimientos, textos, imágenes, interactuar, podemos compartir lo que hacemos y lo que somos.

Las redes sociales están cobrando gran importancia en la sociedad actual, reflejando la necesidad del ser humano de expresión y reconocimiento, bien lo dijo Aristóteles “El

Hombre es un ser sociable por naturaleza”, pues para satisfacer sus exigencias físicas y espirituales necesita vivir en sociedad, ya que al ser una criatura racional e individual, no es autosuficiente y requiere la ayuda y protección de los demás de su especie, por ello forma comunidades. Las redes sociales son uno de los fenómenos que han revolucionado Internet, y de paso buena parte del mundo de la tecnología. La relevancia que han tenido las redes sociales en la difusión de la información sobre importantes acontecimientos a nivel mundial ha abierto posibilidades antes inimaginadas en los tradicionales medios.

El *Twitter* en muy poco tiempo se ha transformando en un factor clave para hacer negocio y ganar mayor credibilidad con los consumidores. Esta red ha crecido mucho en los últimos años, llegando a 100 millones de usuarios en el mundo. Hoy en día formar parte de una red social ya no es cuestión de gusto pues ha empezado a ser parte de la necesidad de estar actualizados y presentes socialmente.

Cabe señalar que actores sociales y ciudadanos de todo el mundo están usando esta nueva capacidad de las redes de comunicación para poner en marcha sus proyectos, defender sus intereses y reafirmar sus valores. Además, se han dado cuenta del rol crucial del nuevo sistema multimedia y de sus instituciones reguladoras en la política y la cultura de la sociedad.

Son instrumentos que permiten movilizaciones políticas y sociales que intentan establecer cierto grado de control de los ciudadanos sobre los controladores de la comunicación, reafirmando el derecho de los primeros a la libertad en el espacio de las comunicaciones (Dowing 2003 citado por Castells 2009:91).

Para el especialista en comunicación política, Antoni-Gutiérrez Rubí, las redes sociales en política se clasifican en nueve maneras de utilizarlas: *resistencias* (como resistencia al poder); *censura* (acción que desarrollan los gobiernos para condenar lo que se dice en las redes sociales); *agresión* (modo de organizarse contra algo o alguien); *denuncia* (como contacto ciudadano para poner en conocimiento algo); *guerra* (el uso de ellas como propaganda); *comunicación* (para difundir la política de los partidos); *organización* (creación de redes propias de partido); *difusión de noticias y actos políticos*; y

participación (como fuente de organización ciudadana para dar ideas y apoyo a ciertas ideas políticas).

Otra posibilidad que brindan las redes sociales es que denominaría una militancia virtual, que consiste en ejercer influencia en las personas que tiene agregadas o los grupos a los que pertenece con una gran capacidad de llegar hasta, y recibir desde, un gran número de proveedores de información para contribuir, a la manera de lo enunciado por Taylor:

“la supervisión del poder estatal como expresión de la sociedad civil, sin la mediación del poder político, y que proviene a su vez de un poder externo que es producto de la razón hacia y sobre el poder” (1995:344).

Adicionalmente, entre sus atributos tiene, que con la utilización de las redes sociales no se necesita desplazarse a otro lugar para manifestar públicamente el descontento o la adhesión a un movimiento, tampoco se requiere salir para entablar nuevas relaciones o solicitar apoyo emocional.

Los medios de comunicación electrónicos modifican sustancialmente las condiciones en que se desarrolla el debate público. Términos como diálogo, crítica, debate y participación, deben ser repensados en el marco de la comunicación mediática. Las redes sociales constituyen un escenario privilegiado para abordar este problema.

A diferencia de otros medios, ofrece espacios- o genera la ilusión de hacerlo- para el debate y la libre circulación de las ideas con la participación directa del ciudadano (Winocur 2001:25).

Con el tema de las redes sociales, se dilucida la importancia de estas como mecanismo de formación de la opinión pública en la esfera pública siendo este el propósito del presente ejercicio académico.

Los estudios sobre la comunicación de masas constatan que los medios tienen efectos significativos en la sociedad, aunque apenas hay un consenso sobre la naturaleza y alcance de tales efectos. El problema del grado de influencia de los media en los individuos y en la sociedad ha tenido diferentes respuestas. Como observa Wolf:

toda la historia de la investigación comunicativa se ha visto determinada de varias maneras por la oscilación entre la actitud que detecta en los medios una fuente de peligrosa influencia social, y la actitud que mitiga este poder, reconstruyendo la complejidad de las relaciones en las que los media actúan (2001: 9).

No obstante, hay que reconocer que se trata de una cuestión que pertenece al sector más amplio de las teorías más generales sobre los medios de comunicación y que, como afirma McQuail (2000: 501), "el poder de los medios puede variar con el tiempo".

No hay que descartar que la mayor o menor posibilidad de influencias de los medios depende también de los momentos más o menos críticos de la sociedad. Parece que en los tiempos de crisis los medios tienden a ser más influyentes, por ejemplo en la caída del comunismo en Europa, la guerra del Golfo, la guerra de Irak y actualmente a nivel nacional, en los diálogos que se llevan a cabo en La Habana con el grupo guerrillero Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia -FARC- también se ha demostrado que los medios tienen más influencia cuando se trata de noticias que no se conocen, ni se pueden conocer directamente, sino únicamente por la información que dan los medios. El poder o los efectos potenciales de los medios pueden variar en función de las circunstancias históricas y sociales. Lo cual no significa que el problema pierda interés. Todo lo contrario. Es difícil, por no decir imposible, infravalorar la importancia y el papel dominante que ha tenido y sigue teniendo el problema de los efectos, a pesar de que haya tenido en los diferentes períodos significativos cambios de matices y de planteamientos y de respuestas, más o menos conductistas o funcionales.

Entre las investigaciones sobre los efectos socioculturales de los medios destacan actualmente los estudios empíricos que confirman el nexo que existe entre los medios y la opinión pública.

La forma como los medios de comunicación de masas hacen la orientación de la opinión pública es mediante una pedagogía informativa desde los medios canalizando la información, se quiere significar: seleccionando, silenciando, resaltando, ubicando, encuadrando o transformando los mensajes. Los medios ni informan ni forman, son los reyes del hogar, actor fundamental en la sociedad de consumo.

En el hogar las familias se agrupan, de forma parecida como lo hacían en la antigüedad alrededor del fuego, charlaban y se contaban historias, las de ahora, lo hacen alrededor del televisor, permanecen calladas, viendo y escuchando pasivamente (Rodolfo Ramudo Pernas, 2002:69).

Utilizan tecnicismos propios del arte como el framing, entendido como marco o encuadre de la noticia, y el priming como aportación de estándares públicos para que el espectador evalúe las cuestiones políticas y sociales que se le van presentando (Capellán 2008:219).

Aunque lo que nos ocupa son los medios en general, los de masas y los de la auto-comunicación de masas en la formación de la opinión pública, es indispensable presentar algunas definiciones básicas que pueden ayudar a entender la lógica en la que se mueven y actúan los medios.

Tenemos los *discursos*, entendido este término como el camino a través del cual los medios llegan al público para influenciarlo y del que se aprovecha para imponer agendas, impulsar sus candidatos, destacar las bondades de sus intereses, o desacreditar a los que no les convienen con sus posiciones, principalmente los que están en contra del mercado y a favor del bien público en detrimento de los intereses particulares. Para Kress Gunther, citado por Ferguson:

[...] mediante el discurso se organiza y da estructura a la manera en que se habla de un tema, objetivo o proceso. En este sentido brinda descripciones, normas, permisos y prohibiciones de acciones individuales y sociales (2007:51)

Para entender los discursos como insumo fundamental y determinante en el análisis de los medios y sus efectos es importante estar iniciado, o tener una idea de lo que es la *semiótica*.

Se trata de la construcción de significados en la que participan las palabras, los objetos, los énfasis, las pausas, los ademanes, bien sea que ya existen o se construyan para que las audiencias lo tomen como representación de una idea. Aunque de acuerdo a la variedad puede ser polisémica. Una representación que intenta homogeneizar su interpretación con la ayuda de la masificación del público

receptor al que se puede llegar, para convenir acuerdos tácitos, compartir esos significados, que se elaboran con ayuda de la semiótica, mediante el intercambio de información es de lo que se trata la comunicación (Ferguson, Robert. 2007: 233).

La relación que hay entre intereses de grupos empresariales, que tienen diversificadas sus inversiones en varias actividades económicas, de las que se benefician al ser propietarios de los medios de comunicación y la orientación que le dan a los mensajes emitidos es lo que genera por lo menos inquietud de los intereses que los mueven a hacer determinados enfoques de las noticias, además les permiten hacer publicidad a través de pauta o de noticias que destacan los intereses sobre determinados productos.

El sentido común advierte que, cuando un hombre de negocios compra un periódico, lo hace casi siempre “o para defender un sistema político cuyo triunfo le interesa, o para convertirse él mismo en político haciéndose temer” de cualquier caso, rara vez lo hará por amor a una información independiente y de calidad (Honoré Balzac, citado en Ramonet 2011:43).

Los medios ejercen una influencia en todos los aspectos de la vida diaria, tanto, que en las tertulias en las esquinas de barrio, en el trabajo o en las trivialidades del hogar se citan como fuentes de apoyo para manifestar preocupaciones por los temas impuestos desde esos escenarios. Existen varias teorías para abordar el estudio de los medios de comunicación, pero en adelante partiré del presupuesto de Edgar Morín (1962) cuando habla de la cultura de masas o cultura industrial, como aquella cultura que lo invade todo bajo el signo del progreso y el consumo. Los medios ayudarían al sincretismo, la estandarización y la homogeneización- la función de anular públicos distintos- negando u ocultando las diferencias que existen entre las personas, los grupos o cualquier conglomerado.

La tradición empírica, tiene como origen Estados Unidos y se trata de la medición de la opinión utilizada para el *marketing*, la publicidad y las relaciones públicas, luego fueron aplicadas a investigaciones del ámbito político. Surgió la posibilidad de conocer lo que la gente pensaba acerca de los temas públicos, las actitudes frente a una política determinada, la valoración de las características de los candidatos o las intenciones de voto de los electores. Así fue como George Gallup, antiguo profesor de la Universidad de Iowa,

acertara en la predicción de los resultados de la elección presidencial de 1936, con el triunfo de Roosevelt, influyó positivamente y de manera decisiva sobre la imagen de este tipo de estudios. Por el año 1939 la empresa *Nielsen* puso en práctica la medición de audiencia radiofónica. Posteriormente se siguió midiendo toda clase de opiniones en cuanto a consumo, calidad de vida, preferencias de todo tipo. Pero esas oscilaciones están estrechamente relacionadas con el proceso de selección que guía a los medios en la estructura de sus agendas.

Existe una teoría elitista que considera

[...] como pública la opinión de los líderes, de quienes representan a un grupo de ciudadanos informados, quienes elaboran su opinión de manera racional y comprometida con el bien común. (Kleinstauber, 2005)

Bajo esta visión, la opinión pública se forma gracias a las actitudes de los representantes de partidos, los políticos, los líderes de opinión y los medios de comunicación son elementos complementarios. En diferente sentido Lippmann (1992) le otorga un gran poder a los medios en la formación de la opinión pública y la define como una realidad producida a través de éstos, que es sostenida por influencias específicas de dichos medios o ajenos a ellos. En los anteriores planteamientos teóricos se encuentra afinidad, en relación con el trabajo planteado, con la propuesta de Lippmann ya que es la influencia de los medios uno de los aspectos que se quiere estudiar.

Siguiendo ésta línea de argumentación como base en el presente trabajo, es importante aclarar que aunque la información es lo que alimenta la opinión pública no es, en sí misma opinión.

