

Publicado: Miércoles, 09 Febrero 2022 09:10

Escrito por David Flórez Villamizar, Fabián Morales Gómez, María Pereira Balaguera y Artiza Quiroga Pardo



1.5 Opinión pública

Para José Rubio Ferreres [28] los medios son parte importante en la construcción de la agenda pública. Habla sobre la “agenda setting” refiriéndose a que todos los medios de comunicación principalmente crean una agenda, que después gracias a la opinión pública va cambiando. La agenda de los medios de información y la agenda mediática se convierte en la agenda pública, en opinión pública. “La opinión pública tampoco se confunde con las instituciones. La opinión pública es una parte, y de las más importantes, de la vida pública. A la opinión pública se la relaciona con el espacio público.]De momento podemos afirmar que en la opinión pública existe un incesante flujo de mensajes y discursos que circula cotidianamente en la sociedad” [29].

En este proceso Laura Palumbo [30] nos habla de los agentes de cambio social. Un agente de cambio social es aquel individuo que lidera el cambio social. Se entiende como cambio social es el proceso por el cual se modifican “actitudes, valores y acciones para afrontar problemas sociales de forma positiva”.

Los actores sociales influyen en su comunidad al dar información que colabora con la construcción de la convivencia en comunidad. Se debe ejecutar mediante un trabajo en equipo que promueva conductas saludables en quienes hagan parte del movimiento que suscita el agente de cambio. También debe estar contextualizado acerca de la situación de su comunidad, para poder colaborar con las causas de cambio ya iniciadas. Todo ello para quitar las dinámicas negativas y finalmente evitar la opresión de los grupos de poder sobre las comunidades vulnerables, ya sea por la “raza, la identidad o expresión de género, la orientación sexual, las capacidades o discapacidades, la edad, la educación o el nivel de ingresos” [31].

Cuando se habla de agentes de cambio y cambio social se hace necesario hablar de los movimientos sociales. Alain Touraine [32] determina al movimiento social como la combinación de tres principios: identidad, oposición e identidad. Ello indica que es un colectivo que se identifica con una ideología, que se opone a una normativa o situación y que repercute en la comunidad en general, siempre y cuando actúen dentro del marco legal general que rige al constructo social. Todo ello surge de la relación del actor social con su adversario, generando una conflictividad de intereses que luchan por causas opuestas, pero igual de legítimas al ser concebidas dentro de unas normativas generales. Cuando no existe un adversario, el movimiento pasa a ser una corriente de pensamiento modernizadora que cambia de a poco las concepciones sociales preestablecidas.

Los movimientos sociales pueden dividirse según su propósito. Claus Offe [33] nos habla de tres tipos: están los que promueven los mecanismos de participación democrática; los segundos son los que promueve el uso de mecanismos participativos no convencionales y el tercer tipo es el que confronta temas morales de forma política.

En todo proceso social existen hechos que se imponen coactivamente al individuo humano, ello en concepto de

Publicado: Miércoles, 09 Febrero 2022 09:10

Escrito por David Flórez Villamizar, Fabián Morales Gómez, María Pereira Balaguera y Artiza Quiroga Pardo

Émile Durkheim [34]. Ello afecta a un grupo de personas inmersas en un ambiente y tiempo definidos; los cuales terminan formando la opinión pública. A dicho conglomerado Carlos Boyle lo denomina público.

Durkheim define al hecho social como maneras de actuar y pensar, reconocibles por la particularidad de que son susceptibles a ejercer una influencia coercitiva sobre las conciencias particulares.

El autor emplea también al hecho social para designar a casi todos los fenómenos que ocurren dentro de la sociedad, pero el hecho social no puede definirse por su generalidad dentro de la sociedad, se caracteriza por su exterioridad respecto a la conciencia individual y la acción coactiva que ejerce o es susceptible de ejercer sobre estas mismas conciencias. Otro aspecto del hecho social a resaltar es su independencia de las manifestaciones personales. Mediante todo el proceso informativo previamente hablado se genera una llamada opinión pública, Manuel Mora nos habla de la opinión pública como un constructo social intangible y a la vez previsible para casi todos.

Ese plano de la vida social constituido por las opiniones que las personas emiten y circulan entre ellas es llamado opinión pública. En este sentido no se podría confundir la opinión pública con las llamadas instituciones ya que la opinión pública es una parte directa de la vida cotidiana de la sociedad, teniendo en cuenta que a través de ella es que circulan un sin número de mensajes y de información a diario. En este sentido la opinión pública podría ser considerada como un género social que actúa como ente intermediario de cultura, valores y entidades que se propaga a través de los distintos canales de transmisión de información.

Siguiendo la misma línea, para Blumer [35] la interacción social es un fenómeno creado con hechos abstractos y complejos de alcanzar. La interacción se da entre personas que usan y producen comunicación simbólica con la cual se da el entendimiento mutuo.

Pero ¿qué actores participan en la construcción de opinión pública? en esta búsqueda surge un nuevo concepto llamado citizen media o ciudadano mediático, el cual se articula con cada uno de los actores sociales y políticos, construye una identidad social.

