

**UNIVERSIDAD MILITAR
NUEVA GRANADA**



**POLITICA 2.0
Construcción de cultura política desde la red**

Autores:
OSCAR STEVEN FORERO SANDIÑO
CARLOS MANUEL CUELLAR PIÑEROS

Trabajo de grado como:
Monografía

Beatriz Helena Tiusabá Gómez
Tutora

Profesional en Relaciones Internacionales y Estudios Políticos

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE RELACIONES INTERNACIONALES, ESTRATEGIA Y
SEGURIDAD
PROGRAMA EN RELACIONES INTERNACIONALES Y ESTUDIOS
POLITICOS
BOGOTA
2012**

POLÍTICA 2.0

Construcción de cultura política desde la red.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	6
CAPITULO I	12
<i>El Desarrollo conceptual de lo público en los nuevos medios</i>	12
CAPITULO II	22
<i>Calidad, veracidad y fluidez de la información</i>	22
CAPITULO III	34
<i>Acción participativa de la sociedad y uso de las redes</i>	34
CONCLUSIONES	50
REFERENCIAS	56

Come osserva Sartori:

"Sostenere che la cittadinanza dell'era elettronica è caratterizzata dalla possibilità di accedere a infinite informazioni... sarebbe come dire che la cittadinanza nel capitalismo consente a tutti di diventare capitalisti... È vero che un'immagine può valere più di mille parole. Ma è ancor più vero che un milione di immagini non danno un solo concetto"

Como Sartori señala:

"Decir que la ciudadanía de la era electrónica se caracteriza por el acceso a la información sin fin.... sería como decir que la ciudadanía en el capitalismo permite que cada uno sea capitalista... Es cierto que una imagen puede valer más de más que mil palabras. Pero es aún más cierto que un millón de imágenes no dan un solo concepto."

Sartori G., Homo videns, Laterza, Bari 1997

INTRODUCCIÓN

Esta investigación tiene como principal propósito de estudio la influencia que ejercen las redes sociales sobre la construcción de cultura política en la sociedad a partir de las nuevas formas de participación social. En concreto, el análisis que se presenta, recoge una serie de elementos teóricos y empíricos que exponen la transformación de la interacción comunicacional ciudadana.

De este modo, el planteamiento y desarrollo de esta tesis de investigación se fundamenta en la interacción observada en los nuevos medios de comunicación que generan modificaciones en la forma de participación por medio de la opinión pública, al dar orden y sentido al proceso democrático dentro de la sociedad.

De ahí que, los nuevos medios o formas de interacción constituyan fuentes modernas de construcción de opinión que se manifiestan de manera divergente según la sociedad usuaria de este medio, al ser indiscutible el efecto idiosincrático. Así mismo la investigación pretende abordar la exposición de las nuevas generaciones al fenómeno social en internet, donde se evaluará que medida puede transformar radicalmente el sentido unidireccional de la forma de hacer política, a través de un espectro más amplio e interactivo desde el centro de poder a los legitimadores del poder político.

De lo anteriormente dicho, se induciría a que la transformación de la participación política se puede dar gracias a la masificación y acceso de los nuevos usuarios a realidades nunca antes experimentadas que generan expresiones sobre el ambiente político (instituciones, reglas, actores, entre otros) y podrían llegar al punto de modificar la cultura política existente.

En el caso que nos ocupa cabe destacar un estudio que procede de nuestra formación como analistas de sucesos socio-políticos, de este modo nuestro planteamiento converge hacia la proposición de la inclusión de la era digital como un agente modificador de elementos estructurales de cualquier sociedad, al atender las necesidades de innovación con miras a actualizar planteamientos pertinentes a las ciencias políticas. En nuestro tratamiento sobre la comunicación participativa intentaremos poner en evidencia el papel de los medios de comunicación ante una realidad emergente como la describimos en la investigación.

El planteamiento nace del surgimiento de internet como herramienta de comunicación, es decir, como instrumento que permite a cualquier individuo plantear ideas y compartirlas masivamente, al desarrollar una serie de incógnitas frente a las posibilidades que se pueden llegar a generar en un ambiente socio-cultural, que puede o no cambiar el curso de la sociedad en sí. Por esto, es indicado investigar a fondo las posibles causas y consecuencias que afectan la interacción ciudadana.

Así pues, los nuevos medios de comunicación de la última década están transformando determinadamente todos los aspectos de interacción e intercambio; este fenómeno ha sido posible en su mayoría por la capacidad de acceso a internet en las diferentes regiones del mundo, estimaciones de empresas privadas registran que 1,966,514,816 (World Stats, 2011) personas alrededor del mundo se encuentran conectadas.

A partir de la dimensión del fenómeno que se estudia, se pretende conocer de manera específica si las manifestaciones sociales dentro del marco virtual y en concreto en los nuevos medios de comunicación, trascienden hacia la materialización de manera cognoscitiva sobre las tradiciones, creencias y valores políticos (cultura política).

Es así como, ésta investigación se apoya en varios elementos conceptuales previos al advenimiento de la nueva tecnología y readapta los mismos para hacer posible la identificación afirmativa del objeto de estudio.

En consecuencia el contenido de la investigación desarrolla la diferenciación entre los conceptos de cultura política y opinión pública, nociones imperantes a la hora de comprender la manera de participación de los ciudadanos en la red, al determinar la influencia directa que ejercen las nuevas formas de comunicación sobre la construcción de cultura política en la sociedad. Por lo tanto, el contenido de la investigación se desarrollara siguiendo un planteamiento por partes, dividido en tres ejes importantes. El primero de ellos, marca la referenciación conceptual de la posible formación de cultura política a través de la opinión pública, identificándolas según su alcance e influencia en la colectividad que caracteriza la información. Seguidamente, el evidenciar el proceso de evolución de la comunicación y su influencia en la opinión pública encontrada a través de la interacción en las redes sociales. Finalmente, la divulgación de la acción participativa del ciudadano en plataformas sociales y su impacto en el modelo de una nueva forma de colaboración ciudadana.

Así, esta investigación se centra en la comprensión y alcance que tiene la sociedad, al ser la base del Estado en el cual, dentro de cualquier tipo de sistema político se presenta en todo momento el surgimiento de opiniones que hacen fluctuar la vida de cada ciudadano. Por ende, es el ciudadano como individuo capaz de tomar decisiones racionales acerca de su entorno político es donde inicia la investigación, siguiendo a la capacidad de estos individuos en agruparse y llevar sus propias opiniones dentro de una ideología general, creando nuevos retos para cada gobierno.

Estos retos pueden llegar ha convertirse en verdaderos problemas para el Estado si no se controlan adecuadamente, y es aquí donde se analiza como la comunicación del individuo ayuda a formalizar nueva teoría y conocimiento con miras a darle la importancia que en este momento requieren las llamadas redes sociales. Involucrando a toda una sociedad donde existe una diversidad cultural que enfoca a la ciudadanía a elegir un gobierno dentro de una cultura política pre-existente y en estado de evolución o cambio.

Por su parte, la comunicación es el segundo desarrollo de esta investigación donde se ve el impacto social que a partir de una generación educada en una era de tecnología e internet, transformará viejos estándares de cómo hacer política y como expresarse dentro de un ámbito político, conllevando poco a poco un cambio en las futuras generaciones dejando atrás lo que hoy conocemos como relaciones de poder.

El alcance práctico de la investigación se sitúa en la elaboración y la adquisición de nuevo conocimiento proveniente de la recolección de información congruente a nuestro problema de interés, al igual que su clasificación y ordenamiento, que permita detallar manifestaciones sociales y culturales netamente políticas dentro de la interacción en de las redes sociales; así plantear los lineamientos básicos de acción del individuo en solitario y en conjunto para hacer predecible los alcances de los fenómenos político sociales emprendidos desde la red. Además se procura situar como herramienta preponderante para analistas políticos y líderes de opinión de la real acción y alcance de las corrientes ideológicas contestatarias, contra-revolucionarias y en pro o en contra del orden establecido, que abundan en la red.

Para enmarcar nuestra investigación en estudios existentes y con miras a enfocarlo en un ámbito con beneficios sociales nos apoyamos en la “Teoría de la comunicación” como eje central. Y es en esta teoría donde se plantea que la sociedad espera mucho (éticamente hablando, al creer que no serán engañados con información falsa) por parte de los medios que la mantienen informada, todo dentro de un ámbito de credibilidad, exigiendo al proceso de comunicación una complementación con la cultura social de cada sociedad.

Esta complementación con la sociedad por parte de los medios de comunicación hace que se desarrolle en todo ámbito presente la capacidad y libertad de aceptar la información que quiera, convirtiéndola en controladora de la información misma e

influyendo en el momento en el que la información se basa en consensos morales pluralistas creando identidades culturales individuales dentro de una grupal.

Con lo anterior podemos inferir que gracias a la cultura de información, se crean comunidades de múltiples objetos (un tema, un individuo, una causa) donde se origina una libertad de asociación con fines personales, aspecto fundamental que como investigadores se estudiara para evolucionar esta teoría hacia un nivel donde la información ya no es entregada unidireccionalmente, sino con una mira específica, transformando la sociedad.

En esta aspiración del estudio del arte de un tema en específico enmarcado en una era de tecnología, con un escenario totalmente diferente y nuevo, y herramientas mejoradas, en el cual los individuos mantienen una conexión sin importar en que parte del planeta se encuentren, plantea redes multiculturales de pensamiento y conocimiento donde este no posee una institucionalidad física, lo que le da límites desconocidos e improbabilidad de ser destruido. En medio de la era de la Tecnología, el año 2012 trae nuevos retos a cada individuo que hace parte de las redes sociales, donde es imperativo la comprensión y los alcances que estas redes tienen, como el impacto que pueden llegar a generar con el paso del tiempo frente a temas como lo es, el posible cambio de la cultura política que se da en sociedades desarrolladas o en miras al desarrollo.

CAPITULO I

El Desarrollo conceptual de lo público en los nuevos medios

*“Para saber quienes somos, tenemos que comprender como estamos conectados”
James Fowler.*

En el siglo XXI, una serie de cambios en las relaciones sociales han influido en el ideal colectivo de la sociedad colombiana gracias a la aparición de las redes sociales. Para entender esta afirmación, es necesario conocer el concepto de red social construido dentro del desarrollo de la era digital. Así pues, entendemos como red social, los sitios web que ofrecen servicios y funcionalidades de comunicación diversos para mantener en contacto usuarios de la red. Se basan en un software especial que integra numerosas funciones individuales: blogs, foros, chat, entre otros, en una misma interfaz y que proporciona la conectividad entre diversos usuarios de la red; existen muchos tipos de clasificación según su propósito y ámbito. Sin embargo, podemos hablar de tres grandes categorías que Medina, Navarro y Estala (2008) describen:

1. Redes personales: Se componen de cientos o miles de usuarios en los que cada ciudadano tiene su pequeño “espacio” con su información multimedia personal. Y cada uno se puede relacionar con los demás de múltiples maneras, aunque todas ellas involucran el uso de Internet de una u otra forma. Facebook, por ejemplo es una red personal.
2. Redes temáticas: Son similares a las anteriores aunque se diferencian por el hecho de que suelen centrarse en un tema en concreto y proporcionan las funcionalidades necesarias para el mismo. Por ejemplo, una red de cine, una de informática, de algún tipo de deporte, etc.

3. Redes profesionales: Son una variedad especial de las anteriores, dedicadas exclusivamente al ámbito laboral, en todas sus vertientes. Pueden poner en contacto a aquellos que ofrecen trabajo con los que lo buscan, crear grupos de investigación, etc.