Se debe destacar que opinión es cualquier respuesta que se da a una pregunta y que no se necesita información para que haya opinión, de lo que se trata es de desarrollar la interacción que existe entre la información y las opiniones entre sí, a través de un sistema de creencias, o bien, en una específica y bien definida ideología (Sartori. 1999:188).

CAPITULO 3

3.1 ESTADO DEL ARTE

Para la construcción de la propuesta de investigación se han tomado como principales referentes algunos textos de lecturas selectivas que aportan elementos que guían e integran el contenido fundamental en los planteamientos que se hacen, para poder responder a la pregunta que inicialmente motivó esta investigación.

Es de anotar que se encontraron tesis de pregrado y posgrado, ubicados en el horizonte de este tema y que exponen concretamente ideas en torno a la opinión pública desde el *Twitter*. Lo que se ha hecho es enlazar conceptos que le den sentido y coherencia a lo que se pretende alcanzar cuando se formula el objetivo principal, para así dar respuesta a los interrogantes surgidos a lo largo del desarrollo de esta propuesta investigativa.

Se consultaron los siguientes trabajos:

Una investigación para Monografía de pregrado de la autora Isabel Gutiérrez, sobre “*El papel de los nuevos medios de comunicación en la ampliación de la esfera pública en Colombia: la experiencia de la comunicación política en Facebook*”. Allí se presentan los hallazgos de una observación empírica acerca de la manera como se da la comunicación política de los nuevos medios surgidos con el internet.

Un trabajo de grado en Maestría sobre “*Dispositivos de gubernamentalidad: Una lectura sobre las redes sociales del Estado y las estrategias de trabajo en red*”, realizado por Didiher Rojas. El autor hace énfasis en la tipificación de las redes sociales que le sirven de entrada a algunas consideraciones a propósito de la sociedad red, los modelos de desarrollo local y regional, el capital social y los acuerdos alrededor de los objetivos del milenio, como referentes para un contexto histórico y situacional de las estrategias de trabajo en red.

La escritora Jimena Zuluaga, en su libro “*Internet: nuevas audiencias, ¿nuevos ciudadanos?*” Hace una caracterización de la esfera digital para plantear el concepto de

audiencia en red y así poder pensar cuáles son las transformaciones, oportunidades y las dificultades que encierran las nuevas dinámicas de los medios digitales para los ciudadanos que han dejado de ser audiencias. Hasta hace una década, los mensajes de los medios iban en una sola vía: en un extremo los productores y en el otro los consumidores de información. Los expertos dicen que con las dinámicas de intercambio constante de información, de conversaciones propias de internet, nacieron los “*prosumidores*” o las audiencias activas. Lo que en inglés se llama *netizens*- algo así como los ciudadanos de la red.

En general, en estos trabajos se presentan los hallazgos de una observación empírica acerca de la manera como se da la comunicación política en los nuevos medios surgidos con el Internet; enfocándose en la lectura sobre las redes sociales del Estado y las estrategias de trabajo en red. Igualmente se hace una caracterización de la esfera digital para plantear el concepto de audiencia en red, y así poder pensar cuáles son las transformaciones, oportunidades y las dificultades que encierran las nuevas dinámicas de los medios digitales para los ciudadanos que han dejado de ser audiencias.

La bibliografía analizada muestra cómo el crecimiento de las redes sociales ha generado que no solo el individuo como persona, sino también otros colectivos y organizaciones, especialmente actuales gobernadores, recurran a estos medios virtuales para aprovechar el potencial de estas herramientas con el objetivo de crear y mantener nuevos canales de comunicación y contacto con los usuarios y posibles votantes. En el ambiente político, suele ser habitual recurrir a todo tipo de estrategias de comunicación y *marketing* dirigidas a los ciudadanos y posibles electores. En diversas ocasiones los medios son utilizados como herramientas de propaganda e incluso como campo de batalla donde suceden e intercambian todo tipo de mensajes con carácter sociopolítico.

Los enfoques metodológicos utilizados para la realización de los anteriores trabajos dan cuenta de la aplicación estratégica de análisis de coyuntura en el caso de redes sociales y el análisis de contenido con un enfoque cualitativo, pues cuestionan el papel del periodista y por consiguiente el de los medios de comunicación. Un ciudadano puede seguir por igual al político de un partido lo mismo que a su adversario, para saber qué dicen, sin necesidad de

que los medios se lo repitan; el de los periodistas, al depender de las redes sociales y *Twitter* como corresponsalía, puede caer en la trampa de permitir que la noticia sea la herramienta misma.

Los objetivos que se plantean en las investigaciones consultadas proponen el análisis de los efectos de la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación como herramienta de la comunicación política, para la ampliación de la esfera pública en Colombia; haciendo especial énfasis en la tipificación de las redes sociales que le sirven de entrada a algunas consideraciones a propósito de la sociedad red, los modelos de desarrollo local y regional, el capital social y los acuerdos alrededor de los objetivos del milenio, como referentes para un contexto histórico y situacional de las estrategias de trabajo en red.

Así mismo, se encontraron conclusiones donde se evidencia que aunque son muchas las ventajas de las redes sociales en cuanto esfera pública, se tiene que el hecho de que los grupos políticos en estas redes puedan configurarse en verdaderos espacios en cuanto a la articulación y ejecución de proyectos políticos, o una real incidencia de lo que ocurre en su interior con respecto a las esferas de poder político y económico, se queda aún en el ámbito de las posibilidades.

La ejecución real de proyectos políticos agenciados desde las redes sociales requiere en la actualidad de la existencia de experiencias significativas de organización por fuera de la red, que le den solidez a esos proyectos dirigidos desde allí, al posibilitar la asociación de aquellas porciones de la sociedad que aún no han superado la brecha digital. Se ha hecho efectivo luego de la firma de acuerdos internacionales, que sirven para dotar a los ciudadanos de herramientas para una autogestión productiva del ámbito público y privado que habitan, que dejan por fuera viejos liderazgos a todo nivel que antes se evidenciaban.

Son los ciudadanos los que buscan mecanismos de participación y expresión por dentro o fuera de la institucionalidad y en aras de lograr una más efectiva autonomía; los ciudadanos son creativos al utilizar los medios que le son suministrados tecnológicamente para demostrar inconformidad con lo que políticamente no los representan, bien sea a través de

las urnas o en la participación de manifestaciones en contra de lo que los tiene insatisfechos.

Por estar el desarrollo de las tecnologías en proceso de crecimiento, ante el auge del consumo se vislumbra como problema la fuente de financiación de los medios, ya que la gratuidad es uno de sus principales atractivos.

CAPITULO 4

4.1 CONSTRUCCIÓN DEL CASO

El caso seleccionado para investigar el papel de “*El Twitter como herramienta de contrapoder en la formación de la opinión pública: la comunicación directa entre gobernantes y gobernados*” en la que se elimina la influencia de los medios tradicionales de comunicación (prensa, radio, televisión), se trata de los detalles que rodearon el manejo que le dio, a través de esta red social, el Alcalde de Bogotá, Gustavo Petro, a las manifestaciones que se sucedieron entre el 9 y el 11 de marzo de 2.012 en las rutas de Transmilenio en Bogotá..

Gustavo Petro, en su discurso de posesión, habló de revisar las tarifas de Transmilenio, siguiendo un fallo del Tribunal Administrativo de Cundinamarca, y en respuesta a una acción popular instaurada en el año 2.003, en virtud de que la mayor rentabilidad de Transmilenio les quedan a los concesionarios privados, que son 20 familias de Bogotá. Según las cifras del fallo, por cada pasaje que paga un ciudadano, el Distrito se queda con el 5,73%, mientras que el operador privado recibe el 73,10%⁹, es decir, más del 85% de los ingresos que produce este transporte masivo quedan en los bolsillos de los operadores privados.

Transmilenio nació en 1.998 durante la alcaldía de Enrique Peñalosa y se inauguró el 4 de diciembre de 2.000, entrando en operación el 18 del mismo mes, mueve a un promedio diario de 1.730.000 pasajeros en 1.290 autobuses y 521 alimentadores por sus 84 kilómetros de trazado que pasan por 7 portales y 107 estaciones. Actualmente, el sistema cuenta con dos fases en diferentes puntos de Bogotá y se espera habilitar una tercera fase.

Según los medios: *El Espectador*, *El Tiempo* y la Revista *Semana*, y que son tomados como referencia para esta investigación, los usuarios de Transmilenio protestan porque están

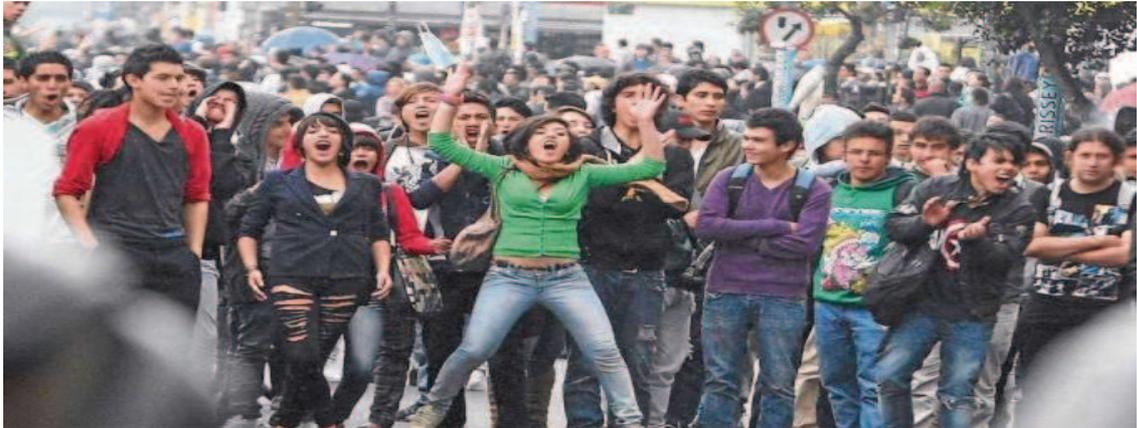
⁹ Disponible en: http://www.eltiempo.com/colombia/bogota/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-11329661.html

cansados del ineficiente servicio que es prestado por los articulados; de la inseguridad que se presenta en las estaciones; de la falta de vehículos para cubrir la demanda; de los daños que presentan las losas por donde circulan los buses y el alto costo de los pasajes. Todos estos inconvenientes se convirtieron en un sueño por un momento, una vez que Gustavo Petro, en su plan de gobierno prometió a sus electores bajar las tarifas de Transmilenio y volverlo un sistema operante para una ciudad capitalina.

4.1.1 Las protestas: día 1

Las protestas, convocadas a través de las redes sociales *Facebook* y *Twitter* por un grupo desconocido, comenzaron el viernes 9 de marzo de 2012, a las 8 de la mañana, de una manera pacífica, cuando un grupo de usuarios, cansados de las fallas en el sistema de transporte masivo, bloquearon las estaciones del Portal del Norte, Américas y la estación Banderas de Transmilenio, expresando su inconformidad. Pronto la protesta se extendió a otros lugares de la ciudad. Grupos de 40 o 50 personas, jóvenes en su mayoría, arremetieron contra estaciones de la Avenida Caracas e interrumpieron el servicio ante los infructuosos esfuerzos de la Policía por detener las protestas. Como consecuencia, medio millón de usuarios se vieron afectados por estos hechos. Más tarde los ánimos se avivaron cuando jóvenes encapuchados se tomaron las estaciones de una manera violenta, atacando a los empleados de la empresa Transmilenio, robando cámaras de seguridad instaladas dentro de las estaciones, asaltando las cajas registradoras, y causando daños a la infraestructura de las estaciones por más de mil millones de pesos. Al llegar al lugar el Escuadrón Móvil Antidisturbios- ESMAD- se enfrentó con los enardecidos manifestantes donde estos últimos se defendían de los gases lacrimógenos, con piedras y palos. Los articulados que intentaban cumplir con el servicio, fueron apedreados.