Debido a ello, se considera la opinión pública como un lienzo social que refleja la cultura, los valores y las instituciones y que se propaga a través de los múltiples canales de comunicación social. Las opiniones públicas surgen por varios procesos de formación, cada quien opina basándose en conceptos u opiniones que escuchó de un maestro o alguien "superior" académicamente. También es importante aclarar que la opinión pública y la democracia van siempre de la mano.

La libertad de pensamiento, libertad de expresión y la libertad de organización o de asociación son un ejemplo de las condiciones fundamentales que se necesitan. A su vez, la libertad de expresión, la libertad de escribir o decir lo que se piensa en privado, presupone un ambiente seguro, "Los modernos partidos políticos, cuya matriz se encuentra en los clubs de opinión y de difusión de las opiniones del siglo XVIII, constituyen la primera ilustración concreta de cómo la libertad de expresión se convierte en 'organización de la opinión' [36].

Así mismo, se genera una definición sencilla de la variable identificada anteriormente que termina siendo la conclusión de opiniones generadas por los individuos a partir de la información que se transmite a través de los medios de comunicación y así mismo es posible que se genere la propagación de información falsa difundida en los medios.

Para el cual Foote Y Hart describen cinco fases indispensables en cuanto al proceso de formación de la opinión:

1) *Fase del problema: una situación es considerada como problemática por una persona o grupo, aunque el problema y sus consecuencias no han sido completamente definidos.*

Publicado: Miércoles, 09 Febrero 2022 09:10

Escrito por David Flórez Villamizar, Fabián Morales Gómez, María Pereira Balaguera y Artiza Quiroga Pardo

2) *Fase propuesta: tiene lugar la formulación de una o más líneas de acción como respuesta al problema ya definido.*

3) *Fase política: el centro de atención se encuentra en el debate activo; se discuten las propuestas y alternativas y la viabilidad de aplicación de cada una de las soluciones. En esta fase el debate público y el liderazgo se constituyen en elementos principales.*

4) *Fase programática: es el momento en el que se lleva a cabo la acción aprobada o consensuada en las etapas anteriores.*

5) *Fase de valoración: involucra las evaluaciones periódicas de la eficacia de la política elegida [37].*

En la sociedad de masas la opinión pública sigue teniendo por sujeto al público, pero éste no se parece en nada al público de la ilustración.

Por su parte Carlos Boyle [38] se aporta el concepto de Público. Al que él define como aquella pluralidad de personas inmersas en un ambiente y un tiempo dados, que constituye el soporte de la opinión pública. También agrega que el público mediante la pluralidad desarrolla su acción y se diferencia de otras pluralidades, como masa, muchedumbre o multitud. El público tiene valoraciones positivas. Sólo el público es portador de opinión pública, es por ello que cuando el público deja de ser crítico se disuelve o se transforma en multitud. Una característica del público, por lo tanto, es el desacuerdo, la diferencia en los intereses similares.

Para Rogier Chartier [39] ahora el público está conformado por masas o también llamadas mayorías, que se muestran dóciles, receptivas, manipulables, irracionales y mediatizadas por las élites y los medios de comunicación. Es decir que hay una importancia especial que se le debe dar a la opinión pública, tanto a la opinión razonada como a la opinión bien informada la cual siempre se ha establecido como variante en manos de la minoría dominante y algunos minoritarios reunidos en clubes que cuentan con acceso a los medios de comunicación.

Esta es una clara explicación de la relación que existe entre opinión pública y los canales de difusión de información, dicha relación tiene como característica principal sus funciones de control sociocultural y político ante la variedad de mensajes transmitidos y así mismo la importancia del estricto sentido de las noticias.

1.5.1 Procesos de formación

De Paul Colin [40] se toma su propósito por la comprensión del género humano. Para él la arqueología y la antropología constituyen unas disciplinas humanísticas, una ciencia humana. Puesto que estas se encargan del pasado del hombre, son disciplinas históricas. Pero para él la arqueología se diferencia del estudio de la historia escrita (aunque la usa) en un aspecto fundamental. Según él el material que encuentra el arqueólogo no dice de forma directa qué debemos pensar.

El registro histórico hace declaraciones, ofrece opiniones, emite juicios, aunque estas declaraciones y estos juicios deban ser interpretados.

De la misma manera para Colin la antropología como ciencia debe recurrir a los saberes, conocimientos y herramientas derivadas de otras ciencias, como lo son las ciencias sociales, las ciencias naturales, la arqueología, la lingüística, entre otras.

De igual modo propone que esta área del saber debe aspirar a la creación de conocimiento sobre el ser humano en distintos planos, teniendo en cuenta la manera en que se organiza e interactúa la sociedad contemporánea, la evolución y desarrollo biológico de la especie, la historia y modos de vivir de civilizaciones

Publicado: Miércoles, 09 Febrero 2022 09:10

Escrito por David Flórez Villamizar, Fabián Morales Gómez, María Pereira Balaguera y Artiza Quiroga Pardo

existentes y de las que dejaron de existir, el lenguaje y expresiones culturales desarrollado y utilizado por las diferentes culturas que han caracterizado a la humanidad.