Así pues, con la aproximación conceptual realizada anteriormente se pueden encontrar las diferencias entre los portales digitales existentes, brindando una mayor claridad descriptiva de la participación e inclusión ciudadana en la red. Por consiguiente, podemos suponer inicialmente que los cambios en las relaciones digitales son el fundamento para desarrollar un estudio de las implicaciones y efectos políticos que las redes sociales y los nuevos medios de comunicación ejercen en la sociedad.

Por lo anterior, es imperativo dar inicio a la conceptualización dilatada de la opinión pública enmarcada en el sistema democrático colombiano, interpretado como la expresión libre del individuo soberano de sus decisiones y salvaguardada por un gobierno, en el que se ratifica la capacidad de opinar (RAE, 2011) libremente en espacios públicos, ya sea individualmente o colectivamente con el propósito de involucrarse e influenciar a sus semejantes.

Ciertamente, es en la sociedad -sin importar la inclinación política-, donde las redes sociales crecen vertiginosamente y constantemente se apoyan en la participación de los individuos que la componen y aportan al ámbito público con demandas e intereses que conllevan a percibir el gran valor de la opinión en un sistema actual de convivencia ciudadana (DNP, 2011).

En efecto, todo se resume en aspiraciones o deseos de cada ciudadano en la búsqueda de una respuesta que satisfaga su cotidiano vivir, y es desde este concepto “opinión”, que debemos analizar el sentido de lo público y cómo se relaciona con la aceptación e identificación por parte de otros ciudadanos para llegar a una comprensión mutua aceptada.

Tomando el axioma presentado por Habermas (1964) donde señala que:

(...) Los ciudadanos se comportan como público, cuando se reúnen y conciertan libremente, sin presiones y con la garantía de poder manifestar y publicar libremente su opinión, sobre las oportunidades de actuar según intereses generales. En los casos de un público amplio, esta comunicación requiere medios precisos de transferencia e influencia: periódicos y revistas, radio y televisión son hoy tales medios del espacio público. (p.61)

En efecto, la conformación del concepto de opinión pública de Habermas, nos indica que el origen del concepto actual se relaciona con individuos, los cuales tienen interés en el asunto público que contiene numerosos temas de afectación ciudadana. Con lo anterior descrito podemos desglosar que la idea de producir opinión con enfoque público advierte que a partir de individuos, el objeto o interés por el cual se ha originado la opinión debe ser personal, al demostrar competencia de cada uno con el consenso, y de manera utópica para el porvenir de todos.

Para ello, se cita la obra de Giovanni Sartori, quién hace uso de tres modalidades de formación de la opinión sobre la cosa pública, a saber:

- a) Cuando la Opinión Pública es formada sobre los asuntos de política exterior, encontramos el “modelo de cascada” de Karl Deutsch; en éste, según Sartori (1994), la Opinión Pública se forma desde arriba, como el chorro de la cascada o de forma descendente, que se desarrolla desde las ideas de las élites económicas y sociales que invitan a las élites políticas y de gobierno para que se establezca una red de comunicación masiva acompañada por personal encargado de difundir la información y que permitan la inclusión de los líderes locales interesados en la política, como también a la ciudadanía en última instancia.

- b) Para complementar el modelo anterior está el de “bubbling – up” (ebullición que sube), en el cual la formación de la Opinión Pública se forma ascendentemente, desde abajo, ya que es el referido a asuntos y problemas que afectan directamente al pueblo, a la gente, al hombre (y luego al ciudadano).

- c) Y, las identificaciones, entendida como el proceso por el cual la opinión de un individuo va a depender de su relación con grupos de referencia, como la familia, grupos de amigos, de trabajo, etc. “El yo es un yo de grupo que se integra en los grupos y con los grupos que son los que instituyen sus puntos de referencia.” (Sartori, 1994. p.63)

Aunque la idea en la que la opinión pública este al servicio del bien común se aleje de la realidad que nos atañe y de la cual podemos evidenciar cuantiosos dictámenes confusos. Es evidente que es tarea del gobierno crear o erigir un interés común para alentar a la ciudadanía a comprometerse con objetivos colectivos para el mejoramiento de la convivencia de cada integrante de la sociedad, evitar involuciones y cultivar posibles progresos que proyecten a corto y largo plazo, satisfacción en la sociedad. Todo esto con ayuda de nuevas herramientas o medios (redes sociales, elemento bidireccional de información), donde la construcción de identidades es donde el gobierno toma provecho para hacer llegar su mensaje y quedar a la espera a que todos los ciudadanos procesen y respondan públicamente a la información suministrada.

De ahí que la correspondencia de los ciudadanos que reclaman bienestar a su gobierno es basada en necesidades que apremian, y es aquí donde se identifican las herramientas que se encuentran a su alcance, y le permiten enviar y recibir información a entes o departamentos del gobierno con el fin de obtener respuestas. Según esto, las herramientas se denominan portales sociales, espacios que reúnen individuos con el

objeto de relacionarlos, acción primordial que influye en la discusión de temas de impacto social, como por ejemplo, las figuras políticas y sus gestiones en la sociedad, para de esta manera generar difusión del tema tratado en el mayor porcentaje de población ciudadana posible.

Precisamente, un modelo acorde del ambiente comunicacional de una determinada red social es la caja de resonancia, donde se encuentran diferentes tonalidades, las cuales van a ser moduladas por una intervención que presenta características determinadas y que finalmente crean una nueva tonalidad, en términos sociales se compara este patrón con las diferentes emisiones de información que son modificadas por ciudadanos que intervienen impulsados por creencias, principios o tradiciones, generando nueva información frente a actores o instituciones establecidas en dicho entorno social.

En este sentido, la comparación del contexto social junto con una caja de resonancia, explicada en el párrafo anterior, se debe a que en el ambiente social se desarrolla la interacción de información proveniente de amplios y diversos lugares del espectro social, con una calidad e intensidad en la información variable, los cuales se transportan a altas velocidades creando resonancia y extensión del evento social con diferente convergencia hacia la movilización o acción acorde con la capa social que sea afectada y su sensibilidad frente al tema resonado.

Por ende, las actitudes, creencias y sentimientos que los individuos dentro de una comunidad desean transmitir para reformar su entorno, se derivan de la experiencia histórica, individual y colectiva. Es a través de esta experiencia que se construye un modelo teórico de cultura política donde el grado de respuesta del ciudadano se basa en la realidad que se vive. Dicha cultura es un elemento fundamental para explicar la vida y la historia política de un país.

Dado que las manifestaciones sociales son disposiciones mentales, fue necesario identificar en el comportamiento de los ciudadanos, los elementos que permitieran

catalogar la cultura política que los individuos y la colectividad poseían. Y es aquí, donde Almond y Verba identificaron características que diferencian cada cultura con una descripción de tres dimensiones que se estructuraron de la siguiente manera: la orientación cognitiva en la cual existe un notable predominio del factor conocimiento referido al sistema político con sus insumos y productos, a los actores y a sus relaciones dentro del mismo; como por otro lado la orientación afectiva, la cual se caracteriza por los sentimientos que los sujetos experimentan frente al sistema político, sus actores, sus roles y sus resultados. Por último plantean la orientación evaluativa que se define por juicios y opiniones desarrollados sobre los objetos políticos.

Por ello, amplificando la teoría planteada, para Almond y Verba, el predominio de uno de los tres tipos de orientaciones da paso a la tipificación de diversas culturas políticas que a través de la historia se han concebido, iniciando por la -parroquial o localista- que se caracteriza por la ausencia de roles políticos especializados y por la falta de confianza en la posibilidad de que el sistema responda a las necesidades de los sujetos.

Posteriormente la cultura subjetiva se identifica por la alta frecuencia de orientaciones hacia el sistema como un todo, así como por un gran interés hacia los productos o lo que un sistema puede dar, mientras escasean las orientaciones positivas hacia los insumos. Y por último, la cultura participativa, donde los ciudadanos parecen claramente orientados hacia todos los aspectos del sistema político.

Por ende, es indiscutible entonces la formación de la cultura política referente a la exposición constante y sistematizada de información o acciones de los actores del ambiente social donde se desarrolla el individuo, y en particular a su formación frente a la interiorización de determinada información; es entonces vital conocer detenidamente el alcance de cierta información según el mapa mental de tradiciones, creencias y todo aquello que se gesta en el imaginario colectivo de una sociedad para llegar a determinar el grado de transformación de la cultura política por medio de la exposición y

participación en la redes sociales que son en ultimas el tema que atañe a esta investigación.

De hecho, es primordial reconocer que la existencia de multiplicidad de intereses personales y consensuados se desenfocan al mantener influencias de innumerables actores, perdiendo claridad y concreción al querer construir un ideal de bienestar común, elemento imperante en la cultura política ya adquirida por el ciudadano que utiliza las redes para fomentar su ideal, de esta forma el acto de opinar abiertamente en un espacio público dista de poseer cultura en el objetivo propuesto al comprender que solo se puede buscar la atención momentánea de un público y no el cambio en algún arquetipo social.

Es posible entonces determinar, que el ciudadano es el eje central de la opinión pública al tener libertad de expresión, y es allí donde permanece el argumento en que la opinión pública abarca intereses que conciernen a un conglomerado de ciudadanos que pueden no tener conocimiento experto sobre el tema u objeto tratado, pero aun así intervienen. En efecto, la opinión pública tiene el alcance y se limita por el desarrollo conceptual ilustrativo que cada ciudadano posee para dar a conocer sus propios pensamientos a otros, e inversamente a su capacidad receptora para que la información que recibe le permita ver la realidad y en consecuencia actuar.

A su vez, el grado con que se procesa la opinión de cada ciudadano por la sociedad en conjunto, varía según la idiosincrasia nacional, que a través del tiempo determina y estructura el entorno social del lugar del cual se originó la opinión, moldeando de igual manera la cultura pre-existente. Así mismo, puede entenderse en el concepto referente a estas características de la opinión pública al tomar en cuenta lo enunciado por Calduch (1991),

(...) de una parte es la consecuencia directa de la articulación de una diversidad de públicos ante una misma secuencia de informaciones. Pero también hace referencia a la existencia de líderes de opinión dentro de un mismo público, es decir, la existencia de individuos o grupos capaces de condicionar las opiniones del resto de los miembros del público. En este caso la heterogeneidad evidencia el distinto peso que poseen las opiniones según procedan de uno u otro sector del público."

Respecto al segundo aspecto, es decir a la intensidad "La opinión pública varía en intensidad en función inversamente proporcional al tiempo. Esto significa que la intensidad de la opinión tiende a atenuarse con el transcurso del tiempo pudiendo llegar a desaparecer o modificarse substancialmente si no existe una repetición de las informaciones que la originaron. Existe también otro factor de variación en la intensidad de la opinión pública según recaiga sobre los valores básicos de una sociedad, los intereses o demandas de sectores sociales más o menos amplios o, simplemente, sobre ciertos comportamientos particulares.". Y el tercer aspecto que caracteriza a la opinión pública según el autor es "su naturaleza agregada y no decisional....su proyección social se deja sentir principalmente en el terreno de la influencia o la presión (p. 15).