El Alcalde Gustavo Petro, señaló que muchos de los jóvenes que protestaban violentamente eran menores de edad y se encontraban bajo estado de embriaguez.



Fotografía tomada de El Tiempo. Marzo 10 de 2012



Jóvenes como este se unieron ayer a los actos vandálicos en la capital.

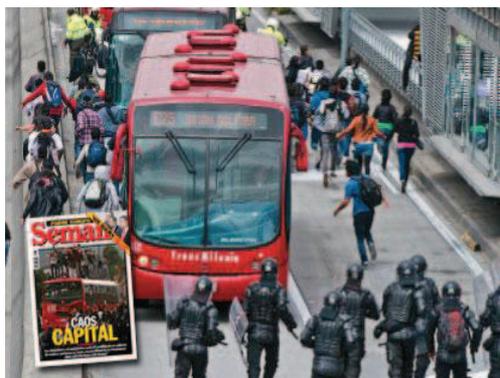
Fotografía tomada de El Tiempo. Marzo 10 de 2012.



Más propuestas y menos críticas

La estación de la Calle 72 con Avenida Caracas, una de las más afectadas por las protestas contra Transmilenio el 9 de marzo, fue el lugar de encuentro de decenas de ciudadanos que ayer dejaron sus consejos y sugerencias sobre dos telefonos expuestos en el lugar. La iniciativa corrió por cuenta del Instituto Distrital de la Participación Comunal (Idpac), con el fin de promover el sentido de pertenencia de los bogotanos con TM. Al mismo tiempo, desde el Congreso el senador Luis Fernando Velasco señaló que si se baja el precio del combustible, podría reducirse el costo del pasaje.

Fotografía tomada de El Espectador. Marzo 16 de 2012



Fotografía tomada de la Revista Semana. Marzo 10 de 2012

Los disturbios fueron tan graves que por primera vez el gobierno distrital usó la sala de crisis de la Alcaldía. Desde temprano, el Alcalde Gustavo Petro estuvo despachando desde allí, rodeado de los funcionarios responsables del Sistema de Emergencia, de las Secretarías de Movilidad, Salud y de la Policía.

Lo increíble es que el Alcalde había alertado sobre lo que podía pasar, basado en informes de inteligencia que habían advertido que se estaba gestando una fuerte jornada de protesta. En efecto, desde el miércoles 7 de marzo, las autoridades habían confirmado que, aprovechando el descontento con Transmilenio, algunos grupos coordinados planeaban sabotear el sistema. Pero, al parecer, la Policía y el propio Secretario de Gobierno, Antonio Navarro, subestimaron la situación y el jueves decidieron no sacar a las calles todas las unidades ni ordenar un acuartelamiento total.

Por eso el Alcalde, al informar sobre la situación, dijo que lo ocurrido no había sido simplemente una protesta ciudadana o un movimiento de usuarios descontentos: *"Fueron grupos de personas interesadas en hacer vandalismo, robarse la plata de las taquillas y producir daño"*, dijo a las siete de la noche, cuando dejó de comunicarse a través de Twitter para convocar a una rueda de prensa.

A esa hora todavía algunos puntos de la ciudad estaban fuera de control, como la autopista Norte con calle 187, la avenida Caracas con calle 51 y la avenida Chile, en donde delincuentes destruyeron a piedra ventanales del edificio de Davivienda de la carrera 11. Por las redes y los medios circulaban amenazas de bombas en el parque de la 93 y el Centro

Comercial Andino. Pero se trataba de falsas alarmas y, al final de la caótica jornada, la Policía pudo tomar el control de la situación.

Los bloqueos se extendieron durante más de 10 horas y desataron disturbios que fueron sofocados por las autoridades con gases y un total de 70 detenciones.

De este agitado viernes, lo primero que quedó en claro es que un problema de estas dimensiones sorprendió a Petro poco preparado al comienzo de su mandato, ya que no contaba con la experiencia necesaria para manejar adecuadamente una situación como estas. Y es que llama la atención que Bogotá suele presentarles retos como este a sus Alcaldes, los cuales dada la magnitud de la ciudad y su población, generan alto impacto en diferentes aspectos de la vida de la ciudad. Basta recordar que en 2001 Antanas Mockus tuvo que lidiar una gigantesca crisis cuando los taxistas bloquearon la ciudad para evitar que se aplicara el pico y placa para el transporte público de la ciudad. Algo parecido le ocurrió a Luis Eduardo Garzón cuando en mayo de 2006 la Asociación de Pequeños Transportadores (Apetrans) sacó de circulación a más de 14.000 buses para protestar contra el plan de chatarrización y otras medidas. Y en 2010, Samuel Moreno enfrentó un paro de varios días de los transportadores que protestaron por la puesta en marcha del Sistema Integrado de Transporte Público (SITP).

Pero mientras las protestas que padecieron los anteriores Alcaldes se presentaron como reacción a políticas públicas que iban a pisar callos, la protesta del viernes, en una primera lectura, podría ser interpretada como una más de las decenas de bloqueos de Transmilenio, con petardos y articulados atravesados en la vía. En el año 2010, el gobierno distrital anunció que iba a intensificar las labores de inteligencia y sería más riguroso con los protocolos de reacción inmediata y de respuesta de la Policía Metropolitana para contrarrestar el fenómeno de los bloqueos y sabotajes al sistema Transmilenio, cuya regularidad era para ese entonces ya preocupante. En ese entonces, el Alcalde Moreno denunció también que se había detectado plenamente que agitadores profesionales estaban detrás de los bloqueos al sistema.

Por los hechos ocurridos durante el primer día de protestas, se puede decir que hay básicamente tres teorías acerca de lo sucedido. La primera es la que considera que se trata de una especie de montaje en contra del Alcalde Petro y que proviene de sectores interesados en desprestigiar su gobierno. De hecho, el mismo Alcalde días antes comenzó a decir que los bloqueos eran contra él y que venían de parte de un partido político. Cuando la protesta estaba desbordada, Petro acusó a la administración anterior y después al Moir, lo que desencadenó un largo enfrentamiento de comunicados y acusaciones mutuas. El Alcalde también reveló por *Twitter* que Sebastián Galeano, que apareció como uno de los líderes de las protestas y dio declaraciones ante varios medios de comunicación, participó en una de las listas del Moir al congreso interno del Polo Democrático Alternativo.

Las respuestas no se hicieron esperar, el Senador Jorge Robledo rechazó los señalamientos del Alcalde Petro: *"Ni el Polo ni el Moir son responsables de las movilizaciones"*. Y la ex-alcaldesa Clara López, presidenta del Polo, en declaraciones a *Semana* fue más allá: *"No es culpando a otros como va a solucionar los problemas del Transmilenio, que no puede responder eficientemente por la demanda de movilidad. Le digo al Alcalde que debe serenarse, aprender a manejar las protestas y dedicarse a gobernar"*.

Otra teoría señala que no se puede ignorar el descontento que había en la ciudad con la manera como estaba funcionando Transmilenio. El propio Petro, desde la campaña, no había hecho otra cosa que hablar de mejorar el sistema, bajar las tarifas y combinar otras formas de transporte porque el modelo a todas luces estaba saturado. Y por eso no se podría descartar que sea solo una genuina muestra de rechazo de los usuarios. Es claro que Petro no es el culpable de la crisis de Transmilenio y que ella viene de tiempo atrás pero, como dijo un miembro del Polo, Petro ganó la Alcaldía no solo por denunciar al cartel de la contratación, sino por denigrar del servicio de Transmilenio y afirmar que era necesario reducir la tarifa. Y ahora sus afirmaciones como candidato le salen caras como Alcalde.

Y como tercera teoría, las autoridades no descartan que, por el *modus operandi* de las pandillas que asaltaron los buses, haya de por medio milicianos de las Farc que usan revoltosos profesionales para pescar en río revuelto. Al fin y al cabo, un alzamiento popular urbano ha sido siempre el sueño de la guerrilla, así sea por asuntos tan puntuales como el

transporte. A lo que se agrega el interés de los violentos por deslegitimar un gobierno de izquierda que desvirtúa sus premisas de lucha armada.

Más allá de cuál haya sido su origen, en lo que algunos coinciden es en que el Alcalde no mostró sus mejores dotes en el manejo de la crisis. El concejal independiente Carlos Flórez dijo que el Alcalde está pagando las consecuencias de su forma de hacer política: *"Desde el comienzo de la semana empezó a advertir que había una operación tortuga en el sistema, después anunció la renegociación de los contratos de Transmilenio y las advertencias de que algo grave iba a pasar el viernes. Lo que hizo el Alcalde fue echarle leña al fuego y darles munición a los extremistas"*.

Incluso, a lo largo de la jornada Petro se dedicó a enviar mensajes a través de Twitter que, en vez de orientar y tranquilizar a los bogotanos, produjeron lo contrario. Al anunciar por esa red que autorizaba a cualquier bus o buseta a salir por la Caracas, después de 12 años de ser un corredor exclusivo de los buses rojos, pareció más una medida desesperada que una solución inteligente.

Quedó claro también, que el Alcalde tiene razón cuando afirma que es imprescindible ajustar y replantear el sistema de buses articulados. Si bien en un comienzo fue diseñado para transportar 800.000 pasajeros diarios, su éxito terminó siendo su problema. Hoy transporta entre 1,6 y 1,7 millones de pasajeros al día, es decir que en rutas como la de la Caracas moviliza más de 45.000 pasajeros/hora/sentido (en horas pico), pero su capacidad nominal es de solo 35.000. Esto quiere decir que Transmilenio transporta casi la misma cantidad de personas que un metro convencional, con la diferencia de que no tiene la infraestructura ni la autonomía de ese sistema. De ahí que algunas estaciones parezcan, a las seis de la tarde, una colmena alborotada.

El panorama tiende a empeorar. En febrero el tráfico creció entre 22.000 y 25.000 pasajeros, un aumento del 6%, debido a que algunos operadores del nuevo SITP comenzaron una fuerte campaña de chatarrización de buses viejos. Además, muchos automovilistas, cansados de los trancones, han preferido subirse al sistema. Esto ha hecho que los tiempos de espera aumenten en las estaciones a la par con el descontento. La cultura ciudadana, los guías y la orientación, que en un comienzo eran esperanzadoras, fueron

desapareciendo paulatinamente abrumadas por la multitud, y dejaron el espacio para que en el sistema impere hoy la ley de la selva.

Los bogotanos estaban desesperados ante la falta de movilidad e indignados con el servicio que prestaba Transmilenio, con una de las tarifas más altas de América Latina. Sienten que el Alcalde no les estaba ofreciendo soluciones a largo plazo. Petro, sin embargo, aún contaba con alta favorabilidad y tenía un buen equipo técnico a su lado, por lo que aún estaba a tiempo para tomar los correctivos necesarios. Se anunciaba la llegada de más de 100 articulados nuevos y la entrada en operación de las nuevas troncales. Junto con el esperado arranque del SITP y la esperanza del metro, podrían ser la llave de Petro para desactivar la bomba de tiempo en que se ha convertido el transporte masivo de la ciudad. Transmilenio, a pesar de todas las dificultades, es una conquista de los bogotanos y la envidia de otras ciudades del mundo. Y en manos del Alcalde Petro estaba lograr que lo siguiera siendo.

El Alcalde de Bogotá, Gustavo Petro, enfrentó un nuevo desafío al tratar de controlar las protestas que se tomaron el sistema Transmilenio. Ante una coyuntura similar, cualquier Alcalde debe tomar decisiones rápidas, él lo hizo y en tiempo real lo compartió por Twitter. La situación representó un reto más para el alcalde Gustavo Petro quien se puso al mando y además de tomar las decisiones necesarias para controlar la situación, informó minuto a minuto el desarrollo de los eventos desde su cuenta de Twitter.