La AAA [41] es una entidad que agrupa a los antropólogos en Estados Unidos, donde la Antropología ha tenido un importante desarrollo. Para ellos la antropología es la ciencia que de manera integral analiza al hombre y bajo una misma mirada comprende los aspectos biológicos, físicos, animales, culturales y sociales del mismo.

Entidad que concibe a la antropología como el estudio del comportamiento humano. Una exploración del ser desde el estudio de la cultura y las relaciones sociales, hasta la biología y evolución humana, los lenguajes, la música, el arte y la arquitectura, y los vestigios de la habitación humana. De la misma manera toma en cuenta preguntas complejas como la manera en que las personas cambian su comportamiento con el transcurso del tiempo, cómo las personas se desplazan por el mundo, por qué y cómo las personas de partes distantes del mundo y culturas radicalmente diferentes son diferentes e iguales o lo mismo al final de cuentas, cómo la especie humana ha evolucionado a lo largo de millones de años y cómo las personas entienden, comprenden y operan con éxito en entornos culturales diferentes.

De Facundo Manes [42] se toma su planteamiento conceptual sobre el funcionamiento de la memoria humana. Para él las memorias o recuerdos que apropiamos no son estables, si no que se moldean o modifican con la adquisición o añadidura de nuevas vivencias o matices relacionados que se experimenten. Según él la memoria es como un documento Word que cada vez que se abre y añade contenido se generan cambios estructurales que el sistema guarda automáticamente.

Nuestros cerebros constantemente nos “traicionan” al transformar nuestra memoria. Al momento de experimentar un estímulo, el recuerdo relacionado con este se vuelve inestable por un periodo de tiempo aproximado a unas cuantas horas, luego se fija por la síntesis de proteínas que estabilizan las conexiones sinápticas entre neuronas. En el futuro, este estímulo recorrerá nuevamente las mismas vías neuronales, lo que permitirá que la memoria se active.

“Cuando uno tiene un recuerdo almacenado en su cerebro y se expone a un estímulo que se relaciona con aquel evento, va a reactivar el recuerdo y a volverlo inestable nuevamente por un período corto de tiempo, para luego otra vez guardarlo y fijarlo en un proceso llamado ‘reconsolidación’ de la memoria” afirma el neurocientífico.

Se entiende por resultado entonces, que la información recibida no es estática total o definitiva, y que está sujeta a transformaciones, cambios, adiciones o deformaciones que pueden alterar el sentido y significación que cada individuo o grupo social le da a la misma.

De acuerdo a Patricia Bonatti es posible proponer, que los diferentes tipos de sesgos que encontramos en los seres humanos influyen en la forma cómo asimilamos las distintas informaciones. Por un lado, se habla de la heurística en el ser humano, como el principal factor que ayuda a resolver las situaciones de difícil decisión. Sin embargo, no es confiable completamente, puesto que está sujeto a algunas trampas del cerebro, como lo son las distorsiones, las percepciones y los sentimientos que rondan a la situación. En este punto se habla de los sesgos, los principales elementos que entran a relucir en momentos de incertidumbre.

Existen varios sesgos que determinan una respuesta en la toma de decisiones, como lo son, el efecto de la situación creada, efectos de pertenencia o interacción entre grupos, sesgos de dominación fáctica, entre otros. En la investigación se hablará del Efecto de Comprobación. Dicho sesgo indica que se da mayor credibilidad a aquella información que está más cercana a la postura del individuo, que la que le contradice. Es decir, el interés por defender una postura o una idea, simplemente limita la importancia que se brindaría a información que se dedicara a contradecirla.

Según Patricia Bonatti “El origen de esta trampa psicológica está basado en dos factores: uno de ellos es nuestra tendencia a decidir inconscientemente lo que queremos hacer antes de saber el por qué; y el otro es

Publicado: Miércoles, 09 Febrero 2022 09:10

Escrito por David Flórez Villamizar, Fabián Morales Gómez, María Pereira Balaguera y Artiza Quiroga Pardo

nuestra inclinación a sentirnos más comprometidos por las cosas que nos gustan que por las que no nos gustan" [43]. En este sentido, es clara la relevancia que adquiere una hipótesis personal y la manera en que se defiende, ignorando las ideas, conceptos o evidencias que den cuenta de lo opuesto.

Como conclusión de este concepto, se puede hacer válida la idea de que se desestiman las pruebas de cualquier postura que difiere de la personal, y solo se aceptan aquellas que la apoyen y le brinden más peso. Con esto, se hace notoria la manera en que, de acuerdo a los medios y la información que transmiten, los sesgos cognitivos impiden de alguna u otra manera, una verdadera interacción con la realidad social. Esto hace que el mismo actor social limite la información que desea saber del exterior.