A su vez, existen también otros factores de variación en la intensidad de la opinión pública según recaiga sobre los valores básicos de una sociedad, los intereses o demandas de sectores sociales más o menos amplios o, simplemente sobre ciertos comportamientos particulares. En el primero de estos tres factores, la opinión pública muestra una intensidad constante durante amplios períodos de tiempo que alcanzan a varias generaciones y configuran lo que Duroselle denominó, hace ya más de tres décadas, como «la personalidad nacional» de un pueblo. La opinión pública que recae sobre demandas sociales presenta una intensidad mucho menos duradera, pudiendo

prolongarse por períodos de varios años pero mostrando una fuerte tendencia a modificarse con el cambio generacional.

Por su parte, la intensidad de la opinión pública como nos ilustra el autor es relevante y casi determinante del tipo de reacciones que se darán frente a fenómenos diversos; no basta la exposición por parte de la sociedad a un evento determinado si este no está estrechamente relacionado con sentimientos, valores etc., intrínsecos en el imaginario colectivo. Por ello, es necesario el estudio detenido de la cultura política de la sociedad para llegar a una evaluación acertada de los procesos de transformación de la misma para no errar en generalizaciones no conducentes a un resultado verídico y que aporte a la construcción teórica del constructo social de una nación.

Así mismo, el primer elemento mencionado por Calduch argumenta la reiteración constante de la información es entonces casi un denominador común la influencia al tipo de información que pueden acceder los usuarios de los medios tradicionales y no tradicionales en una sociedad. Además la veracidad en muchas ocasiones condicionará la forma de reacción si perdura o no en el tiempo, al igual que las características de la sociedad de las que se han tratado durante la investigación.

Por último la opinión pública demuestra una intensidad ocasional o coyuntural cuando se articula con referencia a ciertas decisiones o comportamientos específicos, ya sean individuales o colectivos, siendo frecuente que experimente alteraciones en breves lapsos temporales.

De acuerdo con el análisis de Rosenau, la opinión pública se desarrolla mediante procesos de agregación accidental articulada y como ya hemos señalado, su proyección social se deja sentir, principalmente en el terreno de la influencia o la presión de múltiples actores.

En función de esta característica cabe excluir de la opinión pública internacional las opiniones o criterios sustentados por los representantes o portavoces de los grupos con una capacidad de actuación internacional directa (gobiernos, dirigentes de movimientos de liberación, representantes de organizaciones intergubernamentales, etc.)

En síntesis, la creación de la opinión del ciudadano en el entorno público es afectada por varios factores, que para una clara estructuración del concepto podemos determinar que la opinión pública requiere de la libertad de expresión en la cultura pre-existente del individuo que le permite actuar debido a la información que posee, regulado por un sistema de normas que le indican como actuar según los límites de la sociedad en la que se encuentre, convergiendo varios tipos de creación de la opinión como lo son, la cascada, bubbling up e identificaciones que permiten el ejercicio de la búsqueda de consenso para un beneficio personal o grupal, siendo este el punto de origen de influencias debido a la multiplicidad de actores e intereses que abarcan diferentes niveles de transformación de la información que genera nuevas opiniones, como la heterogeneidad, la variabilidad en la intensidad de la información, y el influjo accidental de actores secundarios. Todo esto implícito en los medios de transferencia y comunicación de información clásicos, como lo son la televisión, la radio y la prensa, o modernos, como la internet (portales de redes sociales), que permiten la resonancia de lo que cada ciudadano desea expresar.

En realidad, se observa que solo a través de un proceso continuo de tiempo, la cultura de opinión pre-existente del ciudadano se verá afectada y transformada gracias a actos repetitivos que asiduamente generarán una respuesta positiva para la sociedad, creando estereotipos y cambiando paradigmas que demuestran un posible cambio cultural.

CAPITULO II

Calidad, veracidad y fluidez de la información

«Desde el momento en que el mensaje deja de coincidir con la realidad, no hay adecuación, el sujeto se sumerge en un mundo falso en una pura ficción. Poco a poco, el ser humano deja de estar en la realidad, se despersonaliza, se vacía de sí mismo y tal vacío puede llegara ser completamente ocupado por otro; es decir, puede llegar a estar enteramente dominado».

Guanter J

El desarrollo de teorías sobre nuevos medios de comunicación enmarca la difusión de la tecnología electrónica sobre los medios tradicionales, al incluir e impulsar investigaciones sobre temas sociales entre los que sobresale la participación pública y su función en el ambiente social, lo que logra consolidar la comunicación en masa. La mutación de un modelo comunicacional ha desafiado el conocimiento tradicional, ya que influido por los medios digitales, inicia un proceso de modelado por redes y comunicación de usuarios.

Debido a esto, en literatura científica se encuentran ejemplos de análisis como: las introducciones críticas a los nuevos medios digitales, que junto con otros estudios contribuyen a la construcción de teoría de los nuevos medios de comunicación, esto refleja la dedicación del trabajo que se debe dirigir para redefinir las creencias acerca de la comunicación digital interactiva en un contexto público.

Debido a que existen numerosas formas de comunicación y es fácil encontrar una variedad de elementos diferenciales entre ellas, los procesos de análisis se tornan complejos al buscar una teoría que las incluya dentro de una misma disciplina que busque aclarar hipótesis sobre los procesos existentes de comunicación. El debate social frente a todo el conglomerado de información que desarrolla cada teoría,

confronta perspectivas que impulsan a las ciencias sociales a tomar la dirección de este estudio y llegar a un punto consensuado de teoría de comunicación digital.

Es así como la comunicación en masa representa una interacción entre individuos que por medio de procesos posibilitan el intercambio de información influenciada por estrategias de distorsión de las posibles interpretaciones que se pueden generar, todo esto desarrollado en un espacio de múltiples actores.

“Teorizar la cultura digital no significa simplemente examinar cómo los teóricos han articulado y descrito sus efectos. También significa prestar atención al proceso según el cual la misma teoría es una práctica cultural, producida y que circula dentro de comunidades profesionales específicas” (Cadwell, 2000: 10). Esto lleva a interpretar que muchas interacciones han sido generadas por las tecnologías informáticas emergentes y la evolución en la comunicación digital hace común la introducción en conversaciones cotidianas de términos como redes sociales, portales de noticias, blogs, entre otros. Con el paso del tiempo y desde el inicio de la era digital, las cuestiones digitales también se han introducido en todo aspecto de la investigación académica.

La construcción de la acción participativa digital requiere una conceptualización desde esta investigación académica, para ello se va a identificar el cambio que prosiguió al desarrollo de nuevos métodos de comunicación y que posibilitó la inclusión de nuevas características de interacción. Esta investigación reúne las siguientes teorías de información que plantean paradigmas de comprensión en la comunicación y cómo estos describen situaciones de interacción en diferentes campos (Scolari. 2008. p. 35).

Ciertamente, entre la teorías información la propuesta por Shannon y Weaver (1981) ofrece un modelo sencillo para representar el paradigma informacional al exponerlo como un proceso lineal y directo que iba de un emisor a un receptor, ejemplo claro de un sistema de comunicación tradicional. Por otro lado, teóricos como Adorno (1981),

Habermas (1998) y Maldonado (1998) proponen la teoría crítica de la comunicación bajo la perspectiva socio-económica (producción, distribución y consumo de bienes culturales).

Con el mismo propósito, apoyado en el modelo antropológico, Hall (1980) y Barbero (1987) establecen el paradigma interpretativo cultural donde señalan que la construcción social se da a partir de la comunicación, centrándose en la recepción cualitativa.

Sobre todo, los dos últimos paradigmas a continuación se relacionan aun más con la participación colaborativa actual en internet, estimulando nuevos paradigmas sociales, siendo la primera la teoría a teoría desarrollada por Schramm (1972) y Merton (1986), con su paradigma empírico-analítico donde describen los efectos de la opinión pública bajo estudios de contenido (sondeos y encuestas) de sociología y psicología de la comunicación, y el segundo paradigma semiótico discursivo basa el análisis de discurso de contenido social por medio de semiótica aplicada (publicidad), analizado por teóricos como Eco (1968), Fabbri (1973), Scolari y Cosenza (2004), estos últimos con aportes a las comunicaciones interactivas.

En contraste de los paradigmas ya reseñados, Greimas (1991) defendía una idea distinta a todos, para él la comunicación era en sí una serie de tergiversaciones, lo que supone incorrecto analizar la comunicación como un proceso lineal emisor-mensaje-receptor. De ahí que con los nuevos medios de comunicación, la posibilidad de comunicarse agrega nuevas características interactivas, lo que ha ampliado el número de actores, haciendo más compleja la transmisión de información.

En este sentido, las nuevas formas interactivas de comunicación reflejan una revolución digital y el modelo de comunicación tradicional se ha visto influido y por ende transformado hacia la convergencia, al apartar el prototipo de interacción masiva que

plantea un emisor a varios receptores del prototipo de red social de varios emisores a varios receptores.

A su vez, la función social de los medios se ha visto abandonada por parte de los organismos que los controlan, lo cual desvirtúa la información que desarrolla, ya que altera todo proceso de interpretación por parte de la sociedad. El papel socio-político que los medios de comunicación poseen se logra al dividirlo en tres partes que se complementan para alcanzar un sistema social estable:

La primera parte, indica que el papel de los medios masivos es el de sostener la interacción de la sociedad moderna y apoyar sus funciones políticas, económicas y sociales (Porter, 1989. p. 4), la segunda se enfoca en cuestionar continuamente la concentración de poder y la ideología de los actores que lo detentan, teniendo en cuenta las posibles deformaciones de información a beneficio personal. Y la tercera, ayuda a verificar y a evaluar el tipo de cultura que se está creando (Terrero J. 2006); todo con un fin social común que establece bienestar general enmarcado en un sistema que posibilita manifestaciones libres de prohibiciones.

Por esto, la libertad de expresión en medios de comunicación, constituye uno de los principales valores de las sociedades democráticas actuales, donde el ciudadano es políticamente libre si tiene a su alcance el conocimiento suficiente de lo que ocurre a su alrededor, sólo así, con elementos que le permitan un juicio racional, puede tomar decisiones propias, al ser consciente de las causas y consecuencias de sus actos.

Ahora bien, la historia de los medios de comunicación entre ciudadanos y representantes del gobierno se inicia con el discurso en la plaza pública, pasando por textos, volantes, espacios de radio y televisión, los cuales envían un mensaje con la aspiración de aceptación por parte del ciudadano. Esto cerraba el acto de comunicación entre el emisor (representantes del gobierno o grupos afines) y el receptor (ciudadano), hasta ahora con la aparición de los medios de comunicación modernos donde el acto de comunicarse cambió.

Es así como se advierte que la opinión en todo modelo es creada por innumerables actores e influencias, lo que requiere prevención constante a la hora de reconocerla, y de paso inferir que no es símil de cultura política al revelar que la información u opiniones de origen desconocido encaminan a la construcción de una visión abstracta de la realidad sociopolítica, al poner en duda la veracidad de toda información que llegue al ciudadano.

De ahí, que incalculables opiniones en la actualidad se encuentren celosamente guardadas en la mente de cada ciudadano, circunstancia que entorpece el crecimiento de la participación necesaria para la construcción de cultura política. Por ende, es imprescindible que el interés de incrementar el conocimiento sobre el entorno sociopolítico y la interacción de este conocimiento con otros, mediante herramientas de comunicación y transmisión (medios modernos : “Facebook y Twitter”), prospere para lograr una influencia de calidad en otros ciudadanos, ya sean agentes del gobierno, partidos políticos, empresas comerciales, movimientos sociales, comunidades étnicas, entre otros; al ser estos quienes dominan un ámbito de la agenda pública y constituyen un elemento decisivo sí su opinión llegase a cambiar, efecto de información nueva en su abanico de conocimiento.