Sin pelos en la lengua o en sus trinos Petro defendió a los estudiantes, acusó a los vándalos, anunció sanciones, exigió explicaciones a los líderes de la manifestación, hizo públicas medidas de emergencia como el levantamiento del pico y placa y hasta confesó que algunas de las decisiones tomadas no le gustaban.

De este primer día de protesta se rescatan los siguientes trinos de Gustavo Petro, durante la jornada de caos en Bogotá:

Gustavo Petro@petrogustavo: *Dado que militantes del partido comunista y el Moir están detrás de los bloqueos espero pronunciamiento de Clara López y de bancada del Polo.*

Gustavo Petro@petrogustavo: *estamos en sala de crisis. Dando órdenes que no me gustan. En media hora se desocupa la Caracas del sabotaje.*

Gustavo Petro@petrogustavo: *Se ordena que rutas de transporte tradicional de buses asuman el servicio de la Caracas en los dos sentidos.*

Gustavo Petro@petrogustavo: *Objetivo: garantizar el retorno tranquilo de la ciudadanía a sus hogares.*

Gustavo Petro@petrogustavo: *no hay que macar a los estudiantes. La MANE está por fuera de esta protesta. Es simplemente un grupo político.*

La ciudadanía le correspondió al alcalde publicando imágenes del estado en que habían quedado las estaciones. Los actos de vandalismo fueron registrados por diferentes medios y Petro prometió que una vez se identifiquen los culpables serán judicializados.

Gustavo Petro@petrogustavo: *A todo el estudiantado progresista de la ciudad, se le pide actuar y no caer en la trampa de los saboteadores.*

Gustavo Petro@petrogustavo: *Una vez robada la estación se retiran. Es solo eso su objetivo. Todo ha quedado grabado.*

Gustavo Petro@petrogustavo: *No me gusta la orden. Pero todas las personas grabadas en actos de vandalismo serán judicializadas.*

Al compartir sus decisiones desde esta red social, el Alcalde Gustavo Petro quiso proyectar una imagen de mandatario transparente que debe tomar decisiones contrarias a sus creencias por un bien colectivo. Además, cumplió un papel informativo al dar cuenta de cada una de las medidas adoptadas. Sostuvo un diálogo de doble vía con los ciudadanos que le pedían explicación e interpelló a los medios de comunicación que paralelamente publicaban el reporte de lo que sucedía en una Bogotá convulsionada.

Gustavo Petro@petrogustavo: *Triste que los dirigentes del Moir y el Partido Comunista que no fueron capaces de actuar contra la corrupción, arriesguen a sus muchachos.*

Gustavo Petro@petrogustavo: *Tratan de destruir la estación de la Estación de la 62 con Caracas. Y agreden conductor en la sexta con 21. Maltratan hasta los trabajadores.*

Gustavo Petro@petrogustavo: *La protesta convocada por la OCE y el Moir se les salió de las manos.*

Gustavo Petro@petrogustavo: *El Moir quiso convocar el movimiento estudiantil, fracasó y terminó rodeado de ladrones que roban las cajas de las estaciones.*

Gustavo Petro@petrogustavo: *Continúan robando la estación de TM, lo estamos grabando.*

Gustavo Petro@petrogustavo: *desde la sala de crisis mi amigo con visión sobre toda la ciudad y con la jefatura de la policía al lado y el gabinete.*

Gustavo Petro@petrogustavo: *Si Caracol dice que estamos golpeando estudiantes, que se alisten a ver los videos que les mandamos y ojalá los presenten.*

Gustavo Petro@petrogustavo: *mostraremos los llamados dirigentes y usuarios robando el dinero y las cámaras. El intento de engañar a la opinión pública.*

Gustavo Petro@petrogustavo: *Yo no me creo eso de que sean "estudiantes" los que organizan el vandalismo contra TM.*

Gustavo Petro@petrogustavo: *todas las personas grabadas en actos de vandalismo serán judicializadas por la misma alcaldía.*

4.1.2 Las protestas: día 2

Tras los disturbios del día anterior, Bogotá amaneció con el servicio de autobuses articulados de Transmilenio casi restablecido y la mayoría de las estaciones reparadas, después de que cinco de ellas quedaran destrozadas, gracias a cuadrillas especializadas que desde la madrugada trabajan en la restauración del mobiliario urbano.

Además, el Alcalde Gustavo Petro, convocó a un consejo de seguridad con la Policía Metropolitana y con el Secretario de Gobierno, Antonio Navarro, para definir las medidas que abordará su administración para garantizar a los manifestantes el derecho a la protesta, pero sin permitir que se presenten nuevos bloqueos. Al término de la reunión, Petro aseguró que es una prioridad garantizar la movilidad de los ciudadanos y recordó que la Alcaldía abordó todas las medidas necesarias para reforzar la seguridad, contando con varios miles de policías en la ciudad.

Según Petro, la orden a la empresa pública Transmilenio es que cualquier hecho no debe impedir que los autobuses articulados circulen en la ciudad. De este modo, el Gobierno local planea evitar que el próximo lunes, 12 de marzo, vuelvan a registrarse bloqueos y protestas por el costoso e insuficiente funcionamiento de este medio de transporte público, como han anunciado los organizadores de las protestas del día viernes 9 de marzo.

Una comisión de pasajeros habituales se reunió con representantes de la empresa Transmilenio, y establecieron sus reclamos en cuatro ejes. Este grupo pide rebajas en el precio (de 1.750 pesos, casi un dólar), un aumento en la flota, mayor frecuencia de las rutas y modificaciones en los contratos de las 15 empresas operadoras del sistema de transporte, que se reparten el 70,5% del recaudo. Camilo Alberto Meza, uno de los portavoces, anunció en medios locales de televisión que *"el día lunes 12 de marzo continuará esta protesta y se van a bloquear todas las estaciones de la ciudad de Bogotá (...) porque este servicio es absolutamente malo y muy caro"*. Los organizadores de las manifestaciones, no consideran que el Gobierno del Distrito haya planteado soluciones concretas a sus exigencias.

La Policía habilitó un correo electrónico para recibir información que permitiera la captura de las personas que cometieron actos de vandalismo y que afectaron los articulados. Por estos actos, 70 personas fueron conducidas a la Unidad Permanente de Justicia (UPJ): 9 jóvenes fueron judicializados y 28 menores de edad fueron entregados a sus padres por parte de la Policía de menores. La Policía ofreció una recompensa de 20 millones de pesos a quien proporcionara información acerca de los hechos.

Por esto, el Distrito pidió a la Personería, a la Defensoría del Pueblo y a responsables de distintas instituciones educativas que impidan que menores de edad hagan parte de los bloqueos. Con el anuncio de esta estadística, Petro buscó atajar las críticas que le achacaron una mala gestión de la crisis el día anterior, que obligó a centenares de bogotanos a recorrer largas distancias a pie por la insuficiente capacidad de autobuses normales y taxis.

4.1.3 Las protestas: día 3

Luego de los desmanes que se presentaron el viernes anterior en varias estaciones del sistema Transmilenio, la Policía lanzó un cartel con las fotos de los 52 presuntos implicados en los daños a las instalaciones de Transmilenio, este cartel estará circulando por toda la ciudad de Bogotá y por medios virtuales. Los uniformados distribuyeron al menos 3.000 volantes. Las imágenes, según las autoridades, fueron recopiladas a través de las cámaras de seguridad del sistema y de las que hay instaladas en los corredores viales de la troncal Caracas, donde se presentaron la mayoría de alteraciones. Se espera, según lo indicado por las autoridades, la colaboración de la ciudadanía en la identificación de los responsables. La mayoría de los vándalos son jóvenes entre los 18 y 23 años, y casi todos terminaron sus estudios técnicos y profesionales, por lo cual los abogados se proponen demostrar que no son un peligro para la sociedad. El general Rodolfo Palomino, director de seguridad ciudadana, dijo que la idea de estos afiches es que las personas ayuden a

identificar a estas personas para que los denuncien y sean puestos a orden de las autoridades para su respectiva judicialización.



Fotografía tomada de El Tiempo. Marzo 12 de 2012

De igual forma, el sistema amaneció custodiado con uniformados de la Metropolitana de Bogotá luego de que durante el fin de semana se escucharan rumores sobre nuevos disturbios.

El General Palomino habló acerca del despliegue por parte de la Fuerza Pública en las diferentes estaciones y portales de Transmilenio para evitar posibles obstrucciones al transporte público. También instó a la sociedad civil para que colabore y denuncie a los "vándalos" que hicieron parte de estas movilizaciones. Voluntariamente se entregaron tres de los 52 implicados, buscados por la Policía por los hechos de vandalismos en contra del sistema masivo de Transporte Transmilenio. Todavía las autoridades no han revelado las identidades de estas tres personas.

Por su parte el Secretario de Gobierno de Bogotá, Antonio Navarro, quien se hizo cargo de la situación, expresó que se garantiza la normalidad en la prestación del servicio de Transmilenio en la capital del país esto ante anuncios de posibles protestas, además reiteró las denuncias sobre motivaciones políticas ante los desmanes del viernes anterior. El Secretario aseguró que escuadrones de la Policía desde las 4 de la mañana están atentos guardando la seguridad en todas las estaciones de Bogotá.

Antonio Navarro, aclaró que la Mesa Amplia Nacional Estudiantil (MANE) no estuvo relacionada con los hechos ocurridos el pasado viernes, pero afirmó que otras organizaciones estudiantiles sí fueron participantes activas y promotoras de los actos vandálicos. *"La llamada MANE no estuvo como organización ni promovió las protestas, pero otras organizaciones estudiantiles sí lo hicieron. Tengo pantallazos de Facebook donde hay llamados de estas organizaciones al bloqueo de Transmilenio el 9 de marzo, donde dicen: salgamos simultáneamente a muchas partes"*, explicó Navarro en diálogo con la emisora Caracol Radio.

Finalmente, el funcionario aclaró que el gran conflicto por solucionar está relacionado con las tarifas y la renegociación con los operadores. Navarro precisó que tras 10 años desde el comienzo del Transmilenio, *"están totalmente pagados los buses y la inversión y esa es la negociación que inició hace semana y media y tiene que conducir a la posibilidad de la rebaja de las tarifas sin subsidio, en lo que estamos avanzando"*, explicó. Al respecto, el funcionario concluyó que es necesario que la opinión pública apoye esta renegociación y así mismo, los transportadores, *"que hicieron ganancias importantes"*, cooperen con la ciudad y acepten la renegociación inmediata.

Este día transcurren sin mayores contratiempos las operaciones del sistema masivo de transporte capitalino.

4.2 MEDIOS DE REFERENCIA

Son tres los medios de comunicación escrita que se han seleccionado para el análisis de caso, los periódicos colombianos: *El Espectador*, *el Tiempo* y *la Revista Semana*. Se considera que la selección resulta sugestiva para llegar a conclusiones válidas, ya que se trata de publicaciones que cuentan con gran influencia social y política en Colombia, además de que abarcan varias opciones ideológicas con representación política en el mismo.

A continuación se hace una somera referencia a los medios que engloba cada una de las empresas de comunicación a las que pertenecen los periódicos y la Revista que han servido para analizar el estudio de caso que corresponde en esta investigación.

4.2.1 El Espectador

Es un periódico colombiano de pago, redactado en español y de tirada nacional, cuya sede principal se encuentra en la ciudad de Bogotá. Cuenta con 1.850.400 lectores, según el Estudio General de Medios. (EGM – Primera Ola 2009 (I-2009)).