Como apoyo a esta teoría, se hace importante no dejar de lado a Donald L. Shaw, quien refiere la manera en que el público, siendo consciente, con total atención o sin ella, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios, de manera tal, que tiende a incluir o excluir sus propios conocimientos, a lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido. La agenda mediática se convierte en el elemento clave de la comunicación social, la manipulación social y la media en general. Según afirma McCombs "Su nombre metafórico proviene de la noción de que los mass media son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la de la sociedad" [44] [45].

Albert Bandura [46] tiene en cuenta la manera en que las personas pueden aprender cosas nuevas y desarrollar nuevas conductas bajo la observación de otros individuos. Los estímulos externos no son el único factor determinante en el aprendizaje del individuo; el autor considera que las determinantes internas y sociales también hacen parte importante de dicho proceso. Es decir que el individuo resultante de un proceso de aprendizaje social, propio y de las situaciones determinantes vividas.

Por ello se deduce que los factores externos son igual de determinantes que los factores psicológicos, los acontecimientos sociales y las diversas particularidades personales del individuo en el proceso de aprendizaje. A dicho proceso se le denomina aprendizaje social.

Bandura [47] destaca las formas en que esta confluencia de factores puede darse en el individuo: La experiencia directa; que es la relación que tiene el individuo con las diversas acciones, ello genera en él un efecto negativo o positivo que a la larga crean un modelo comportamental en base a el éxito o fracaso experimentado, descartando las respuestas ineficaces.

La otra forma de aprendizaje del individuo es el aprendizaje por medio de modelos, ello se basa en que la mayor parte del aprendizaje humano se basa en la observación. La observación se basa en las experiencias de otros. A partir de allí se genera un modelo comportamental que los demás individuos apropian para sí mismos. Ello se acentúa principalmente en las representaciones simbólicas.

El autor divide su teoría del aprendizaje social y señala cuatro procesos que se dan dentro del aprendizaje: atención, retención, producción y motivación. Los procesos de atención se basan en la capacidad del individuo a prestar atención al medio donde se desempeña un modelo para seleccionar, para agregar a su conducta, teniendo en cuenta la relevancia en el ambiente. Es decir, que se realiza una mirada de acuerdo a relevancia de la influencia que tiene determinado modelo en su marco social. un ejemplo claro de ello, es cuando las masas se fijan en los modelos de éxito que presentan los medios mediante la publicidad, para luego tratar de copiar y aplicar para lograr el éxito.

El siguiente paso que propone Bandura es el de los procesos de retención, que indica que en el aprendizaje del individuo se ve afectado por la retención de actitudes por medio de imágenes. Dichas imágenes se guardan codificadas en la memoria y el individuo puede acceder a ella cuando la situación lo amerita.

Continuando con Bandura, propone como tercer paso los procesos reproductores, motores que indican que los individuos al estar aprendiendo una conducta nueva suelen acercarse paulatinamente a ella. Dicho proceso se basa en modelos preestablecidos, ajustando su conducta mediante la retroalimentación que le brinda la

Publicado: Miércoles, 09 Febrero 2022 09:10

Escrito por David Flórez Villamizar, Fabián Morales Gómez, María Pereira Balaguera y Artiza Quiroga Pardo

información; logrando así, modelarse a través de un proceso autocorrectivo del sujeto. Por último, nos habla del proceso motivacional que consiste en los beneficios que prevé un individuo al adoptar un modelo, lo cual genera unas expectativas y un imaginario en el sujeto.

Para que un modelo sea más efectivo debe tener unas especificaciones que devenga éxito, como lo son el prestigio y el atractivo, ello añadido a las variantes de sexo y nivel socioeconómico. Walter Mischel [48] añade a lo dicho por Bandura, las variables personales del aprendizaje social. Ello individualiza los patrones conductuales y la interacción de cada individuo con el entorno. Se evalúan las aptitudes del individuo para construir conductas. En este aspecto influyen los conocimientos que cada individuo y su coeficiente intelectual. Básicamente se refiere a las capacidades físico-intelectuales del sujeto, lo cual indica su capacidad de generar una conducta en condiciones normales. Otro concepto destacado por el autor, son los constructos personales y cómo los lleva a su cotidianidad para generar un modelo destacado comportamental individual.

En todo lo anterior también se denota la influencia de las expectativas de los resultados que el individuo tiene respecto a lo que puede lograr. Es decir, correlaciona los actos con su posible desenlace, valorando su eficacia. Cuando la valoración es positiva, el sujeto gana en confianza.

Además de los factores nombrados anteriormente también se debe tener en cuenta los valores subjetivos que influye en la construcción del modelo propio del individuo. La coincidencia de valores y creencias predisponen al individuo a tomar determinado modelo conductual. Sin embargo, las autorregulaciones que el sujeto se impone limitan la acoplación del modelo observado. Cada individuo asimila las conductas de diferente manera, sin embargo, se manejan correlaciones conductuales generales.