De hecho, para aclarar la idea del anterior párrafo, se tomará como ejemplo el efecto dominó, donde la primera ficha es un ciudadano común con ideas confusas sobre un tema pero con interés de participar en una charla sobre un asunto público en el portal “Twitter”, y las fichas de dominó siguientes representan actores públicos o privados, a los cuales les es de interés desarrollar el tema con sus opiniones y las de otros, al llevar a diferentes sitios la información para ser moldeada por un gran número de ciudadanos (o fichas) para llegar al actor principal que puede realizar un cambio en la temática tratada, todo esto, porque la primera ficha (o primer ciudadano) opinó públicamente en un entorno cultural políticamente en desarrollo.

Seguido de la ejemplificación, es necesario destacar y distinguir las tres partes interactuantes que entran en el desarrollo de una temática social actual, al tener en cuenta qué el espacio donde se presentan las interacciones son de carácter bidireccional.

Primero se erige como parte en la interacción, el ente público filial del gobierno de paso, este apunta alejarse de intereses propios y gestar alternativas de bienestar general idealmente; la segunda parte, el ciudadano y/o grupo calificado para encausar el afluente de información, proveniente de los primeros interlocutores públicos así como canalizador de las demandas ascendentes de la pirámide de relaciones, apuntando al desarrollo social, las manifestaciones que provienen de este segmento se enmarcan en la influencia de su opinión caracterizada por ser argumentativa y propositiva siendo impulsada por sus intereses propios y haciéndose acreedor de un alto nivel cognitivo diferenciándose con la tercera categoría de actor, el ciudadano común y/o grupo con intención de participar de un tema que lo afecta pero restringido por su bajo o medio nivel cognitivo, a la vez que a la poca información que posee. Por ende es en esta descripción donde se puede observar la importancia de la calidad y transmisión de la información y como es manejada dentro de los preceptos ya establecidos y aceptados culturalmente

Es decir, cada parte mencionada tiene una labor específica para permitir la evolución veraz de un tema dentro de la esfera social, pero ¿qué sucede cuando una de estas partes interviene entre el emisor de la información y los receptores, con fines de manipular y tergiversar la información sin que la totalidad de los receptores analicen el mensaje o la información original?

Evidentemente la respuesta a esto sería un total obstáculo a lo que debería ser una relación clara con el agente emisor, característica importante para alcanzar un objetivo mutuo y eficiente en la relación de individuos de una esfera pública, donde la opinión será el combustible de cualquier consenso. Ahora bien, al tomar en cuenta este

obstáculo, se podría considerar que la herramienta que usó el emisor de la información no es libre de manipulación indiscriminada, ya que reconoce la existencia de medios de comunicación manipulados, instrumentos al servicio de lo público en principio.

Por esto, la opinión entonces claramente necesita de un emisor, un receptor y un medio libre de manipulación para catalogarse como honesta, es allí donde los medios son valiosos para una adecuada ruta de comunicación entre las partes interactuantes en el sistema sociopolítico.

Por lo tanto, la elección del medio de difusión del mensaje es primordial, ya que es vital para su desarrollo y evolución; aclaración basada en la pérdida de credibilidad que los medios de comunicación clásicos ostentan al encontrarse disparidades en la emisión de la información al público sobre un mismo tema. En efecto, los medios de comunicación de mayor preponderancia en Colombia son los ya conocidos como la televisión, la radio y la prensa con sus respectivas derivaciones; todos estos de propiedad privada, y con intereses propios que los incita a interferir en la información que por ellos es transmitida para su beneficio como es natural, alejándose de una labor neutral.

Según lo anterior, en Colombia, es común encontrar a diario discrepancias frente a la emisión del mismo hecho según el medio que transmita la información, como ejemplo de ello pueden tomarse temas coyunturales delicados como acciones políticas que benefician a los decisores; la materialización de este caso en Colombia es la de ilustre congresista Juan Manuel Corzo el cual atrajo señalamientos por sus escandalosas declaraciones.¹

¹ El conservador y presidente del congreso Juan Manuel Corzo se convirtió en uno de los políticos más cuestionados del momento en Colombia. Frases como "prefiero no robar al Estado y que me paguen la gasolina" o "es imposible sostener los gastos y tener gasolina para dos carros" con el sueldo de un congresista -unos 21'000.000 de pesos- generaron la indignación de ciudadanos de a pie e, incluso, de varios de sus colegas. Sus declaraciones se suman al rechazo generalizado que causó el proyecto que radicó en el Congreso para, según él, fortalecer el poder legislativo, a través del cual quiso revivir la

En consecuencia es cotidiano que el rasero con el que se mide la acción de aquellos involucrados no es la misma desde una cadena independiente, una cadena perteneciente a un grupo económico influyente del país o las columnas de importantes líderes de opinión, que en última son la materia prima para el engranaje de la gran máquina que se mueve basada en la opinión y las reacciones apoyadas en la información disponible en el entorno mediático. Estas contradicciones son generales en todas las sociedades debido a la misma libertad de emitir y generar información de la cual gozan medios e individuos, es el costo que se asume frente a la libre opinión y debe ser sensato quien se aventure a generar opiniones de los diferentes hechos sociales; claro está que esto será el deber ser más no la acción real misma de la sociedad.

En contraste, internet es entonces un medio con capacidad de difusión de información expresa, que opera también como medio de comunicación abierta y sin restricciones, asunto que le permite al ciudadano participar con información temporal en relación con un momento en particular que suele ser el instante en que sucede lo que el quiere comunicar² en la red, o visto de otra forma, de establecer opiniones en un espacio público con miles de receptores dentro y fuera del territorio de jurisdicción colombiana sobre un tema que merece pronta discusión. Es así como la comunicación entonces ha dado un paso al involucrar a más de un individuo sin importar su localización geográfica, como también al brindarle la posibilidad de generar una respuesta en cualquier momento que lo desee.

inmunidad parlamentaria. Su impopularidad llegó al punto de que miles de cibernautas piden en redes sociales que renuncie al cargo. (El tiempo. 2012. Extraído el 1 de Agosto 2012. <http://m.eltiempo.com/politica/presidente-del-congreso-juan-m-corzo-politico-criticados/10429915>)

²Referido a la deixis de tiempo.

En otras palabras, el espacio que internet provee actualmente tiene varias características que distan y lo diferencian de los medios clásicos de comunicación, dentro de las cuales, dos especialmente, se clasifican como trascendentales a la hora de comunicar información, primeramente el Internet, con las actuales redes sociales es un medio de libre acceso. Esta primera característica que se toma en cuenta, puntualiza la libertad de acceso sin restricción alguna a las plataformas -ya que es de acceso público-, cada ciudadano tiene injerencia en tiempo real sobre una temática que se esté discutiendo para generar una respuesta que se convertirá en un objetivo mutuo social si atrae el interés de suficientes individuos, todo esto al depender de la fluidez y calidad de las opiniones que hacen de un tema popular y notorio para generar un cambio en la sociedad.

Entretanto, la segunda característica que denomina al Internet, con las actuales redes sociales, es un medio bidireccional de información. Se define como la posibilidad de ser un medio de comunicación bidireccional, esto significa que el individuo receptor de la información, según su interés puede responder y hacer llegar al emisor información de aceptación o no, presentándose una evolución en la forma de interrelación entre temáticas e individuos; al reconocer que décadas atrás la discusión sobre asuntos comunes no permitían la inclusión de la opinión pública a gran escala para una toma de decisión consensuada eficiente.

De esta manera, gracias a la libertad de acceso y al flujo bidireccional de información, numerosos asuntos han aparecido en la agenda política nacional para ser analizados por los representantes del gobierno colombiano, por ejemplo, la violencia contra las mujeres, violaciones a normas de justicia y tránsito, corrupción por parte de integrantes del gobierno, o simplemente actos con los cuales la ciudadanía no se encuentra a gusto. Así pues, con un espacio de libre opinión pública, formadores de discusión y opinión impulsan el crecimiento de actitudes y comportamientos que inclinan a

participar con el transcurso de los días a más ciudadanos en querellas digitales que afectan a la comunidad donde es necesaria una participación constante.

De hecho, al haber identificado las características que definen la opinión pública en un marco comunicacional (si existe) de esfera ciudadana digital, se pueden describir cómo se presenta la participación temporal través de las redes sociales de opinión con mayor número de integrantes (Twitter y Facebook) las cuales promocionan la integración, al formar corrientes de individuos que se involucran un poco más con acontecimientos sociales temporales gracias a la facilidad de discusión que establecen las plataformas digitales anteriormente mencionadas.

No obstante, la participación activa de los ciudadanos no es el factor más importante para la posible construcción de cultura, ya que la participación es realmente baja si se toma en cuenta la inclusión real y de compromiso del ciudadano en grupos de presión o movimientos con metas de mejoramiento común.

De lo anteriormente dicho, la situación destaca el bajo nivel cognitivo sobre el actuar político, obstáculo principal para llevar estas corrientes de integración digital a una conformación de cultura social política renovada. Por lo tanto, la cultura observada como la unión de factores tales como valores y comportamientos aceptados y compartidos por una comunidad, es aquella que a través de actos transforman a la sociedad, bajo esta línea de pensamiento, se podría conceptualizar cultura política como la participación respetando normas y valores comunes con miras de obtener un objetivo social de administración ciudadana consensuada.

Es así, como finalmente se observa la distribución de pautas entre objetos políticos y en la sociedad según Almond y Verba (1970. p.31), un aspecto imperante y de gran influencia para este análisis, es precisamente la pauta donde cada sistema político es afectado por uno o varios contextos socioculturales, al demostrar que la cultura política se encuentra estrechamente relacionada con el establecimiento de subculturas que

impulsan un nuevo sistema de convivencia social, mediante normas que regulan las ya establecidas y las constantes nuevas reglas de comportamiento, a partir de las inclinaciones de la misma sociedad. Ahora bien, la correspondencia entre la sociedad por medio de los medios de comunicación ya definidos en este análisis, es el punto de inicio para entender un cambio en la cultura política.

Por ende, el proceso evolutivo de la participación ciudadana respecto a la emisión de opiniones frente a fenómenos políticos se ha convulsionado en las últimas décadas con la aceleración en el acceso a las tecnologías de la información, y el creciente uso de las mismas con intenciones políticas y sociales. Consecuentemente, se encuentra que el manejo de la información y la posesión de la misma resulta de procesos de interacción mas fluidos y variados en entornos antes no explorados como el internet y en específico las redes sociales, este nuevo constructo de las comunicaciones generado en el siglo XXI ha permitido desdoblarse los tradicionales y rígidos sistemas de retroalimentación desde las diferentes capas sociales, donde se eliminan en muchos casos obstáculos distorsionadores de la información que resultan en reflexiones frente a fenómenos sociales que contravienen el bien común.

Es decir, aunque persisten en sociedades como la colombiana temas vedados o de difícil acceso al público general, donde los medios tradicionales explotan la desinformación del ciudadano del común, y donde probables líderes de opinión generan en cierto grado desviaciones o interpretaciones alejadas de la realidad, hecho que concibe dentro de la opinión pública general posturas erradas o hasta el desinterés por no considerar que influya directamente en su desarrollo cotidiano.

A pesar de lo anterior y de los innumerables problemas de acceso veraz a la información, el hecho innegable de la aceleración en la retroalimentación, es un fenómeno nunca antes experimentado tanto por jerarquías o estructuras políticas, ni por parte de los emisores de las diferentes reacciones a eventos políticos del común.