Fue fundado por Fidel Cano Gutiérrez el 22 de marzo de 1.887 en la ciudad de Medellín. En 2012 cumplió 125 años de existencia, siendo el periódico más antiguo en Colombia, uno de los más antiguos de América y el de mayor trayectoria en la historia del país.

Desde sus inicios ha defendido ideas liberales, lo que le ha hecho confrontarse con los gobiernos de turno -al defender postulados del Partido Liberal de Colombia- y con instituciones como la Iglesia Católica. Desde el 12 de noviembre de 1.997 la mayoría accionaria del diario está en manos del antiguo Grupo Industrial Bavaria fundado por Julio Mario Santo Domingo, hoy Valórem.

4.2.2 El Tiempo

Periódico colombiano fundado el 30 de enero de 1.911 por Alfonso Villegas Restrepo. Es en la actualidad el diario de mayor circulación en Colombia y por siete años prácticamente el único nacional, debido a la crisis de su principal competidor, *El Espectador*, que en 2.001 se convirtió en semanario antes de volver a ser diario en 2.008.

Su propietario es el grupo económico liderado por el empresario colombiano Luis Carlos Sarmiento Angulo, que le compró su parte al Grupo Planeta de España, en marzo de 2.012. Dos meses más tarde, se conoció que Sarmiento Angulo también adquirió la participación de los accionistas minoritarios: Abdón Espinosa Valderrama y los miembros de la Familia Santos. El diario es la base del conglomerado de medios conocido como Casa Editorial *El Tiempo* (CEET).

Según el Estudio General de Medios, su circulación promedio de lunes a sábado en 2011 alcanzó 1.077.578 ejemplares, mientras que en la edición dominical era de 1.999.089. Cuando el Partido Liberal regresó al poder en 1.930, tras el triunfo de Enrique Olaya Herrera, *El Tiempo* se comprometió en la consolidación de este partido como alternativa de poder. Cumplió así una labor de adoctrinamiento político. Sin embargo, con los años se convirtió en un medio de comunicación comprometido con el desarrollo de Colombia, pluralista en su contenido editorial. Esa bandera partidista que enarboló durante muchos años desapareció para dar paso a un periódico incluyente, sin matrícula en ningún movimiento político, abierto a todas las tendencias ideológicas. Es decir, un diario que lucha por un país más democrático. Como todos los periódicos colombianos, *El Tiempo* dejó de ser apéndice de un partido, y se transformó en un órgano que defiende, ante todo, la nacionalidad.

4.2.3 Publicaciones Semana

Publicaciones Semana S.A. nació en 1.982 como una empresa de medios de comunicación que impuso con su primera Revista, *Semana*, un periodismo vanguardista y analítico que rompió con los moldes de la prensa militante e ideologizada, y se sintonizó con un país que quería estar bien informado desde orillas más independientes.

30 años después, Publicaciones Semana ha asimilado las cada vez más vertiginosas transformaciones del mercado editorial y de un mundo que se mueve y comunica de una manera diferente. Como resultado de ello se ha convertido en una empresa editorial que genera contenidos en múltiples plataformas. Además del papel, la empresa ha sabido innovar y crear nuevos formatos y plataformas para llegar a sus audiencias: digital, móvil, tabletas, activaciones y eventos, sin perder de vista la experiencia, la independencia periodística y la calidad que la caracterizan.

En 2008 *Semana* recibió el Premio Rey de España por las investigaciones periodísticas que contribuyeron a destapar el escándalo de la parapolítica. La Revista se ha convertido en un medio muy influyente y polémico en el país al destapar escándalos en entidades como el DAS por el escándalo por la infiltración paramilitar en 2006 o el escándalo por las escuchas ilegales en 2009, razón por la cual su director Alejandro Santos ha sostenido polémicas con funcionarios del Gobierno del ex presidente Álvaro Uribe y con el propio presidente.

Llama la atención la paradoja que existe entre la independencia política oficial y el posicionamiento ideológico, de los medios de comunicación que son tomados como referencia para esta investigación. Fenómeno que David Swanson no duda de calificar como negativo:

“la estrecha vinculación de los partidos políticos y posturas ideológicas no hacen un buen servicio a la necesidad de los medios comerciales de atraer un cada vez mayor número de lectores, oyentes y espectadores del espectro político”. (1995:12)

Y continua más adelante:

“La consecuencia del proceso de modernización de los medios de comunicación se traduce en muchos países, en el avance de periodismo políticamente neutral que atrae la atención de una audiencia a nivel nacional y que guarda su independencia. Presentándose a sí mismo como un observador objetivo y desinteresado”. (1995: 14)

Esta paradoja se da en los diarios de referencia más consultados, donde la connotación ideológica se da en abundantes ocasiones en lo que respecta a la información y es casi mono- discursivo en cuanto al género de opinión.

No queda claro en qué medida son las afinidades puramente ideológicas o los intereses de índole empresarial los que determinan que una publicación diaria adopte cierta posición. (Muñoz, 1999)

Por otra parte, estas fuertes divergencias ideológicas pueden crear un efecto positivo, como sería la aparición de un pluralismo al no compartir todos los medios en su totalidad un “programa de mínimos” que los situaría como salvaguarda del modelo socioeconómico y político. Ramón Reig cita a Marvin Harris, quien se muestra pesimista:

Marvin Harris... afirma que una manera de lograr el “control del pensamiento” consiste en no oprimir a la sociedad sino en invitar a los ciudadanos a participar en eventos del poder. Esta participación la lleva hoy a la práctica la estructura informativa... Hay una persuasión desde la estructura informativa hacia los ciudadanos y tal persuasión, muy difícil de detectar por el propio receptor en no pocas ocasiones, tiene como misión salvaguardar el orden implícito a todo sistema incluso a pesar de la presencia de los “heréticos” (1998: 22- 23).

Se observa con claridad un esquema similar al presentado por Habermas, que aquí se sigue como modelo teórico, donde considera que los medios no funcionan únicamente como salvaguarda del poder de la opinión pública, sino que también pueden actuar como mediación efectiva en el debate libre entre ciudadanos.

El análisis intentará comparar las estrategias discursivas de los medios de comunicación de referencia consultados en cada día concreto desde que sucedieron los hechos: entre el 9 y el 11 de marzo de 2012, en las rutas de Transmilenio en Bogotá, y cómo el Alcalde Gustavo Petro le dio manejo a dicha situación a través de su cuenta en *Twitter*; lo que pondrá de relieve en mayor medida su evolución temporal que si simplemente nos limitaremos a reseñar la tematización y posicionamiento ideológico que puede apreciarse en cada medio.

4.3 CUBRIMIENTO POR PARTE DE LOS MEDIOS

4.3.1 10 de marzo de 2012

El Espectador y *El Tiempo*, medios de comunicación tomados como referencia para esta investigación abren sus ediciones con una temática similar: el mal servicio prestado por Transmilenio colapsó provocando disturbios en Bogotá. Este asunto se constituye en eje fundamental de las noticias, interpretaciones y comentarios de la prensa en este día.

Para Pierre Bourdieu, en su texto “*Sobre la televisión*” (1996), los productos periodísticos son mucho más homogéneos de los que se cree. Las pequeñas diferencias entre esos productos están generadas más que nada por la tendencia política del periodista y del periódico. Esas diferencias esconden profundos parecidos, particularmente debidos a las restricciones impuestas para acceder a la fuente de información, y a otros mecanismos entre los cuales el más importante es la lógica de competición. Los periodistas están sometidos a las mismas cifras, sondeos, fuentes, restricciones lo que produce la homogeneización de la información que fluye por los periódicos, y demás medios de comunicación. De ahí la facilidad con la cual los periodistas pueden pasar de un periódico a otro.

Esa homogeneización se vuelve posible porque la producción de la información es colectiva, no solo por la participación de los que permiten la elaboración y la difusión de una información, sino también con todo el conjunto de periodistas. Es la lógica de competición que lleva a eso porque para llegar a decir o mostrar algo antes que los demás periodistas hacen cosas que no harían si los demás no existieran. Por ejemplo investigar sobre la información que les viene, o confrontar esa información con otras fuentes pone en peligro la exclusividad que puede tener un periodista sobre esa información.

De otro lado, Bourdieu nota que nadie lee tantos periódicos como los periodistas, y que tienen la tendencia de pensar que todo el mundo hace lo mismo, olvidando que mucha gente no lee ningún periódico, o uno solo. Para los periodistas esa práctica es

imprescindible ya que para saber lo que van a decir, tienen que saber lo que los demás dijeron, y particularmente los periódicos de referencia. La lógica está en que si un periódico trata de un evento, no se pueden permitir de no tratarlo. Ese mecanismo también provoca la homogeneización de la información. Las pequeñas diferencias en la manera de tratar la información no hacen más que esconder grandes parecidos.

Los diarios del país dedican varias sesiones y editoriales en sus páginas. En todos los casos, se hace énfasis en el descontento generalizado con el mal servicio prestado por Transmilenio y que es aprovechado por un grupo de manifestantes que chocan violentamente contra la Policía. De esta forma, los ataques hacia el Transmilenio quedan resumidos en concisos titulares:

“Bloqueo recargado: Transmilenio, el emblemático sistema de transporte de Bogotá, sufrió ayer el más grande colapso en sus 12 años de vida. Más de 200 jóvenes bloquearon cuatro portales y once estaciones en protesta por las altas tarifas y el mal servicio” (El Espectador)

“El peor ataque a Transmilenio, crisis destapa pelea entre vertientes de izquierda” (El Tiempo)

“Los disturbios y el vandalismo contra Transmilenio se salieron de madre y pusieron en jaque a la movilidad de los bogotanos. ¿Qué solución tiene este drama?” (Revista Semana, edición del 12 al 19 de marzo de 2.012)

Se evidencia que la Revista *Semana* y el periódico *El Espectador* se caracterizan por una alta coincidencia en los temas que son objeto de la información: manifestaciones ocurridas en las rutas de Transmilenio; mientras que *El Tiempo* en su titular de primera plana deja ver que detrás de las manifestaciones ocurridas en Transmilenio se involucran sectores políticos.

La dinámica de definir una similar tematización de la crisis en el transporte masivo de los bogotanos en los diarios de referencia, sin embargo, no se mantendrá de forma homogénea. En esta ocasión la uniformidad temática se altera en cuanto no solo se trata de la crisis en el Transmilenio, sino que va más allá como lo menciona *El Tiempo*, al señalar en su titular que la crisis destapa la pelea entre las vertientes de la izquierda: desde su cuenta en *Twitter*

Gustavo Petro postuló sus pensamientos y lanzó varios ataques contra el MOIR y el POLO, movimientos a los que responsabilizó sobre lo que ocurría en las calles. Sobre el mediodía lanzó el trino que encendería la mecha: *"Dado que militantes del partido comunista y el MOIR están detrás de los bloqueos, espero pronunciamiento de Clara López y de bancada del Polo"* dijo. Y a renglón seguido escribió: *"los usuarios no van a su trabajo con papas y petardos y banderas. No somos ingenuos"*.

La *Revista Semana*, en su edición número 1559, del 19 al 26 de marzo de 2012, en la sección de Política titula:

"Rápidos y furiosos: con los recurrentes trinos de Petro, Uribe y Santos, cabe preguntarse qué tan nocivo es que la política se reduzca a 140 caracteres"

Y el artículo continúa:

Como todos los días, el viernes 9 de marzo Gustavo Petro se levantó temprano. Ese día, según contó en *Twitter* a las 6:21 de la mañana, estaba especialmente feliz por el concierto de Toto la Momposina de la noche anterior, con el que la Alcaldía había celebrado el día de la mujer. A los pocos minutos tuvo una breve discrepancia con otro usuario de esta red social por su rechazo a las corridas de toros y se mostró pedagógico con uno más por el préstamo del estadio El Campín para hacer conciertos.