1.5.2 Actores políticos

Dentro de los diversos actores sociales hay unos que tienen alta relevancia en el ámbito político, afectando las operaciones de las estructuras dentro del sistema político. Manuel Castells [49] les da la categorización de actor político. Hace referencia a que el poder y la política se solventan en el proceso de construcción de la mente a través de la comunicación.

En nuestra sociedad, los medios de comunicación de masas son concluyentes en la formación de la opinión pública que estipula lo que dicen políticamente, “La política es política mediática, lo cual tiene consecuencias importantes sobre la política misma, ya que conduce a su personalización y a la política del escándalo. Ahora bien, la comunicación de masas está siendo transformada por la difusión de Internet y la Web 2.0, así como por la comunicación inalámbrica” [50].

En este sentido, el poder político influye directamente en los medios de comunicación como un factor relevante de acuerdo a la conveniencia. Estas son las hipótesis sobre la transformación entre periódicos con gran poder y los sujetos de los proyectos del contrapoder que funcionan en la actualidad dentro de una nueva estructura tecnológica:

? *El papel predominante de la política mediática y su interacción con la crisis de la legitimidad política en la mayoría de los países del mundo;*

? *El papel clave de los medios de comunicación segmentados, personalizados en la producción de la cultura;*

? *El surgimiento de una nueva forma de comunicación relativa a la cultura y la tecnología de la sociedad en red, y basada en las redes de comunicación horizontales: lo que yo llamo auto comunicación de masa;*

? *Los usos tanto de los medios de comunicación de masas unidireccionales como la auto comunicación de*

Publicado: Miércoles, 09 Febrero 2022 09:10

Escrito por David Flórez Villamizar, Fabián Morales Gómez, María Pereira Balaguera y Artiza Quiroga Pardo

masa en la relación entre el poder y el contrapoder, en la política formal, en la política insurgente y en las nuevas manifestaciones de los movimientos sociales [51].

María Laura Taginamos [52] muestra la importancia que tiene la comunicación en un actor político. En este punto, los medios juegan un papel determinante dándole voz a determinados sectores políticos dentro de su agenda mediática, lo que nos dice que, en un tiempo atrás se tenía que decir a los politólogos que era necesario entender la economía para poder concebir con la realidad política. En la actualidad se hace el aviso respecto al sistema de medios de comunicación, la transformación mediática es indispensable para poder analizar temas relevantes de la democracia, partidos políticos, nuevos movimientos sociales.

Los estudios políticos coetáneos no pueden ignorar el rol protagónico de los medios de comunicación social en la escena pública. Cada una de las miradas tiene a la vez un correlato en la dimensión y tipo de efectos que le hace responsable a la comunicación de masas, en las competencias cognitivas que se decreta a las audiencias, en los atributos de la opinión pública y en el rol que ésta desempeña en una democracia.

A partir de la concepción brindada por este autor, se tiene en cuenta a Maxwell McCombs, quien remite a una mirada en la que la elaboración de la agenda está en la base de la sociología política, por ejemplo, en las etapas electorales se hace notoria la manera en que se desarrolla una agenda mediática que gira en torno a ellas.

La información falsa que circula a través de los medios clásicos y alternativos posibilitan el debate directo con actores sociopolíticos, por ello, se establece cuáles incrementan el flujo de esta información y cuáles mecanismos de desinformación perpetúan en los medios, los mismos a los que hace referencia Jhon Thompson [53], quien realiza un análisis acerca de la organización social del poder simbólico debido a la llegada de las sociedades modernas a finales de la edad media, lo cual generó una transformación cultural sistemática potencializando una serie de técnicas que están asociadas a la codificación electrónica de los elementos informativos que se produjeron y desarrollaron un sentido comunicativo masificado.

Como resultado de dicho análisis se determina el surgimiento de las industrias mediáticas como una nueva base para el poder simbólico y así mismo lograr la consolidación de la imprenta, quien actuó como una institución cultural y económica en compañía de las editoriales y que además daban un espacio para las tertulias, intercambio de teorías y espacios de reflexión. Debido a la inclusión de estos espacios se generaron actividades para la práctica de la lectura, lectura que se realizaba en voz alta y actividad por la cual se logra el aumento de la audiencia de los materiales impresos.

1.5.3 Pseudoentorno, nueva concepción de la sociedad

En este proceso relevante para nuestro estudio, Walter Lippmann [54] nos aporta sobre la formación de un modelo de opinión pública (elemento del que podremos hacer una introducción de lo que referimos como pseudoentorno) dependiendo de los medios de comunicación, es decir, los medios de información son, por tanto, una fuente primaria, aunque no única, de las imágenes y de las ficciones que tenemos en nuestras mentes y con las que se llega a formar opinión pública. Como tal, los medios en la transmisión de información tienden a reducir la realidad a estereotipos. Es importante hacer la siguiente aclaración con respecto a la teoría planteada por el autor:

El mundo que debemos afrontar políticamente queda fuera de nuestro alcance, visión y comprensión. Por tanto, nos vemos en la necesidad de investigarlo, narrarlo e imaginarlo. (...) Estamos aprendiendo a ver mentalmente porciones muy vastas del mundo que nunca podremos llegar a observar, tocar, oler, escuchar ni recordar. De forma gradual estamos construyendo imágenes mentales fiables del mundo que queda fuera de nuestro alcance. En general denominamos asuntos públicos a los aspectos del mundo exterior que están relacionados con comportamientos desarrollados por terceros y que en alguna medida interfieren con el nuestro, dependen de nosotros o nos interesan. Las imágenes mentales creadas por ellos, las imágenes de ellos mismos, de otros individuos, de sus necesidades, propósitos y relaciones constituyen sus opiniones públicas. Las imágenes que provocan reacciones por parte de grupos de personas, o de individuos que actúan en nombre de grupos,

Publicado: Miércoles, 09 Febrero 2022 09:10

Escrito por David Flórez Villamizar, Fabián Morales Gómez, María Pereira Balaguera y Artiza Quiroga Pardo

constituyen la Opinión pública con mayúsculas [55].

De esta manera el autor se refiere a la opinión pública como un seudoentorno conformado por los medios informativos, es decir, que en medio del entorno cotidiano y los individuos se encuentra el seudoentorno que es el encargado de estimular sus conocimientos. Dicho seudoentorno termina siendo quien reemplaza al llamado mundo de la vida que representa el ambiente familiar habitual de los individuos.

Para comprender el rol que desempeñan los individuos en determinado contexto se incluyó a Herbert Blumer [56], quien aporta el concepto de actor social. El autor lo define como un ser inmerso en un proceso permanente de análisis e interacción consigo mismo y con otros. El yo no es innato, sino que es creado socialmente. No es alguien pasivo (receptor de estímulos externos), sino que es un activo participante en la creación y construcción de la realidad social. Blumer resalta que “la interacción social existe como realidad antes del nacimiento de un individuo, y éste debe introducirse en ella. Si la persona quiere actuar conscientemente, pensar sobre sus acciones pasadas, visualizar acciones futuras, tanto propia como de los demás, debe estar consciente acerca de su contexto inmediato donde ella se encuentra. Debe estar consciente acerca de sí misma como un ser entre otros en ese medio ambiente” [56-a], en este sentido, la construcción de realidad objetiva y social se crea a partir de las subjetividades que presentan los individuos.

Los medios de comunicación tienen que ser criticados junto a su función social afirma José Antonio Zamora [57], se tiene que estudiar su rol desde el principio para dar a conocer que tienen como principal meta influir manipulación, creando una mentalidad sumisa, mostrando que es definitiva y transformable, así mismo siguiendo la adaptación del entretenimiento con la cultura. Hay que ver los criterios que entran cuando se escoge el material que informa acompañado de las estrategias de desinformación, a partir de la omisión y censurando las fuentes. Cruzando por el modo de descontextualización seguido de la dramatización de la realidad.

1.5.4 Citizen media

Para hablar de este ciudadano mediático, utilizamos las bases de Ronald Beiner en su libro *Theorizing Citizenship*, donde hace una antología de ensayos sobre la ciudadanía por teóricos tan conocidos como Habermas, Walzer, Flathman, Iris Marion Young, MacIntyre, Ignatieff y George Armstrong Kelly. Allí se distingue entre iniciados y foráneos de una manera normativamente defendible.

Cómo asegurar a todos los individuos dentro de una sociedad política, un sentido de plena pertenencia a la vida social y política de esa sociedad; y cómo mantener la lealtad a la comunidad política duradera frente a las crecientes presiones, nacionales e internacionales. Allí, surge una necesidad de repensar la cuestión de la ciudadanía ha sido dada con especial urgencia por desafíos teóricos incisivos al liberalismo dentro de la academia, así como por los desafíos prácticos asociados con los continuos brotes del nacionalismo moderno y las luchas étnicas, implicando desafíos, tanto localistas como globalistas.

Por su parte, Lorena Frankenberg le integra este ciudadano mediático en una llamada era de la información, información que es objeto de estudio en nuestra investigación y que Frankenberg pretende redirigir, como una ciudadanía hacia una cultura donde se armonice la identidad. En este contexto, no se puede pasar por alto dos cosas: los medios de comunicación y la construcción de la identidad ciudadana. Entonces, la ciudadanía mediática da lugar a la unión de medios que emplea cada individuo y que conlleva a la creación de sentimientos y emociones capaces de proyectarse en el ámbito público.

El debate candente e inagotable que pretende dar definición al concepto de ciudadanía (manifiesto principalmente en los tres modelos tradicionales; el republicano, el liberal y el comunitarista) vuelve evidente la transformación y diversidad de la noción subsumida a la exigencia de un mundo globalizado. En este contexto, se oportuna, además, la necesidad de hablar de dos nociones conjuntas; la identidad y la ciudadanía. La coincidencia entre diversos autores se hace latente en la afirmación de Giddens con respecto a la identidad ciudadana. “La identidad debe ser creada y recreada más activamente que antes. Es indispensable renovar la identidad en una cultura destradicionalizada” (2004, p. 62). Por ello la urgencia de agregarle al término ciudadanía aspectos como

Publicado: Miércoles, 09 Febrero 2022 09:10

Escrito por David Flórez Villamizar, Fabián Morales Gómez, María Pereira Balaguera y Artiza Quiroga Pardo

los sentimientos, las costumbres, la cultura y todos los rasgos que conforman la identidad. También en este debate existe la fuerte aseveración de que el ciudadano se ha convertido en un mero consumidor. Así, su identidad ciudadana la va reconstruyendo en un ejercicio de consumo [58].