En efecto, lo que se denomina dentro del texto como ejes bidireccionales son el nuevo paradigma de cómo se deberán interpretar las relaciones sociales en entornos determinados de la sociedad; este nuevo avance pone en un nivel mas próximo a los diferentes participantes del proceso político y elimina distancias materiales haciéndolos vulnerables a reacciones no esperadas en un tiempo relativamente corto.

Con todo, Inferimos al igual que pese a que se generan manifestaciones hacia fenómenos políticos, el alcance y efectividad en la rápida transformación de la cultura política es limitado, pese a los avances en tecnología y a los gigantes pasos en cobertura y acceso el principal insumo para la verdadera participación y generación de nuevos valores, creencias, etc. -cultura política- es el racionamiento o alcance cognoscitivo de los individuos como agentes políticos. Sin embargo aquellas características se da en la gran mayoría de actores de la sociedad, pocos son los que llegan a tener una aproximación del coloradio de intrincadas relaciones de lo político y quienes emiten valoraciones sensatas, encontrando así poca resonancia y alcance de sus evaluaciones de lo político.

CAPITULO III

Acción participativa de la sociedad y uso de las redes

“Dicen que soy héroe, yo débil, tímido, casi insignificante, si siendo como soy hice lo que hice, imagínense lo que pueden hacer todos ustedes juntos”

Mahatma Gandhi

La prensa, la televisión, la radio, la publicidad, el marketing, la política, los gustos sociales, las formas de agruparse, el estilo de representación social, todo ha sido tocado por el ciclo de revolución digital al que estamos accediendo, al transformar todos los procedimientos y estilos de convivencia, la forma de comunicación también ha sido afectada. Demostrar lo que anteriormente se ha planteado, que los ciudadanos son nuevos actores en el papel de creadores de información, al iniciar un acto de innovación en el cual cada ciudadano es un medio de comunicación con deseos de participar gracias al grado de afectación, producto de su entorno.

En ese sentido la diferencia encontrada en los ciudadanos de la era digital y la era de medios de comunicación tradicionales, se identifica en la posibilidad de obtener información gracias a otros ciudadanos en tiempo real sin importar su ubicación geográfica y su afluencia, emplean las herramientas dispuestas para esto: ordenadores portátiles o de escritorio, tabletas electrónicas, teléfonos móviles y cámaras digitales que posean acceso a la red de internet que brinda espacios de opinión en tiempo real para subir contenidos que sean de interés social. Debido a esto, la transformación en la forma de participación ciudadana se presenta atractiva para la mayoría de ciudadanos con deseos de contribuir e intervenir, lo que afecta el actuar de los ya establecidos medios tradicionales.

Inicialmente, la renovada forma de participación se da gracias a la democratización de las herramientas digitales y tecnológicas que permiten la colaboración a gran escala, suceso que se puede observar a partir de la creación del IMC (Independent Media Center) en 1999, cuando el concepto de comunicación en línea de movimiento aparece para impulsar a los periodistas a crear una red global con objetivos de comunicar acontecimientos de carácter político y social, evento de gran importancia ya que llamaba de igual manera a los ciudadanos con interés de participar a publicar contenido en su página web, lo que en adelante se vendría a llamar activismo cívico.

En efecto, el IMC impulsó la propagación de características primordiales de la participación ciudadana en la red, ahora llamada periodismo ciudadano, describiéndose como la cooperación en publicación de información e inclusión de nuevos temas que los medios tradicionales por motivos de capacidad o interés no prestan atención.

Con el paso del tiempo, el espacio de opinión creado por la IMC fue ejemplo para otros ciudadanos (usuarios) que emprendieron un camino de diversificación de espacios en internet, al dar paso a la creación de redes sociales que permitían la creación de perfiles personales con el evidente fortalecimiento de la red de colaboración; estos espacios llamados Blogs, surgieron también con el deseo de promover el activismo social y político de ciudadanos, con la estrategia de generar inquietud y con la posibilidad de generar respuesta, concepto conocido como feedback, característica que no ostentan los medios de comunicación tradicionales.

No obstante, los medios tradicionales de comunicación no son ajenos a los cambios que la era digital trae consigo, no pueden ignorar la evolución en la participación por parte de los ciudadanos, así de esta manera, se usan redes sociales al servicio de la televisión y la radio, entre otros, para mantener el índice de seguidores y no perder la capacidad de influencia que han mantenido desde su creación. Es así como, la estructura de los medios tradicionales debe cambiar por la exigencia e intervención del periodismo ciudadano.

Precisamente, la estructuración de la participación con información en tiempo real por medio de los ciudadanos en las redes y con resonancia en los medios tradicionales, logró un pico en su desarrollo lineal el 11 de septiembre de 2001, con el aporte de abundantes fuentes de información multimedia que llevaban consigo opiniones y exigencias al gobierno de los Estados Unidos de América y a muchos otros a cambiar el entorno para lograr una seguridad consensuada. El escritor Dan Gillmor (2006. p. 3) en su obra -We the Media- establece el 11 de septiembre de 2001, como la fecha clave en la que el periodismo ciudadano se consolidó como un fenómeno comunicacional imparale en la red.

En realidad, es un hecho que todos los departamentos que trabajan al servicio de lo público hacen parte y trabajan gracias a la información que el ciudadano común, o representantes del gobierno expresan en tiempo real, como sucedió el sábado 30 de Junio cuando el presidente de Colombia, Juan Manuel Santos, alertó de la situación en su cuenta de la red social Twitter: "Hizo erupción volcán Nevado del Ruiz. Favor seguir todos los planes de contingencia previstos" escribió, pronunciándose como alto mandatario, llamando a la calma de la población. (El país, 2012)

De hecho, hace un par de años se han observado emisiones por parte de ciudadanos que han querido mostrar su realidad y gracias a ello se ha desarrollado una historia que afecta miles de personas, ya sean de ámbito ambiental, cultural, académico o cotidiano, es innegable que todo se resume en hechos sociales que generan reacciones en la población y que el gobierno de paso debe tener en cuenta para su actuar político habitual.

A su vez, no se desea inferir que el hecho de reaccionar frente a sucesos es íntegramente nuevo, pero gracias a la resonancia de amplificación que difunde la información que se logra gracias al internet y sus espacios de opinión, y a la

colaboración de cada ciudadano, se presenta una exposición y un tratamiento diferente a cada suceso que se presente. Es de esta manera que el periodismo ciudadano se establece como un acto preponderante en la relación entre el gobierno y su población.

Por consiguiente, la participación del ciudadano se modifica según las necesidades e intereses que le atañen inicialmente, y esta participación actualmente cuenta con variadas herramientas de colaboración en línea dependiendo de la posibilidad de acceso que exista. Así pues, la tipología de participación en los ciudadanos varía en diversas razones; con objetivos de crear conexiones, crecer personalmente y/o profesionalmente, con metas de crear un impacto sobre los temas que le conciernen, como apoyo social sin beneficio propio, o finalmente como ganancia económica; todas las anteriores impulsadas por el deseo de inclusión e intervención.

Por ende, la diversidad de participaciones en las redes sociales pueden ser “me gusta”, marcar como “favorito”, compartir, replicar y hacer comentarios, o ir más allá e involucrarse al compartir material que afectará el desarrollo de la información. Generalmente, los aportes de material dados por los usuarios pueden ser textos, fotografías, imágenes y videos (material multimedia) que son bien aceptados en redes sociales para luego de una edición y verificación ser utilizadas por medios de comunicación tradicionales. Se evidencia la función del ciudadano en cuanto a informar lo que sucede en su entorno.

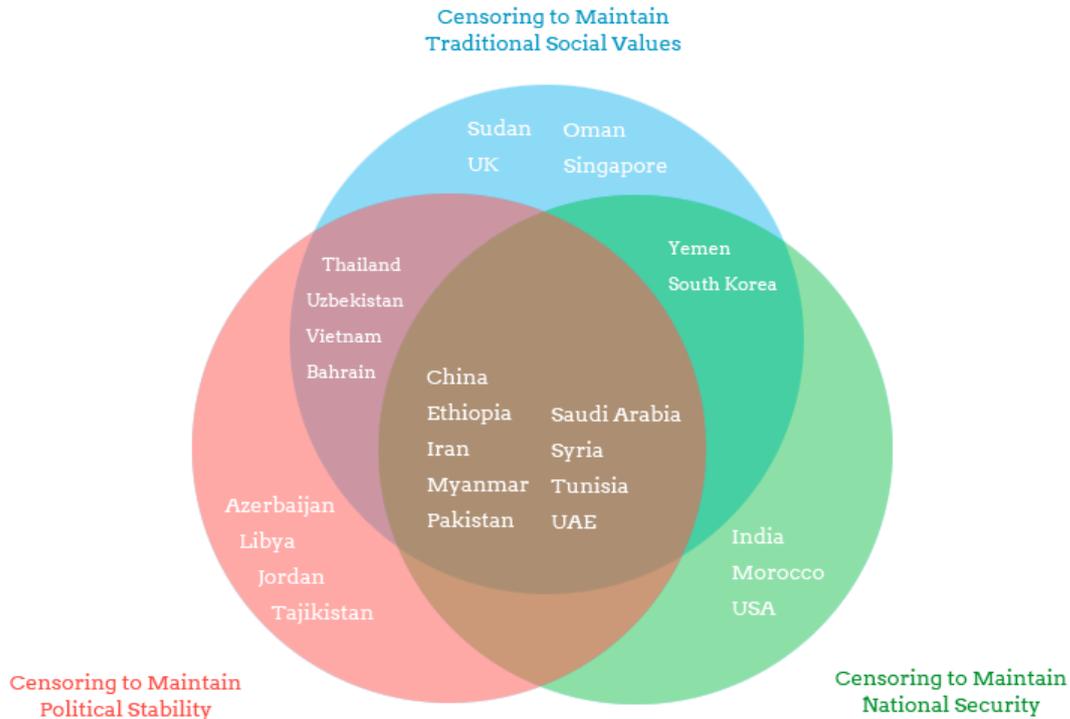
En efecto, un grado de inclusión más amplio surge cuando el ciudadano se convierte en informante de lo que sucede en el gobierno de paso, o como los medios tradicionales manejan la información, posicionándose como un observador en temas como corrupción y actos alejados de una justicia social, entre otros. Es decir, ciudadanos que poseen un nivel cognitivo y de conciencia amplia sobre diversos temas y herramientas, hacen llegar de mejor manera su opinión a grupos que poseen poder de decisión. Como ejemplo se pueden tomar las revoluciones y protestas en países árabes en favor de un objetivo común.

Como ejemplo se pueden observar los eventos acaecidos en el año 2010, las metas del cese a la violencia en Sahara Occidental, también en el año 2011, el Presidente de Egipto terminó por aceptar la unión que por medio de las redes sociales y la cooperación social lograría la población, la caída del gobierno de paso en Túnez, el cambio de gobierno en Libia; o en América, donde la red social Facebook ya reconoce oficialmente la relación entre ciudadanos del mismo sexo apoyándola con nuevos estatus de relación, reflejan la importancia de Internet y sus espacios, en donde la cooperación y organización en torno a un objetivo de miles de ciudadanos, permite una visión más completa de un suceso en particular que tal vez, medios tradicionales no se atreven a explorar.