Al filo de la medianoche terminó el día más difícil desde cuando asumió como Alcalde mayor de Bogotá por el ataque a Transmilenio que dejó pérdidas por mil millones de pesos, 70 detenidos y un divorcio mal terminado con algunos de sus viejos compañeros de izquierda: el Polo, el Moir y el Partido Comunista. Los ciudadanos fueron testigos directos de lo que ocurrió, pues con sus propias manos él lo comunicó a través de 292 trinos enviados desde su teléfono móvil. Uno cada cinco minutos. De estos, escribió 233 trinos y retuiteó 59 que hablaban puntualmente de la situación. Es decir, se tomó el tiempo para leerlos, seleccionarlos y enviarlos a sus casi 195.000 seguidores.

El debate en la red ese día estuvo especialmente álgido y no faltaron quienes lo acusaron de haber contribuido a crear un ambiente alarmista con trinos como: “*los saboteadores van hacia el norte*”; “*tratan de destruir la estación de la 62*”; “*continúan robando la estación de Transmilenio*”; “*hay una señora desmayada en la estación del Museo del oro*”; y “*en este momento los vándalos están borrachos*”.

El Alcalde capoteó esta situación con un argumento futbolístico de otro usuario, y que envió a las 11:25 de la noche: “*decir que @Petrogustavo es culpable (de lo ocurrido en Transmilenio) es como decir que Pekerman es culpable de que Colombia no clasificara a los últimos tres mundiales*”.

4.3.2 11 de marzo de 2012

Los principales diarios de referencia abren sus ediciones con la noticia del momento en Bogotá: La crisis en Transmilenio. En este segundo día de protestas

“Encrucijada: el colapso vivido en Transmilenio por las protestas de usuarios se transformó en la primera gran crisis de la administración de Gustavo Petro en la capital del país”. (El Espectador)

El Espectador hace un análisis profundo sobre este tema en sus páginas siguientes.

El Tiempo, en su edición un día después de los hechos ocurridos en Bogotá, presenta en el centro de su portada una fotografía con un titular similar al de *El Espectador*, donde están de acuerdo en que esta sería la primera gran crisis que le tocaría afrontar a Gustavo Petro.

“Primera prueba de fuego para Petro” y sigue un comentario: “*tras las violentas protestas del viernes, el sistema de transporte masivo de Bogotá, amaneció ayer con operación aun restringida en varias estaciones, como la calle 72, en la avenida*

Caracas. Expertos analizan la primera gran crisis que enfrenta la administración del Alcalde Gustavo Petro y cómo blindar a Transmilenio. (El Tiempo)

La Revista *Semana*, expone:

“No habrá protestas por Transmilenio el lunes: unión de Usuarios”.

Y comenta que el vocero de la organización, Sebastián Galeano, manifestó a medios de comunicación que no pueden controlar si se presentarán nuevas movilizaciones. Seguirán divulgando sus peticiones.

A través de su vocero, Sebastián Galeano, la llamada Unión de Usuarios de Transmilenio aseguró que no protestarán este lunes ni durante la semana contra el sistema de transporte masivo de la capital, pero que no pueden controlar ni prohibirle a la ciudadanía que no se pronuncie o se manifieste si tiene algún tipo de inconformismo con el sistema. Se señaló que el movimiento rechaza los actos vandálicos que tuvieron lugar el viernes durante las protestas de usuario inconformes del sistema.

A su vez, reiteraron sus peticiones para la mejora del servicio que incluyen la reducción de la tarifa, control de la aglomeración dentro de las estaciones y articulados, aumento de la frecuencia de las rutas y la renegociación de los contratos con los operadores. De igual forma, rechazaron los señalamientos de la Administración Distrital en el sentido de pertenecer a determinadas filiaciones políticas y de pretender beneficiar a intereses particulares.

Desde los órganos de control también se dieron llamados de atención, por ejemplo, la Contraloría Distrital le advirtió al Alcalde Gustavo Petro que existe un riesgo inminente de daño al patrimonio público en cuantía superior a mil millones de pesos con ocasión de la ineficiencia e ineficacia en la prestación del servicio del Sistema de Transporte Masivo Transmilenio, tal como lo evidencian los hechos ocurridos el pasado 9 de marzo.

Por medio de auditorías, el ente de control ha venido llamando la atención de la Empresa de Transporte del Tercer Milenio -TM- sobre la problemática relacionada con la operación, afectación de los servicios troncales y alimentadores y la capacidad de la flota que presenta el sistema: "La ausencia de medidas correctivas ha propiciado situaciones que alteran el orden público y afectan el patrimonio distrital. De acuerdo con lo evidenciado por la

Contraloría de Bogotá, este tipo de hechos son consecuencia de deficiencias de planeación, programación y funcionamiento del sistema", dice el organismo de control.

El organismo fiscalizador, en cabeza del contralor Diego Ardila, otorgó un plazo de 10 días hábiles a la Administración Distrital para informar acerca de las acciones correctivas que implementará para ofrecer un transporte público con libertad de acceso, calidad y seguridad de los usuarios.

En esa misma semana, se llevó a cabo una reunión que comenzó a cambiar el futuro del transporte masivo en Bogotá. El Alcalde Gustavo Petro se reunió con los operadores privados de Transmilenio para tratar de ver cómo se resuelve la crisis en que se encuentra el sistema insignia de buses articulados.

Los ataques recientes a cinco estaciones que dejaron 1.000 millones de pesos en pérdidas y la salida de seis de los funcionarios de Transmilenio, son tan solo la fiebre que advierte que algo más profundo está pasando. Se trata de la disputa entre dos formas de concebir el sistema. La tradicional, que funcionó más o menos bien hasta hace unos años, pero que les dio ventajas económicas inusitadas a los operadores; y la otra, que está en la cabeza del Alcalde Gustavo Petro, que aún no es legible, pero que busca bajar las tarifas.

El propio Petro, el día de las protestas, dijo: "Transmilenio llegó a su límite. Este no es el modelo que solucione los problemas de transporte público a la ciudad. Por eso, el Distrito pondrá una flota de buses propia". Sus palabras se pueden entender de dos maneras: de un lado, como una estrategia para ablandar a los operadores privados y así lograr renegociar los contratos en mejores condiciones para la ciudad. Y de otro, como un interés de darle más participación en el negocio al Distrito, al fin y al cabo, para él no es ajena la convicción de que el Estado debe administrar los servicios públicos. Sin embargo, una cosa es estatizar y otra cosa es intervenir el modelo económico desde el Estado, para que las utilidades del sistema se queden en él y no en los bolsillos de los privados.

Lo cierto es que Gustavo Petro recibió un Transmilenio en crisis. Los bloqueos se venían repitiendo desde el año pasado. En el último año se han transportado 300.000 personas más en el sistema. "No es cierto, como dicen por ahí, que el éxito de Transmilenio es el que lo

está desbordando -dice un alto funcionario de la Alcaldía- lo que lo está desbordando es la improvisación y el despelote con el que se ha manejado". La prueba es que no se tenía previsto qué hacer con los contratos de lo que se conoce como Fase I, que es la construcción la troncal Autonorte, troncal Calle 80, troncal Avenida Jiménez y la troncal Caracas que conforman el sistema vial de Transmilenio

El Alcalde no salió muy bien librado en el manejo de su primera prueba de fuego: los ataques a las estaciones. Y tampoco fue lo más oportuno pedirles la renuncia protocolaria a seis técnicos en medio de la crisis. Pero de lo que no cabe duda es que el propósito que inspira a Petro es trascendental: hacer el sistema más eficiente y que las utilidades se pongan más al servicio del usuario que de un puñado de particulares.

4.3.3 12 de marzo de 2012

En este tercer día de caos en Transmilenio, *El Espectador* en su portada solo tiene un pequeño comentario acerca de la situación y se titula:

“Transmipolítica: El gobierno Petro buscó apoyo de los usuarios de Transmilenio para presionar la modificación de los contratos con los operadores. Esta es una de las jugadas que tienen a Transmilenio S.A. peleando con la Alcaldía”.

El Tiempo comenta los hechos en sus páginas interiores, no tiene un titular en primera plana y lo registra de la siguiente manera:

“Dos mil policías protegerán hoy a TM”

Y sigue:

...las autoridades de Bogotá despliegan hoy, desde las 2 a.m. un gigantesco operativo para garantizar el normal funcionamiento del sistema de transporte Transmilenio, que el viernes sufrió los peores ataques vandálicos en 12 años de existencia.

La Revista *Semana*, en su edición digital, expone lo ocurrido citando:

“Por crisis en sistema Transmilenio renuncian seis funcionarios”.

Los bloqueos y desmanes que se presentaron el viernes 10 de marzo en varias zonas de la ciudad produjeron la salida de tres altos funcionarios del sistema Transmilenio.

Se trata del subgerente del sistema, Fernando Rojas; el director operativo, Mario Valbuena, y el director financiero, Rigoberto Lugo. En las últimas horas también pasaron la carta de renuncia de sus cargos la encargada de desarrollo de negocios, Martha Lucía Gutiérrez; la subgerente técnica, Sandra Ángel, y la jefe de la oficina jurídica, Clara Elena Zabarain.

En horas de la mañana se especuló que el gerente de Transmilenio, Carlos García, también había dejado el cargo, pero la versión fue negada tras una reunión entre el funcionario y el Alcalde Gustavo Petro. Las renunciaciones se dan tras la crisis que quedó evidenciada este lunes cuando en un debate de control político en el Concejo de Bogotá, los cabildantes señalaron uno a uno los problemas del sistema y la forma como el Distrito manejó la crisis. Allí se dijo que hubo falta de inteligencia para determinar los puntos que iban a ser bloqueados por los manifestantes, en su mayoría estudiantes de colegio.

El Alcalde de Bogotá, Gustavo Petro, tenía prevista una rueda de prensa, pero la canceló por la complejidad de los temas en el sistema Transmilenio que trata con la secretaria de Movilidad, Ana Luisa Flechas, y el gerente de Transmilenio.

Se observa claramente la diferente perspectiva adoptada por cada medio consultado en la ordenación y estructuración de sus artículos y la manera como abordan la misma problemática y la importancia que se le da al tema colocándolo o no en su portada principal. A diferencia de *El Tiempo* y *El Espectador*, La Revista *Semana* se caracterizó por realizar un mayor cubrimiento y análisis de los hechos acontecidos, lo que se evidencia en la cantidad de información acopiada, en su presentación, y en los análisis ofrecidos.

4.4 ¿CÓMO SE RESOLVIÓ?

El Alcalde Gustavo Petro, dio la orden a la Policía de controlar el caos presente en las estaciones de Transmilenio y de dispersar a los manifestantes. La Policía presenta un cartel con las fotografías de los 52 presuntos autores materiales de los destrozos a estaciones y portales del sistema de transporte masivo de la ciudad, donde se ofrece una recompensa de 20 millones de pesos para los ciudadanos que entreguen información que permita la captura de los sindicados de cometer los robos y daños contra la infraestructura del sistema. En la sede de la Policía de Bogotá, ubicada en la avenida Caracas con calle sexta, las autoridades les tomaron los datos a los jóvenes. Posteriormente, la Fiscalía asumirá el caso y los llamará a una audiencia para que respondan por su conducta.

Después de lo ocurrido, 2.000 uniformados de la Policía Metropolitana de Bogotá tienen la misión de proteger el sistema Transmilenio y evitar que se presenten bloqueos y disturbios, que dejaron 10 heridos, estaciones destruidas, articulados afectados y pérdidas superiores a los mil millones de pesos.