Si esta identidad se renueva cada día, la nueva agenda mediática se convierte en un pilar fundamental en esa construcción de identidad. Medios tradicionales y alternativos, son los principales gestores de conocimiento veraz, pero con algunos casos falsos. Los medios de comunicación ejercen una influencia relevante en las costumbres de cada actor social. Las nuevas tecnologías, permiten que no solo el periodismo establezca estas prácticas.

Cualquier ciudadano actualmente tiene la facilidad no solo de consumir, sino también de producir información “desde la propuesta de Habermas (1974), los ciudadanos se convierten en un aparato público cuando encuentran los medios que les garanticen la libertad de expresar y publicar sus opiniones sobre temas de interés general. Cuando este aparato crece, la comunicación requiere formas específicas de transmitir información e influenciar a aquellos que las reciben [59], sin embargo, existen poblaciones ubicadas de acuerdo a las edades o a su realidad social (estratificando la vida) que reciben la información de una determinada forma, que implica tener sesgos de acuerdo al medio por el que se recibe y sus intereses.

1.6 Contextualización de las réplicas informativas

De vuelta a nuestro interés en la información falsa y su flujo en medios tradicionales y alternativos, Vicent Gozalvez aporta una mirada educativa en esta ciudadanía mediática, que exige la necesidad de contar con ciudadanos cada vez más competentes y activos. Si bien, vivimos en una sociedad hiper-comunicada y globalizada. Sociedades en las que una ciudadanía emergente busca ser protagonista de su destino, no sólo en lo jurídico, político, social o económico, sino también en lo mediático: una ciudadanía crítica.

Desde este primer principio se deduce que la educación con los medios o tecnologías audiovisuales no debe ser tomada como un mero aditamento complementario y en cierto modo prescindible o superfluo en el proceso educativo. Dada la configuración de nuestras sociedades de la información y el conocimiento plantear la educación y la socialización al margen de tales tecnologías es casi temerario, atendiendo a los fines incuestionables de la misma educación. La denominación sociedad de la información y el conocimiento es más que una descripción acabada y triunfalista, un proyecto/el sueño ilustrado/ a nuestro alcance, un sueño en que la educación tiene mucho que hacer y decir. Educación en el buen uso y no solo en el buen manejo técnico [60].

Esta nueva concepción de la sociedad produce nuevos desafíos educativos, que quizás en ausencia de ellos, la sociedad es cada vez más manipulable; tal cual la séptima estrategia de manipulación mediática usada por Timsit: Mantener al público en la ignorancia y la mediocridad.

En estos conceptos relacionados tomamos como ejemplo el caso venezolano, donde se emerge según Alexander Mosquera: El discurso de la manipulación mediática en torno al adoctrinamiento por parte del Estado venezolano. Allí muestra cómo Hugo Rafael Chávez Frías hizo uso de su poder para perpetuarse en él. Los medios de difusión son los encargados de reproducir y legitimar la ideología chavista, que incluso, intenta configurar la sociedad educativa, incluyendo clases en la educación primaria como instrucción premilitar o cátedra bolivariana en el sistema educativo, preparando a las nuevas generaciones para que no se les contradiga, intención clara de una total hegemonía.

De igual forma, se observa un caso parecido en un estudio realizado en México, Javier Juárez Rodríguez que en su tesis doctoral denota estrategias y campañas de desinformación gubernamental y manipulación informativa en relación con los feminicidios y secuestros de mujeres y niñas en Ciudad Juárez entre 1993 y 2013, establece una relación con la desinformación y los mecanismos de poder que se viene tratando en la investigación, intereses económicos, aun en los reporteros y medio juarenses.

La labor de algunos periodistas y las denuncias de algunas activistas feministas han sido puestas siempre en entredicho tanto por las autoridades como por algunos reporteros y medios juarenses que, como analizaremos,

Publicado: Miércoles, 09 Febrero 2022 09:10

Escrito por David Flórez Villamizar, Fabián Morales Gómez, María Pereira Balaguera y Artiza Quiroga Pardo

han optado por priorizar sus análisis y críticas en la supuesta mala praxis de algunos medios y reporteros para la búsqueda de una supuesta estigmatización de la ciudad a costa de la manipulación informativa con un afán de lucro, en lugar de enfocar sus discursos y artículos en la denuncia informativa de un sistema que permite, avala y protege la impunidad y la actuación de redes feminicidas que sólo en los últimos cinco años han secuestrado a más de un centenar de adolescentes [61].