Por ende, se está desarrollando un efecto dominó (anteriormente comentado) entre ciudadanos de diferentes países, gobernados por normatividades diferentes, que encuentran el impulso de actuar en su entorno frente a lo observado en otras partes del mundo, en búsqueda de resultados similares a los que se han tomado como ejemplo. En consecuencia, se pueden encontrar Estados que mantienen un control del internet y sus redes móviles para evitar desequilibrios sociales, entre los más conocidos se encuentra Cuba con su prohibición de búsquedas en contra del sistema de gobierno en motores de búsqueda como Google, o China, al prohibir por completo la red social Facebook (Payo A. 2012), confirman el valor que para los ciudadanos representa la influencia de información libre y el compromiso que cada ciudadano posee a la hora de opinar sobre hechos relevantes.

De ahí que existan 3 grandes tipos de censura que diferentes países enuncian: Censura para mantener valores sociales tradicionales (azul), Censura para mantener la estabilidad Política (rojo), y Censura para mantener la seguridad nacional (verde), a continuación.

The countries listed here are those that best represent the three major motives behind internet censorship.



Fuente: Evan You. <http://open.youyuxi>

Ahora bien, un último tipo de participación es el de periodistas ciudadanos circunstanciales, aquellos quienes que publican información de lo que viven a diario y de lo cual son actores. Este modelo de publicación de información se caracteriza por poseer un espacio geográfico para su desarrollo, un ejemplo es la red de trabajo que se da en un sector específico de la ciudad de Medellín - Colombia y que busca impulsar la cultura a través del trabajo de toda la comunidad para la superación de la misma.

El proyecto se llama Cuenta la 13, y se ha convertido en un medio de comunicación independiente que promueve la memoria de las comunidades y los territorios en conflicto armado en la ciudad, gracias a herramientas narrativas digitales como la fotografía, el texto, el video, el sonido y las redes sociales, donde promueven relatos de la cultura, la guerra y la vida en la comuna 13 de Medellín -producidos por la misma

comunidad-, en un ejercicio de libertad de expresión, denuncia y estética. Cuenta con el acompañamiento de periodistas, fotógrafos, psicólogos, gestores culturales, realizadores audiovisuales y otros profesionales, profesores y estudiantes de las ciencias sociales de diversas instituciones de la ciudad y el país. (Cuenta La 13, 2010)

Otro proyecto interesante desarrollado en y con objetivos benéficos un poco más amplios para Colombia, tiene como nombre “Monitor de Corrupción”, el cual se desarrolla en el 2012 por el Centro internacional para periodistas (International Center For Journalist ICFJ), junto con un organismo llamado centro de redacción y se invitó a ciudadanos con capacidad de publicar contenido en internet a participar utilizando esta herramienta para denunciar actos ilegales relacionados con el aspecto político-social, lo que permite al ciudadano evidenciar la localización de estos actos delictivos en un mapa interactivo creado y soportado en tiempo real por el portal Ushahidi (Portal de testimonios), este también, es una organización sin ánimo de lucro, que mantiene el registro de los proyectos creados en su portal, con el fin de ayudar al ciudadano a exponer digitalmente los conflictos de la sociedad en que se encuentran.

De hecho, Fabio Posada, presidente del Consejo de redacción establece lo siguiente al referirse sobre el nuevo portal de testimonios colombiano:

“Desde la primavera árabe hasta la caída de la reforma a la justicia en Colombia, hemos visto como la movilización ciudadana ha recuperado su lugar preponderante en el debate democrático. Consejo de Redacción y el Centro Internacional de Periodismo, conscientes de la necesidad de fomentar valores democráticos como la participación de los ciudadanos y promover el periodismo de investigación, lanzan este proyecto que combina ambas caras del control social que pueden ejercer tanto ciudadanos como periodistas” (Posada, 2012)

Para lo anterior, la creación de este proyecto establece dos formas de participación, reportes periodísticos, y alertas ciudadanas, las cuales son compartidas y verificadas

por periodistas voluntarios y algunos periódicos nacionales.

Por su parte aunque las redes sociales están logrando ser aceptadas por cada vez más ciudadanos, es previsible una evolución de los canales de información y publicación, logrando liberar muchos aspectos comunicacionales, que con el transcurrir del tiempo se multiplicará el volumen de información y se desarrollará una conciencia individual de verificación de la información que afectará la credibilidad del medio para su completo desarrollo e inclusión en el sistema social y político de un país como Colombia.

En adelante, podremos ver como cada dispositivo electrónico que usamos tendrá acceso a la red, ya que posibilita al usuario a ser parte de un espacio público con el cual puede integrarse a la sociedad gracias a que muestra lo que vive y como desea que sea el entorno en el que convive. Así de esta manera el periodismo ciudadano seguirá en evolución a través de los cambios que la tecnología desarrolle, siempre se estará buscando un canal o un contexto en el cual la ciudadanía pueda compartir sus opiniones a través del diálogo, se entrega a cada ciudadano el poder de hacer cambios a la realidad socio-política en donde los medios tradicionales ya reconocen el valor de cada opinión y lo que esta puede ocasionar.

De la misma forma, es a través de los dispositivos donde la participación ciudadana explora el fenómeno de la colaboración, reconociendo un valor inminente a causa de toda la información que es precisamente una red, un colectivo que se expande y se transfiere a través de todos los medios de comunicación .

Entretanto, la utilización de las herramientas en la experiencia participativa en la red, se perfeccionan gracias a la experiencia adquirida en una naturaleza mediática que ha ido cambiando, al desplegar constantemente la posibilidad de optimizar la manera de adoptar en este contexto la recepción de información a través de múltiples canales. Es así como, en la tendencia de acercar la información al ciudadano, internet anuncia un

diálogo, una conversación que se democratiza, y en términos generales, estipula que esa participación sea ampliada debido a su alcance.

Precisamente, como consecuencia del número de fuentes y público junto con la diversidad de cultura, educación y sentido crítico, la participación considera la veracidad como un elemento en constante cuestionamiento frente a la transmisión de la información. Es así como, al seguir apostando por una mayor apertura hacia la colaboración y participación en la red puede ocasionar la derivación de información alterada en cualquier forma.

Es decir, la publicación de información en red y su funcionalidad de permitir comunicación a nivel global, implica que continuamente se comparta información y conocimiento de manera rápida y sencilla, y que además, natural a ello no se pueda determinar con certeza la veracidad al depender del medio en el que se comparta, sino de la credibilidad que el emisor sea capaz de transmitir. Así, el grado de participación de los ciudadanos en los medios tradicionales involucra muchas más oportunidades para cooperar si usa la red. A pesar de la inclusión del internet en los medios, en el ámbito político aún no ha logrado cambios significativos para la generación de cultura política, sin embargo, los ciudadanos participan e innovan con iniciativas destinadas a la integridad y la resolución de problemas en línea.

Consecuente con lo ya descrito, respecto al devenir de las redes y su acción enriquecedora de la democracia participativa en las sociedades a nivel global; así como del papel que encarnan ciertos individuos, que al momento de emitir juicios valorativos de un tema particular, evidencian la capacidad de respaldo y aceptación que estas opiniones puedan llegar a tener, provenientes de los usuarios del entorno digital. A la vez dichos juicios aportan a la evolución en la interpretación y en el mejor manejo de la información, frente a lo que exponen los medios de comunicación u organizaciones estatales dentro del ámbito digital; la capacidad intelectual de estos usuarios de la

nueva era se vera incrementada, sobre todo por el enfrentamiento a los veloces torrentes de información en transito, generando un clima de auto critica y control hacia las instituciones y formas de ejecución de los actores políticos.

Adicionalmente con el propósito de ampliar el espectro que abarcan las relaciones u formas de interlocución entre los sujetos activos de la sociedad, se apunta a destacar otro aspecto relevante de los contactos en la red. Las relación bilaterales generadas en el ambiente digital, desde los actores políticos que usan para su beneficio o el de sus colectividades una relación mas especializada en el manejo de la información y netamente controlada según la emisión de ciertos mensajes para el logro de adhesiones u apoyos que es denominado comúnmente como marketing político.

Así, se inicia la evaluación del uso de la red social como mecanismo de mercadotecnia en el entorno político, por parte de sujetos de una comunidad, es indiscutible la transformación de las acciones de los actores políticos durante la era digital, el empleo por parte de especialistas en esta acción proclive a incitar u acercar a ideales o proyectos políticos dependiendo el momento histórico de la sociedad en que se aplica se le conoce como marketing político, término que en los últimos años ha cobrado relevancia en los tiempos de campaña de la gran mayoría de países del mundo y donde se erigen teorías y estrategias de acción para el uso efectivo de ciertas herramientas, tanto del manejo de la información, como de los medios de distribución de la misma, con un mensaje específico que beneficie ciertas aspiraciones particulares o institucionales.

Lo anterior se traduce, en un vago acercamiento del uso y la forma que le dan a estas poderosas herramientas dentro de la red y sus múltiples conexiones ligadas al desarrollo de las mismas redes al variar su alcance y preponderancia, en manos de sujetos netamente políticos.

En el mismo sentido, el marketing político en términos corrientes es la búsqueda de votos con el auxilio de la tecnología (Costa, 1994). Lo anterior introduce al concepto general de lo que es considerado marketing político, la corta pero dicente frase introduce dos elementos sobresalientes del por qué la inclusión del marketing político en el desarrollo de la investigación, por un lado, se presenta la consigna de la búsqueda de votos, precisamente esa acción se traduce en un evento social de adhesión hacia cierto tipo de ideales e intereses que se entiende como una manifestación social hacia impulsos emitidos por sujetos políticos y que dentro de la investigación se desarrolla el concepto referente a la transformación de estos preceptos sociales. Consecuentemente el otro lado de la definición introduce a la arena de discusión el auxilio de la tecnología, para el logro de los codiciados votos o el apoyo de la comunidad dentro del entorno en que se aplica el marketing político, en el mismo sentido el desarrollo de lo digital abarca dimensiones hasta hace años insospechadas que aportan mecanismos aun más efectivos en la búsqueda de la eficacia, en la adhesión a ciertas corrientes ideológicas o de acción socio-política.

Sin embargo lo anterior es poco dicente del verdadero espíritu del marketing político por su misma simpleza en la definición, por ello en una forma más especializada se puede decir que es el conjunto de técnicas empleadas para influir en las actitudes y conductas ciudadanas a favor de ideas, programas y actuaciones del organismo o personas que tienen el poder, intentan mantenerlo, consolidarlo o aspiran a conseguirlo. No obstante existe la distinción con el marketing electoral, el cual se refiere exclusivamente al planteamiento, realización y difusión de mensajes, para la puesta en marcha de programas electorales y en función de determinar el gobierno de una comunidad (Herrera, 2000).

Ciertamente el desarrollo de este concepto se bifurca según la intencionalidad y el alcance con el que el actor político lo usa, según sus intereses se van modelando y evolucionando para mayor certeza de su actuar, por lo anterior se introduce una

acepción del concepto más relevante que pueda llegar a eliminar las respectivas dudas que surjan por lo amplio de la definición, entonces se entiende al marketing político como el conjunto de técnicas de investigación, planificación, gerenciamiento y comunicación que se utilizan en el diseño y ejecución de acciones estratégicas y tácticas a lo largo de una campaña política, sea esta electoral o de difusión institucional (Martínez, 2001).