Luego de las manifestaciones ocurridas en el transporte masivo de Bogotá, Gustavo Petro, en una entrevista para el diario *El Tiempo*, publicada el 18 de marzo de 2012

...descarta que el bloqueo se le haya salido de las manos e insiste en darle un fuerte revolcón a Transmilenio, inyectándole más articulados al sistema, mejorando las vías de circulación y abriendo estaciones. El Alcalde menciona que hay una animadversión creciente de la población contra Transmilenio, pues dicen que el servicio es cada vez peor. Y eso es así por el incremento de la demanda de pasajeros, porque el modelo de construcción de rutas no tiene en cuenta ese crecimiento y porque el modelo, en el fondo, nunca contempló el interés del usuario y se hizo alrededor de la lógica del empresario. Bajo este contexto, un grupo de activistas políticos decide aprovechar eso -no con la intención de mejorar TM- sino con el fin de atacar la Alcaldía.

Semana en la edición del 19 de marzo al 26 de marzo de 2012 dedica dos páginas a la movilidad de los articulados con el titular:

“la crisis de Transmilenio apenas comienza. Lo que hay detrás es un pulso entre la alcaldía y los operadores privados por la prórroga de los contratos. En juego está insignia del progreso de Bogotá”

Y continúa en su redacción:

...si todo sale como está previsto, se llevará a cabo una reunión que puede comenzar a cambiar el futuro del transporte masivo de Bogotá. El Alcalde Gustavo Petro se reunirá con los operadores privados de Transmilenio para tratar de ver cómo se resuelve la crisis en que se encuentra el sistema insignia de los buses articulados.

Para decidir si se cambia o no el modelo masivo de los bogotanos, lo primero que tiene que resolver Petro es qué va a hacer con los contratos de la Fase I, con la cual se inauguró el revolucionario esquema de transporte. Por la manera como se resuelva ese asunto se sabrá el futuro de Transmilenio. En ese entonces, año 2000, parecía una utopía sacar los buses viejos de circulación. El Alcalde Enrique Peñalosa sedujo a los empresarios del transporte con una oferta para que creyeran en el sistema y de ahí surgieron algunas de las prerrogativas que hoy tienen. Por ejemplo, gracias el primer contrato, los operadores se distribuyen el 70, 5% del recaudo, mientras que el distrito recibe el 5,5%. Según el secretario de gobierno del Distrito, Antonio Navarro, en los últimos años los operadores han recibido 4,4 billones de pesos. Hay que tener en cuenta que con parte de ese dinero estas empresas pagan combustible, mantenimiento, empleados, administración, chatarrización, entre otros. Según las cuentas de Víctor Martínez, vocero de los operadores *“las utilidades han oscilado entre el 5 y el 10%, pero solo en los últimos años, porque al comienzo pagábamos deudas”*. Si se hace la operación matemática la suma sin duda es atractiva.

El contrato de la fase I, en teoría, se debe terminar cuando la flota cumpla 850.000 kilómetros recorridos en promedio y cuando un bus lleve un millón de kilómetros recorridos debe de salir de circulación. Pero lo que en realidad ha ocurrido es que

con el paso del tiempo y el aumento de la demanda, los operadores han ingresado más buses y han negociado con el distrito nuevas condiciones. Cuando comenzaron a rodar eran 450, pero actualmente la fase I tiene 709 buses (de 1.250 que tiene el sistema). Con la entrada de los nuevos articulados se ha prorrogado el contrato, por una razón simple: el promedio de kilómetros recorridos de la flota se baja cada vez que un bus cero kilómetros entra en funcionamiento. Hay operadores que lograron, por ejemplo, reducir hasta un 30 % el promedio de kilómetros recorridos. Sin embargo, la vigencia del contrato de la fase I se acerca a su fin. Faltan cerca de 18 meses para que la flota cumpla la edad promedio que da por terminado el contrato.

Pero la más grave es que parte de la tarifa que se paga es para amortizar el capital que invirtieron los operadores en la compra de los buses y lo que no había notado el Distrito –y que descubrió el actual director de la Unidad Administrativa de Servicios Públicos, Guillermo Asprilla- es que en los diez primeros años los usuarios ya pagaron el valor de los buses. No obstante, como el contrato sigue corriendo, los operadores siguen recibiendo en la tarifa un pago por su inversión. Según cálculos de Asprilla, a diciembre de 2011, los operadores habían recibido 140.000 millones de pesos adicionales por conceptos que ya no tienen causa.

Aunque Petro propuso comprar 150 buses para introducir una flota del Distrito al sistema, esa idea no es tan fácil de concretar. En primer lugar, el Alcalde se enfrenta a una traba legal, pues los estatutos de constitución de Transmilenio les concedieron a los operadores la exclusividad en la operación de los buses. Para superarla, el Distrito estudia dos salidas: impulsar un acuerdo en el Concejo –donde la mayoría está en la oposición – para cambiar los estatutos de constitución de la empresa, o crear una figura para que los buses sean operadores por una empresa del Distrito distinta a Transmilenio.

La otra salida es que se renegocie el contrato con el Distrito. Los operadores quieren renegociar porque el paso del tiempo juega a su favor. Si el gobierno no tiene un plan claro para el momento en que se acabe el contrato, o no ha logrado consolidar la idea de incorporar flota del Estado, los operadores podrían ingresar nuevos buses al sistema para darle otro aire al contrato vigente y mantener los beneficios.

Las dos partes llegan en orillas opuestas. Petro no ha ocultado su sospecha de que uno de los actores detrás de las manifestaciones contra TransMilenio fueron los propios operadores: “*Si se realizan operaciones tipo operación tortuga, presionando temas tarifarios y ampliaciones de concesión, la ley faculta para que se intervengan*”, aseguró el Alcalde antes del viernes que se presentaron los bloqueos. Y en el sector de los operadores y los defensores del esquema como fue creado, cunde también la duda sobre el cambio que Petro quiere hacerle al sistema. Críticos de Petro como el ex Alcalde Peñalosa han sacado a colación el mal recuerdo que dejó de la Empresa Distrital de Transporte Urbano, cuya ineficiencia y corrupción la llevó al fracaso.

Pero lo importante es que si se llega a una solución sobre ese contrato es más fácil que la Alcaldía pueda solucionar otros problemas críticos como el de la congestión del sistema.

Una semana después de las protestas en Transmilenio, el diario *El Tiempo*, en su edición del 19 de marzo del 2.012, en la Sección de Editorial, publica un artículo que titula:

Trinos y gobiernos: “El problema del trino es que excita respuestas en caliente y no deja tiempo para reflexionar”.

La crisis de Transmilenio dejó, entre otras secuelas, un debate por los más de cien trinos que emitió el Alcalde Petro durante la jornada. Como casi todo el mundo sabe, los trinos son frases de no más de 140 caracteres -como la que encabeza esta nota- emitidas a través de un programa de Internet, el *Twitter*, que llega a los seguidores del emisor. Según un asesor del Alcalde, 2 millones de personas leen sus recados electrónicos.

A los trinos de Petro les formulan varias críticas. El jefe del Partido Liberal, Simón Gaviria, los calificó de "inconvenientes". El de 'la U', Juan Lozano, dice que Petro actúa poco y trina mucho. El ex Alcalde Lucho Garzón le advirtió que algunos de sus trinos podrían costar a la ciudad gravosas demandas. Y el Procurador señaló el peligro de tomar decisiones administrativas a través de los trinos. Petro se defiende diciendo que el *Twitter* le facilita el diálogo directo con la ciudadanía.

CAPITULO 5

5.1 CONCLUSIONES

Se procurará enlazar las conclusiones con un proceso argumentativo más amplio que permita elaborar una tesis general sobre la posibilidad de articular una opinión pública crítica en el contexto que nos compete, vinculada o no a través del *Twitter* como red social.

Al margen de lo sucedido, con su frenética capacidad para trinar, el mismo Alcalde de Bogotá, Gustavo Petro, abrió un debate adicional: ¿Petro gobierna a Bogotá por medio del *Twitter*? “*De ninguna manera*”, responde Daniel Vinograd, el estratega de comunicaciones de la Alcaldía de Bogotá: “*Lo que hace es comunicar*”, aclara. Y, según su opinión, los mensaje que envía a través del ciberespacio corresponden a los de un *hombre inteligente, claro y sintonizado con la actualidad*”. Su conclusión es que Petro es un *político moderno*.

En efecto, es difícil encontrar hoy un político en cualquier parte el planeta que no haga uso de esta herramienta. El periodista Ricardo Galán, con experiencia en el liderazgo de oficinas de comunicación de políticos en campaña y en el ejercicio de su cargo, dice que ese cambio de estatus es donde precisamente el uso del *Twitter* debe ser distinto: “*Cuando se es candidato hay una licencia socialmente aceptada para especular, suponer y cañar, pero cuando se gobierna, lo que se transmite son decisiones tomadas*”.

Vinograd, asesor de Petro, cree que la irrupción de Petro a través de *Twitter* en la política no es otra cosa que la democratización de la comunicación: “*Para los medios tradicionales es difícil entender esto porque son muy godos*”. Su punto de vista es compartido por Fabián Sanabria, director del Instituto Colombiano de Antropología e Historia: con *Twitter* “*se acaba la división entre los que gobiernan y los gobernados, al igual que la división de los que enseñan adelante (incluso en la misa) y los que aprenden (o reciben el sermón) atrás*”.

Es claro que las nuevas tecnologías están transformando la política. Y las redes sociales, encabezadas por *Twitter*, son la punta de lanza de esta nueva oportunidad para llegarle a las masas. Y si la política es en gran parte el arte de la seducción, *Twitter* es uno de los mejores

elíxires para lograrlo: es fácil, efectivo, corto y puede llegarle a millones de personas instantáneamente y sin intermediarios. Pero si bien es un instrumento democratizador y ha sido crucial para organizar a la gente y defender grandes causas, tampoco se puede abusar de él. La política no se puede reducir a 140 caracteres. El debate político necesita argumentos, contextos, procesos y tiempos, lo cual trasciende el formato y el carácter inmediatesta de las redes sociales.

Por eso, no es lo mismo un candidato aprovechando las redes sociales para hacerse elegir, un político opositor criticando el gobierno de turno o un presidente comunicando un acto de gobierno o transmitiendo un mensaje de interés nacional.

La crisis del transporte masivo de Bogotá, dejó entrever la manera como Gustavo Petro utiliza el *Twitter* como plataforma para expresar sus pensamientos personales y no como una voz institucional, convirtiéndose así en el mandatario que en Colombia más utiliza esta red social como vehículo de comunicación con sus gobernados, no para gobernar.

Al indagar la tendencia ideológica de los periódicos de referencia que aquí se analizaron, se descubre que desde la primera página aparecen rasgos que concluyen apoyo a determinadas posiciones políticas. Cada medio de comunicación adecua el tema a tratar, en este caso, los hechos ocurridos en Transmilenio, de tal manera que los titulares de cada periódico pueden variar entre sí, y desde luego lo hacen en lo que atañe a la interpretación subyacente a la noticia principal de la portada. Las portadas de los diarios, en cierto sentido, reflejan los pensamientos políticos de los periodistas y esto repercute en los medios de comunicación de masas. Como destaca Manuel Castells:

Una vez que la política es expresada en el espacio de los medios, los propios actores políticos cierran el campo de la política de los medios organizando la acción política fundamentalmente en torno a los medios, por ejemplo, filtrando información para favorecer un proyecto personal o político determinado. De esta forma inevitable, esto conduce a contra infiltraciones, con lo cual los medios se convierten en el campo de batalla en el que las fuerzas y personalidades políticas, así como los grupos de presión, tratan de debilitarse mutuamente, para recoger los

beneficios en las encuestas de opinión, en las urnas, en votos parlamentarios y en las decisiones del gobierno (Castells, 2000b: 384).