En otras palabras las campañas electorales son rituales de persuasión. Ante la proximidad de una cita electoral, partidos políticos y candidatos emplean su tiempo y su dinero en el intento de persuadir al electorado y obtener su voto. Ese intento de persuasión se lleva a cabo a través de unas estrategias de comunicación más o menos sofisticadas, en las que se mezclan personalidades y cuestiones políticas. Aunque las campañas electorales son tan antiguas como la democracia, su papel es cada vez más relevante. El debilitamiento de la lealtad sin fisuras a un partido, el mayor protagonismo de los medios de comunicación, la progresiva personalización de la política o el cuestionamiento de muchos referentes ideológicos son factores que contribuyen a que los resultados de una elección se diriman cada vez mas durante la campaña (Salgado, 2002).

En consecuencia la era digital 2.0 aporta elementos relevantes para aquellos interesados desde el lado de los candidatos en hacer que sus mensajes fluctúen y fluyan desafortadamente por la red, en búsqueda de millones de receptores ávidos de un mensaje que genere un impacto en su forma de ver el mundo político y donde tenga respuesta o esperanza frente al futuro incierto. Estos paradigmas de los individuos son el nicho explotado por los especialistas en persuasión política, la transformación de las características de filiación política puede ir siendo moldeadas por la exposición constante a ciertas corrientes de pensamiento o donde predominen mayoritariamente reacciones sistemáticas frente a fenómenos sociales, llámese esto ideología.

Por el contrario desde la otra perspectiva la del elector, donde actúa como receptor de toda esta avalancha de información, la cual conduce a modificar su forma de ver a un individuo o una organización, para gestar una adhesión o rechazo, se manifiesta de diferente forma según las capacidades e intereses del mismo individuo, el uso racional de la capacidad cognitiva de estos individuos se enfrenta cotidianamente a las disyuntivas de creer o no en ciertas propuestas o afirmaciones provenientes de la red y de medios tradicionales a los que está expuesto. Sabiendo estos mismos individuos que dicha información procede de fuentes especializadas en el tratamiento de la información, para generar ciertas reacciones en él. Todos estos interrogantes dentro del entorno social y las propias vivencias del individuo particular, a medida que transcurra el tiempo irán modelando entonces su filiación política y la creencia en ciertos paradigmas estructurados por aquellos sujetos políticos que poseen o desean tener el poder de decisión dentro de la comunidad.

A pesar de todo, la emisión de mensajes programados con un mensaje político-electoral dentro de las redes sociales, no garantiza una respuesta masiva o una reacción frente a este impulso, los individuos se ven motivados por los eventos que viven cotidianamente, y es en este punto donde los generadores de mensajes o especialistas de la información, explotan el nicho para generar la resonancia mencionada en el capítulo anterior. Y donde la real efectividad del uso de la red social como elemento propagador es visible. Una multitud de convencidos ideológicos desfilan y propagan su mensaje sin parar en las redes, en búsqueda de mas seguidores de su paradigma para integrar los modernos mítines partidarios o de seguimiento a la personalización del poder en un hombre particular haciendo comprobable así la progresiva transformación o transición de los eventos offline a los online, demostrando las particularidades y alcances de la era digital del siglo veintiuno.

En consecuencia de estas relaciones ampliadas entre los sujetos de una comunidad realizadas en la arena digital, el propio comportamiento del ser humano se ve transformado sin importar el ámbito en que se inmiscuya dentro de la red, sus actitudes

y repuestas frente a eventos sociales, no siendo solo los políticos, estarán matizados por su experiencia cotidiana online, donde convive gran cantidad de tiempo y genera actuaciones consensuadas a través de los medios a su alcance. En ese sentido se rescata los diferentes autores que pretenden generar una visión del posible futuro de los caminos dentro redes sociales, en primera instancia se evalúan las limitaciones de la web 2.0.

Según lo anterior las redes sociales en internet se enmarcan en la web 2.0, un término propuesto por Tim O'Reilly (2006) para referirse a un conjunto de tecnologías para gestionar información en red (suscripción RSS, folksonomías, blogs, etiquetado, etc.) y las prácticas que lleva asociadas. Pero si examinamos los principios que rigen internet y sus antecedentes, la web siempre ha sido social y ha buscado la descentralización y la participación. La novedad no está en la tecnología ni en el comportamiento de las usuarias. Se encuentra más bien en la posible creación de oligopolios de las redes y el manejo del contenido por parte de un puñado de gigantescas compañías, que en cierto momento podrían limitar la acción comunicativa, libre y veraz afectando la creciente ola de adhesión y participación social en las comunidades mundiales.

En ese sentido se haría comparable con el fenómeno de la migración en el siglo pasado, que a pesar de mejorar las posibilidades de movilización respecto a velocidad, confort y economía; las restricciones se amplían frente a sectores poblacionales o regiones del mundo que representan amenazas para el desarrollo sereno de otros rincones del planeta y gesta de manera sistemática la creación de barreras de todos tipo para aislar de esa forma el peligro; esta comparación es precisa en el momento que pese a las posibilidades de comunicación, inmediatez y acceso que brindan los espacios telemáticos, se puedan llegar a presentar restricciones de este tipo, degenerando la función que se trata de destacar durante la mayoría del texto, como fuente motora de la nueva transformación política y social de los países en que se presentan comunidades activas y además receptivas a la acción en el entorno digital.

Cabe preguntarse entonces ¿Cuál será el final de la acción política en la red? ¿Hasta qué punto resultara benéfico el acceso a las redes para los gobiernos u organizaciones erigidas?

De lo anteriormente dicho se desglosan afirmaciones de la función social de las redes telemáticas y podemos vislumbrar respuestas a aquellas preguntas.

Primero la proximidad del ser humano del día de hoy a estas redes, lo equipa de herramientas hasta hace pocos años insospechadas para enfrentar y acercarse de manera extensa y profunda dentro del entorno y realidad que vive, lo instrumenta como sujeto capaz de ser motor de transformaciones idiosincráticas y hasta por qué no sociales, es indudable que hacer efectivas estas nuevas cualidades con las que se equipa al nuevo sujeto en el entorno 2.0, es aspirar a una aceleración en los procesos cognitivos y una verdadera transición de las formas de acción colectiva de los sujetos políticos; pedir entonces que dichos sujetos sean hoy un polo de transformaciones es algo arriesgado y es convulsionar mas el entorno de estos sujetos que se desarrolla a una velocidad mucho mayor que la de hace 50 años.

Segundo no se puede olvidar los aspectos restrictivos tanto legales como morales que presenta la red, a pesar de ser un entorno que se presume libre de restricciones o donde la mano de la ley no cobra jurisdicción, cada día mas los ordenamientos jurídicos apuntan a edificar estructuras normativas que restrinjan algunos aspectos del desarrollo de contenido contestatario o de opiniones frente a eventos o instituciones.

Por su parte el aspecto moral de esas restricciones son propias de cada uno de los seres humanos y de la forma como interpretan su mundo y su realidad, por ello se pueden encontrar participaciones deliberadamente abiertas y liberales otras modestas y con cierto apego a tradiciones muy conservadoras inculcadas ambas dentro y fuera del entorno online.

Resumiendo, el progreso del entorno digital y de todas sus acepciones enumeradas a lo largo del capítulo, dependerá innegablemente en la capacidad de los individuos por mantener un ávido interés y preocupación de las cosas que transcurren en el entorno; el desinterés y el conformismo son armas letales y serán usadas desde diferentes rincones para menguar una acción concreta frente a eventos que no sean del bienestar de todos; en ese mismo sentido si se presenta el dominio total por parte de unos pocos jugadores estratégicos en el manejo propio de la administración de la red que conocemos, se corre el riesgo de un posible juego de intereses de estos actores y cortara de raíz el progreso gestado en las diferentes sociedades frente a la acción participativa en las redes sociales; así de claras las cosas solo cabe confiar en el espíritu del ser humano por no relegar las oportunidades de progreso y confiar en su acción progresiva y constante.

CONCLUSIONES

En el transcurso de la investigación se apuntó a intentar identificar si existía dentro del fenómeno de la digitalización de la vida cotidiana o desarrollo humano en la red virtual. Es así como, los espacios de transformación respecto a la acción política o lo que se determinaría como cultura política en la sociedad de este siglo. Este primer planteamiento vago y por ende amplio condujo a la investigación por senderos teóricos y empíricos para hacer demostrable algún hallazgo veraz de la verdadera evolución en los modos de participación ciudadana y de sus paradigmas sociales.

Por consiguiente, el transcurrir de la investigación se situó en el análisis y evaluación de teorías respecto a la comunicación, la opinión pública y sus modos de actuación: la cultura política y su construcción social; hasta llegar a la recopilación de eventos o acciones empíricas que demostraban la aplicabilidad de las teorías. En igual sentido, se evaluaron eventos sociales engendrados desde la red con cierto grado de resonancia en el cambio de actitudes o ideales por parte de los actores involucrados, que demostraban de manera parcial algún grado de evolución en las herramientas y canales de transformación de la cultura política dentro de sus sociedades.

Consecuentemente el rumbo de la investigación apuntó a un norte, el cual se dirigía hacia la acción particular del individuo y del uso de sus capacidades cognitivas, además de su libertad casi desmedida en la red, como el gestor principal de la lenta pero constante evolución cultural en el sentido estricto que se trató. Se incluyeron entonces las formas de uso más comunes en la red, al describir el papel del nuevo periodista ciudadano y de las comunidades de apoyo en el entorno online. A pesar de las limitaciones en el acceso y veracidad de la información, observamos como éste sujeto se aventuró a la manifestación de opiniones disidentes del ordenamiento

gubernamental en búsqueda de su bienestar, así se condujo a oleadas de otros individuos con similar interés que generaron procesos de interacción comunicacional entre las instituciones y la sociedad, siempre en el entorno virtual.

En otro sentido, se introdujo entonces un concepto que se pretendía aislar, resultado de la necesidad de conocer realmente si la acción participativa de los individuos era voluntaria, y por ello sin ninguna clase de suspicacia o intención de ser inducidos. Contrario a esta posible exclusión se trató el apartado del marketing político, por que resultaba ser una parte más de la articulación en las formas de comunicación en la red y alteraba considerablemente el devenir de la cultura política en la red, así que su viable aislamiento se transformó en un estudio del manejo del mensaje y la información por sectores de la sociedad para granjearse en apoyo de la comunidad.

De la mano con lo anterior, la precedente exploración nos permitió exponer el poder de asociación formado por todos los individuos, conectados mucho más profundamente que lo que creíamos hasta ahora. Básicamente, después de atravesar un camino investigativo en los actos sociales, determinamos que las redes que se constituyen con un objetivo específico, como también las redes que surgen naturalmente como consecuencia de actos independientes y lo más interesante es que este fenómeno tiene características que se presentan tanto en las relaciones sociales físicas, como digitales.

Una de estas características es la difusión de información por medio de una conexión dentro de un ambiente donde existen un número de personas que adquieren conocimiento de un suceso o tema por medio de otra persona, en otras palabras, un ciudadano que provee información a un par de amigos que hacen lo mismo con sus propios amigos; de esta manera difunden la información sin intención de crear una red específica, simplemente basándose en los medios y capacidades que su comunicación les permite.

Es así como se lograron diferenciar los tipos de conexiones existentes en redes personales caracterizadas por un ambiente limitado y con información personal, en redes temáticas que especifican su objetivo, y redes profesionales, logrando una mezcla de las dos primeras redes para obtener un objetivo personal específico. De esta manera, la aproximación conceptual de redes brinda claridad de entendimiento en la participación e inclusión ciudadana en la red y es aquí donde se señala el fundamento en los cambios de las relaciones digitales como la base del estudio de posibles implicaciones y efectos políticos en la sociedad.

Por ello, bajo los cambios sociales de comunicación desciframos que la construcción de opinión se enfoca en la consecución de una inclinación mental que debe ser cultivada por agentes especializados en desarrollo social, como ejemplo, el gobierno de paso que está en constante búsqueda de herramientas para lograr propósitos públicos. Las herramientas son medios de uso informativo para alcanzar lo propuesto, y para nuestra investigación el entorno de análisis que observamos para identificar características tales como el grado de resonancia, veracidad, las formas de interacción e inclusión, y la calidad e intensidad de información que discriminan y afectan la acción comunicativa de los ciudadanos.

Por este motivo, encontramos que la modificación en las actitudes y creencias de cada ciudadano afectan la cultura existente y es a través de su experiencia que se reestructura la cultura política para orientar la participación. Por ende, determinamos que el ciudadano es el eje central de la opinión pública al tener libertad de expresión, y es allí donde se argumenta que la opinión pública abarca intereses que conciernen a un conglomerado de ciudadanos que pueden no tener conocimiento experto sobre el tema u objeto tratado, pero aun así intervienen, limitándose por el desarrollo conceptual ilustrativo que cada uno posee.

En otro sentido referente a la calidad, veracidad y fluidez de la información hallamos que, la información consigue un notable carácter en la participación, opinión y colaboración pública, procedente de la implementación de los nuevos medios de comunicación que reconocen difusión y transmisión de la misma al apuntar cada vez más hacia una comunicación instantánea, saturada con la vasta cantidad de individuos emisores y receptores que admite por su residencia en la red.

Por lo que se concluye que, por la demanda de prevención y la necesidad de inferencia a la hora de reconocer la información, el proceso se aleja totalmente del concepto de cultura política, limitándose a ser sólo un asunto de opinión o participación ya que la difusión de información u opiniones de origen tal vez indocumentado, orientan a la construcción de una perspectiva abstracta de la realidad sociopolítica, al posibilitar incertidumbre en la veracidad de toda información que llegue al ciudadano la comunicación y opinión dista de la construcción de cultura política.

Seguidamente se percibió que el actuar del sujeto social como periodista ciudadano, esta revolucionando las formas de proceder en los medios tradicionales referente a la formulación de denuncias que resultan virales, secuela del realismo con que se hace la descripción. De esta manera, se establece como un acto preponderante en la relación entre el gobierno y su población.

En ese mismo sentido, se logró inferir que todo ha sido tocado por el ciclo de la revolución digital: la prensa, la televisión, la radio, la publicidad, el marketing, la política, los gustos sociales, las formas de agruparse, el estilo de representación social, todos han sido extendidos mas allá del terreno offline o tradicional, para hacerse aún más grandes y omnipresentes en el mundo intangible de la virtualidad. Pero, gesta acciones materiales frente a actos desviados del bien general de la comunidad o simplemente mostrando rechazo que se traduce en respuestas de los entes decisores de la sociedad en que se aplican las herramientas de las redes de colaboración.

Precisamente, el lenguaje de interacción (like, tag, colgar, post, blog, etc.) se ha transformado singularmente al hacerse más práctico y fluido para los usos en la red, esto es síntoma o evidencia clara de la importancia que cobra en el día a día las redes y la forma de compartir la información en el mundo de hoy, aunque es claro que todos los sujetos involucrados en las redes sociales, no son generadores de contenido en pro de la transformación social. Sin embargo, con solo hacerse participe en una ola de descontento virtual ya genera un grado mínimo de conciencia que figurara en el futuro con mayor resonancia en el individuo y su entorno.

Por este motivo, se observó que la reacción gubernamental o institucional no se ha hecho esperar, desde diferentes modos o actuaciones en diversos países del mundo, se edifican restricciones o tipos de censura crecientes frente al flujo de la información proveniente de actores discordantes, al modo de vida dentro de su sociedad particular, buscando estos gobiernos preservar la estabilidad política, la permanencia de valores religiosos tradicionales y hasta su seguridad nacional, al restringir el uso de las redes con este fin. En consecuencia la expresión libre de denuncia o desconcierto que en la vida offline no se produce, tampoco puede ser traspalada al entorno online por la censura gubernamental.

Al mismo tiempo, logramos concluir como hallazgo primordial que otro limitante creciente es la veracidad y confiabilidad en la información circundante, los círculos crecientes de emisores de información generan inseguridad en los participantes de las interacciones dentro de la red; el emisor tradicional de información (radio, periódico, noticiario, etc.) goza entonces en este punto de confiabilidad y respaldo por su envergadura y alcance, no traduciéndose esto en transparencia y desinterés en temas particulares de los que emite información. Así que, es una aventura de credibilidad y falsedad entorno a la información que recorre con impresionante velocidad infinidad de rincones, genera reacciones variadas y procesos participativos particulares, que por

último cobran sentido si gozan de la información clara y transparente de fuentes acertadas dentro de la red.

El segundo aspecto del cual nos percatamos se refleja en el uso de estrategias de la mercadotecnia en la red, para el usufructo de algunos individuos en términos de curules o acceso a posiciones de privilegio mediante el apoyo popular, al la vez de granjearse un espacio político respetable por los individuos, donde generan adhesión o seguimiento a ideales, tradiciones o pensamientos particulares de una colectividad política.

De tal manera que los riesgos y ventajas del uso de la red para el progreso en la democratización y participación de los ciudadanos, al igual que con el desarrollo social de sus respectivos países, se la juega por apostar a que ciudadanos informados serán receptivos de las opiniones emanadas desde otros usuarios pares y crearan movimientos tendientes hacia el progreso o la contención de políticas que eliminen su bienestar, como contraparte estarán entonces los jugadores que apuestan a la primacía de la desinformación o el acceso a ella de manera restringida, al entorpecer todo el engranaje online desarrollado por los individuos digitales.

En síntesis, la creación de la opinión del ciudadano en el entorno público es afectada por varios factores, regulada por un sistema de normas que le indican cómo actuar según los límites de la sociedad en la que se encuentre. Todo esto implícito en los medios de transferencia y comunicación de información clásicos y modernos, que permiten la difusión de lo que cada ciudadano desea expresar. Y observamos que solo a través de un proceso continuo de tiempo, la cultura de opinión pre-existente del ciudadano se verá afectada y transformada gracias a actos repetitivos que asiduamente generarán una respuesta positiva para la sociedad, creando estereotipos y paradigmas que demuestran un posible cambio cultural.

REFERENCIAS

- Calle, A. 2007. El estudio del impacto de los movimientos sociales. Una perspectiva global -The Study of the Impact of Social Movements. A Global Perspective (pp. 133-153). España: Revista Española de Investigaciones Sociológicas. Extraído Sept. 2011. Desde. <http://www.jstor.org/stable/40184836>
- Fuglsang, 2005. IT and Senior Citizens: Using the Internet for Empowering Active Citizenship. (p. 468-495). Denmark: Sage Publications, Extraído Sept. 2011. Desde. <http://www.jstor.org/stable/25046619>
- Fossati, D., Bazan, F. 2011. Los movimientos sociales del Medio Oriente y sus implicancias internas y regionales. Argentina: CAEI. Extraído Nov. 2011. Desde <http://www.caei.com.ar/es/programas/mediooriente/21.pdf>
- Aruguete, G. Nov. 2001. Una propuesta organizacional alternativa. Buenos Aires, Argentina: Universidad Di Tella. Extraído en Agosto 2011. Desde http://practicasgrupales.com.ar//index.php?option=com_content&task=view&id=76&Itemid=
- Unizar. 2000. Comercio Electrónico en España. Extraído el 4 de marzo de 2011. Desde <http://ciberconta.unizar.es/ftp/pub/docs/bsch/pdf/2.pdf>
- Internet World Stats. (Sept. 22-2010). Recuperado el 12 de marzo de 2011, http://archive.aweber.com/iwsnewsletter/g.Me/h/Facebook_Country_Statistics.htm
- ش.بابل بي بي ال اعظمي مي ثور على ال قذافي ال دكتاتور. Revisado el 22 de marzo de 2011. Facebook usuario sami AISS. <http://www.facebook.com/samiAISS>
- Huffington, A. 2010. Facebook, Twitter and the Search for Peace in the Middle East. Extraído 17 de marzo 2011. Desde http://www.huffingtonpost.com/arianna-huffington/facebook-twitter-and-the-_b_788378.html?ir=Technology

- De Cózar, A. 2011. Entrevista al periódico el país. Trípoli, Libia. Extraído 1 Junio 2011. Desde. <http://www.elpais.com/edigitales/entrevista.html?encuentro=7838>
- Fossati, D., Bazán, F. 2011. Los movimientos sociales del Medio Oriente y sus implicancias internas y regionales. Argentina: CAEI. Extraído 12 de Marzo 2012. Desde <http://www.caei.com.ar/es/programas/mediooriente/21.pdf>
- Giovanni. 1994. ¿Qué es la Democracia?. Altamir ediciones, Bogotá, cap.5 URL. <http://www.analitica.com/va/politica/opinion/4144803.asp>
- Rheingold H., Multitudes Inteligentes: La próxima revolución social , Gedisa, ISBN: 9788497840620
- Gillmor D, (2006) We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People. O'Reilly Media. ISBN: 978-05-9610-227-2
- Universidad de Murcia. 2011. Glosario. Redes sociales y Community managment. Extraído el Junio 15 de 2012. Desde <http://www.um.es/cursos/promoedu/redessociales/glosario/>
- Dirección nacional de planeación. Documento Conpes 2775. Extraído 10 de Junio, 2012 desde: http://www.dnp.gov.co/archivos/documentos/Subdireccion_Conpes/2775.pdf
- Cuenta la 13. 2010. Quienes Somos. Extraído Junio 14, 2012 desde http://cuentala13.org/?page_id=79
- Sueiras E. 2009. Redes Sociales Definición. Extraído el 10 de mayo 2011. Desde <http://es.scribd.com/doc/24658747/Redes-sociales-definicion>
- World stats. Agosto 2010. Estadísticas mundiales. Extraído el 20 de Abr. de 2011. Desde <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- Terreo J. 2006. Teorías de comunicación - Universidad católica Andrés Bello. p. 21. Extraído 15 abril. 2011. Desde http://www.riial.org/espacios/teoriacom/teoriacom_docbase.pdf

- Online Schools. 2011. Historia de las redes sociales. Extraído 16 de mayo de 2011. Desde <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/social-media-marketing/breve-historia-de-las-redes-sociales/>
- Real academia de la Lengua Española. 2011. Diccionario. Extraído 5 de Julio 2011. URL. <http://lema.rae.es/drae/?val=opinar>
- Calduch, R. 1991. Relaciones Internacionales. Edit. Ediciones Ciencias Sociales. Madrid
- Guanter J. 1994. Derecho de la información II. Los mensajes informativos, Colex, , p. 85
- El país. Junio 2012. No hay reporte de daños y víctimas, tras erupción del volcán del Nevado del Ruiz. El país.
- Payo, A. Julio 2012. China también bloquea SlideShare. Extraído el 25 de Julio 2012. Desde <http://www.itespresso.es/china-bloqueo-slideshare-linkedin-66307.html>
- Scolari, C. 2008. Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Gedisa. Barcelona.
- Posada, F. 2012. Monitor de Corrupción. Consejo de redacción.
- El tiempo. 2012. Política. Extraído el 1 de Agosto 2012. <http://m.eltiempo.com/politica/presidente-del-congreso-juan-m-corzo-politico-criticados/10429915>