Todos los medios analizados coinciden en incluir en sus periódicos algunas tiras cómicas, firmadas por colaboradores, que en cierto sentido son complemento de la sección de opinión de cada periódico. Se encontraron características comunes, pues siguen la línea editorial e ideológica del diario en el que colaboran, pero que se hace de una forma más o menos militante en comparación con los columnistas de opinión. Se emiten críticas un poco jocosas de acuerdo a la situación y se hacen directamente al Alcalde Gustavo Petro o a alguno de sus colaboradores de despacho.

La necesidad de comunicación entre el gobernante y los gobernados es tan vieja como la democracia. Cualquier medio es bueno para ello. Famosos fueron los pregones romanos mediante los cuales las autoridades transmitían a los ciudadanos sus disposiciones y comentarios. El presidente Carlos Lleras Restrepo solía comentar por televisión cuestiones públicas y de gobierno: eran trinos de hora y pico. Aún hoy, en los juzgados colombianos, muchas diligencias se notifican por edicto: un papel que cuelga detrás de una puerta.

En esencia, el trino no es distinto al boletín de prensa, la alocución televisada o el comunicado oficial. Con el mismo argumento que se promueve al nivel de cuasi acto administrativo un mero anuncio por *Twitter* sobre cambios burocráticos podría considerarse tal lo que diga el funcionario en una entrevista. Informar sobre una decisión tomada o por tomar es distinto al acto en sí mediante el cual se toma: este exige legalidades y formalidades de las que se prescinde en un comunicado de prensa o un mensaje de 140 caracteres.

El lugar de lo público es cada vez más individualizado, el poder de escoger en la red los temas o las noticias que son de su interés, sin tener que esperar sentado frente a un receptor a que llegue la emisión del contenido con el que se identifica.

La opinión pública es un concepto multidisciplinar de complicada definición en la que actúan variadas condicionantes, por lo tanto resulta bastante arriesgado asumir que cierta

teoría social tenga la definición más completa de la representación de opinión pública en el entorno de masas.

El anonimato digital puede ser también una amenaza en un universo que plantea todo lo contrario: la desaparición de la censura.

Se hace evidente la poca disponibilidad de la producción escrita en el país en torno a los diversos temas sobre el *Twitter* como herramienta en la formación de opinión pública y la manera como es utilizada por gobernantes y gobernados, permitiendo una comunicación directa sin intervención de periodistas, es una herramienta horizontal que acerca a los ciudadanos.

El uso de estas nuevas herramientas de comunicación crea un escenario de ficción, donde se asume que todos estamos interconectados, todos recibimos información y todos tenemos los dispositivos electrónicos para estar en red. No obstante, la realidad demuestra lo contrario: ni todos estamos interconectados, ni todos recibimos información frenéticamente, ni todos poseemos los dispositivos para articularlos a la red. Las razones son varias: unos por desinterés, otros por desconocimiento y la mayoría por limitación económica.

El *Twitter* al igual que la televisión, elimina la disposición argumentativa del político y dada la condición de virtualidad elimina la apariencia física como factor mediatizador, pero centra su atención en dos aspectos: la importancia del emisor para la agenda de los medios de información y la cantidad de seguidores que tenga su cuenta. De hecho, en los espacios informativos se difunden con frecuencia notas periodísticas alusivas a este dispositivo y su relación con los “famosos”.

La función de mediación de los medios se ve vulnerada por la escasa preparación de los periodistas para ejercer de mediadores entre el poder y los ciudadanos. Los periodistas no suelen ser conscientes de la importancia de su papel social y no se mueven con rigor ético en la elaboración de sus informaciones.

Las informaciones periodísticas se caracterizan por una asimilación con las líneas ideológicas marcadas por la empresa masiva de medios. Se ha encontrado que la ideología

está presente en la configuración de textos periodísticos. Los diarios de referencia, con parcial excepción en la Revista *Semana*, se definen por su carácter ideológico. Así, la mediación periodística se encuentra viciada por intereses particulares que de cierta manera invalidan su valor de informador y formador de la opinión pública en la esfera pública.

Los periódicos tomados como referencia generan una realidad parcial para sus lectores y eso puede ser tomado como justificación para seguir el *Twitter* y las demás redes sociales, pues estas permiten conocer de primera mano y en tiempo real los hechos que son noticia, los actores involucrados y los motivos del hecho, propiciando suficiente información para que los ciudadanos la analicen y puedan generar opinión pública de manera autónoma e informada.

BIBLIOGRAFÍA

- CAPELLÁN, Gonzalo. *Opinión pública: pasado y presente*. Editorial Trotta. Madrid. 2008.
- CASTELLS, Manuel. *Comunicación y poder*. Madrid. Alianza Editorial. 2009.
- CHRISTIAKIS A, Nicolás; FOWLER H, James. *Conectados*. Santillana Ediciones Generales. 2010.
- FERGUSON, Robert. *Los medios bajo sospecha. Ideología y poder en los medios de comunicación*. Editorial Gedisa. Barcelona, España. 2007.
- FERNANDEZ-Ardèvol. M. Linchuan Qiu, J. y Sey, A. *Comunicación móvil y sociedad, una perspectiva global*. Barcelona: Fundación Telefónica-Ariel. 2007.
- MANOVICH, L. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen de la era digital*. Barcelona: Paidós. 2005.
- MC ADAM, D. McCarthy, J. D. y Zald, M. N. *Movimientos sociales: Perspectivas comparadas. Oportunidades políticas, estructuras de movilización y marcos interpretativos culturales*. Madrid: Istmo. 1999.
- MC LUHAN, M. y Powers, B. R. *La aldea global*. Colección El Mamífero Parlante. Barcelona: Gedisa. 1996.
- ORTEGA, Félix. *La política mediatizada*. Madrid. Alianza Editorial. 2011.
- RAMONET, Ignacio. *La explosión del periodismo, de los medios de masas a la masa de medios*. Sclay Print. S.A. España. 2011.
- REIG, Ramón. *Dioses y Diablos Mediáticos*. Ediciones Urano. Barcelona. 2004.
- RÉNIZ CABALLERO, Doris. *Democracia, información, medios de comunicación y poder político en Colombia*. En: *Democracia y Medios de Comunicación: Más allá del Estado y el Mercado*. Editorial Centro Edelstein de pesquisas sociales. Instituto Fernando Henrique Cardoso. Buenos Aires. Primera Edición. Pág. 146. 2012.

- RETTBERG, Angelika; RINCÓN, Omar. *Medios, democracia y poder*. Ediciones Uniandes. Bogotá, primera edición. 2011.
- ROJAS USMA, Didiher. *Dispositivos de gubernamentalidad: Una lectura sobre las redes sociales del Estado y las estrategias de trabajo en red*. Trabajo de grado en Maestría. Universidad de Antioquia. 2011.
- SARTORI, Giovanni. *Elementos de teoría política*. Madrid. Alianza Editorial. 1999.
- TABORDA GUTIÉRREZ, Isabel. *El papel de los nuevos medios de comunicación en la ampliación de la esfera pública en Colombia: la experiencia de la comunicación política en Facebook*. Monografía de grado. Universidad de Antioquia. 2010.
- TAYLOR, Charles. *Argumentos Filosóficos. La política liberal y la esfera pública*. Paidós. Barcelona. 1995.
- ZULUAGA, Jimena. *Internet: nuevas audiencias, ¿nuevos ciudadanos?* Sello editorial Javeriano, Cali, Colombia. 2012.

REVISTAS

- BECK, Ulrich. *Poder y contrapoder en la era global: la nueva economía política mundial*. Paidós. Estados y Sociedad. N°124. Págs. 430. Barcelona, 2004.
- BONILLA VÉLEZ, Jorge. *Re-visitando el concepto de comunicación política*. En: Mediaciones, Revista. N°3 Ene-Jun. Pág. 85-94. 2004.
- FRAGA, Rosendo. *Análisis de la opinión pública y su impacto en la sociedad*. En: Contribuciones. Vol.16. N°02, Abr.-Jun. Contribuciones. Pág. 55-68. Buenos Aires. 1999.
- GARCIA, Antonio; García, Isabel; Varona, David. *Incidencia de las redes sociales vs cibermedios, en las elecciones en España*. En Enlace: Revista Venezolana de

Información, Tecnología y Conocimiento. Vol.09. N°02, May.-Ago. Pág.11-29. 2012.

- MARTÍN DÍEZ, María. *Ciberdemocracia y opinión pública, "luces y sombras"*. En: Palabra Clave, Revista. N°10. 2004.
- MUÑOZ, Alonso. "La democracia mediática". *Democracia mediática y campañas electorales*. Barcelona. Editorial Ariel. 1999.
- NATANSON, José. *La nueva izquierda latinoamericana frene a los medios de comunicación: una relación compleja* En: Temas y debates, Revista. N°20, Octubre. 2000.
- ORTIZ, Renato. *Globalización y esfera pública*. En: Signo y pensamiento, Revista. Vol.21. Jul-Dic. Pontificia Universidad Javeriana. 2002.
- PINZÓN, Camargo, Mario Andrés *Redes sociales e interacción social en la dimensión política*. En: Zero. N°26, Ene.-Jun. Bogotá. Pág. 132-135. 2011.
- RAMONET, Ignacio, *La tiranía de la comunicación*. Debate, Madrid. Pág. 58. 1998. Citado por URIARTE, Eudurne. *La política y el poder de los medios*. En: Leviatán, Revista de hechos e ideas. N°80, verano. Pág. 6. 2000.
- VELAZCO, Mauricio. *Redes sociales, lo público y lo político en construcción*. En Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación. N°121. Marzo. Pág. 81-87. Quito. 2013.

CIBERGRAFIA

- http://www.eltiempo.com/colombia/bogota/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-10913269.html
- <http://www.gutierrez-rubi.es/2009/07/09/las-redes-sociales-en-la-esfera-politica/>

- <http://www.ortegaygasset.edu/descargas/contenidos/Revista-12-Septiembre%202012.pdf>

- <http://sem2opinionpublicaymedios.blogspot.com/2013/04/sem2-clase-2-muchos-oyen-pero-pocos.html>

- http://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferrerres.html

- <http://www.elespectador.com/search/site/transmilenio>

- <http://www.historiadeantioquia.info/historia-de-antioquia/1498.html>

- http://kiosko.net/co/2012-03-10/np/co_eltiempo.html

- http://kiosko.net/co/2012-03-10/np/co_espectador.html

ANEXOS

CATEGORIAS DE ANÁLISIS

OPINIÓN PÚBLICA	ESFERA PÚBLICA	Espacios de discusión utilizados.
		Propuestas para mejorar la interlocución.
		La participación ciudadana y la cultura política.
	PODER EN LA OPINIÓN DE LOS MEDIOS	Modos de influir en las decisiones políticas
		Razones que motivan la orientación de los medios
		Actores políticos.
	OPINIÓN PÚBLICA MEDIÁTICA	Mediocracia.
		Noticia espectáculo.
		Imposición de la agenda.
COMUNICACIÓN POLÍTICA	COMUNICACIÓN Y LOS MEDIOS	Objetividad Vs Equilibrio en la información.
		Libertad de prensa.
		Canales de difusión públicos y privados.
	SEMIÓTICA	Construcción de mensajes.
		Enfoques.
		Noticiabilidad.
	RELACIÓN GOBERNANTE-MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Afinidades y desavenencias
		Reacciones de los gobernantes a titulares, opiniones e informes presentados por los medios de comunicación.
		Rendición de cuentas.
	AUTOCOMUNICACIÓN DE MASAS	CONTRAPODER
Autonomía.		
Audiencia creativa.		
LEGITIMACIÓN DE LA		Influencia de la globalización.

	CIUDADANIA Y SUS CAPACIDADES	Flexibilidad para comunicarse.
		Política insurgente.
	TWITTER	Efectividad de los mensajes del gobernante
		Herramienta de trabajo.
		Interacción comunicativa.