Contextualizando a Colombia, en la revisión literaria, encontramos que Mary Correa Jaramillo de la Dirección de investigadores de la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB), analizó cómo la desinformación y propaganda atribuyen el poder simbólico de los actores en el conflicto armado colombiano. Lo que evidencia cómo periodistas y medios utilizan mecanismos de desinformación en los hechos relacionados con el conflicto armado colombiano.

Los comunicadores incurren en el error de no contextualizar ante las audiencias sus informaciones, con el riesgo de que, noticias que ocultan determinados hechos o no, tienen una carga de propaganda que publiquen en las agendas de los medios “en el cubrimiento de hechos relacionados con el conflicto armado interno que vive Colombia se observa que los periodistas con frecuencia descontextualizan las situaciones noticiosas, bien porque no investigan analizando causas y consecuencias, o porque se sienten amenazados por los actores armados y prefieren dar los menos datos posibles que favorezcan que la información tenga antecedentes para la claridad del lector, oyente o televidente” [62], en consecuencia, la primicia es una de las principales características que definen los medios y la manera en que un periodista considera “completa” la información.

Victor Torres y Anthony Bebbington [63] hablan de cómo los municipios son un agente de cambio social. Dichos puntos geográficos se identifican por la heterogeneidad y por la disparidad de sus distribuciones territoriales, demográficas y económicas. Generalmente esos territorios son anacrónicos y dependientes del poder central del estado.

En Latinoamérica hay cerca de 16.000 entes territoriales municipales, de los cuales solo 300 presentaban proyectos en innovación, hasta el año 2001 (año en que Torres y Bebbington publicaron su estudio); falta actualizar la información para ver cuántos municipios han sumado programas de innovación hasta el 2017 o años cercanos. En dichos municipios el capital social es determinante en los procesos de cambio, pues son más dependientes de las organizaciones no gubernamentales (ONGs) que del gobierno.

Dentro de los tipos de ONGs que participan en la construcción social de las localidades se destacan la iglesia y las universidades que ayudan prestando servicios públicos no estatales. La participación ciudadana es importante en el desarrollo de las localidades, fortaleciendo el poder local en la toma de decisiones del municipio. Ello permite que el cambio social surja de las bases étnico-sociales del territorio y no de un ordenamiento jurisprudencial general del territorio nacional.

Estos autores vuelven a tratar el concepto del lenguaje común que ya habían tratado Shannon y Weaver [64] como código común. Se hace referencia a la forma entendible en que un mensaje se transmite permitiendo la comprensión entre los individuos, siguiendo con Torres y Bebbington que relacionan el capital social con el crecimiento económico de un territorio local y que fortalece la participación ciudadana en el ejercicio democrático.

En la distribución territorial nacional por municipios genera disparidades en la distribución de las riquezas del país. Ello genera que las zonas deprimidas, las comunidades pobres, sean más propensas a la una situación de vulnerabilidad, pues en esas comunidades los recursos públicos son manejados como si fuesen privados, siendo usados para el beneficio de unos. Todo ello manejado a modo de cacicazgos hereditarios.

En el estudio de Torres y Bebbington [65] analizan la solución a la problemática. Según su estudio en Ecuador el cambio social comenzó a darse cuando empezaron a haber alcaldes que surgieron de las comunidades de base que conformaban el grueso de la sociedad de los municipios. Dicha solución podría ser aplicable al contexto colombiano debido a la similitud de sus comunidades y su cercanía geográfica.

1.7 Metodología investigativa

Este apartado incluye los elementos bajo los cuales se rige la investigación y que establece las pautas que han regido toda la recopilación de información.

1.7.1 Pregunta problematizadora

¿De qué manera la información falsa difundida a través de los diversos medios y la desinformación que ellos mismos generan, afectan a la sociedad?

1.7.2 Objeto de estudio

Determinar el alcance de la información falsa y la desinformación para generar manipulación social ya sea con fines políticos o económicos.

1.7.3 Objetivo general

Identificar los factores que hacen que la información falsa y la desinformación, generen una problemática social.

1.7.4 Objetivos específicos

- ? Analizar el uso de la información falsa como elemento generador de opinión pública.
- ? Contrastar la influencia de la información falsa recibida a través de los medios tradicionales y de los medios alternativos.
- ? Determinar los efectos que genera sobre la ciudadanía la información falsa transmitida por los grupos de poder a través de los medios.
- ? Contextualizar la trascendencia del fenómeno de la información falsa y la influencia de los grupos de poder en el desarrollo social de Bucaramanga.

1.7.5 Hipótesis iniciales

- ? Los grupos de poder implantan creencias en el conjunto social determinando así, su forma de pensar.
- ? Mediante la sobreexposición informativa se abre paso a una alienación social.
- ? La sobreinformación en la agenda mediática evita la profundización en otros temas de interés social.
- ? Los citizen media logran modificar la agenda de los nuevos medios de comunicación.

La opinión pública generada por actores sociales y políticos reconstruye la propia realidad social.

1.7.6 Diseño metodológico

Publicado: Miércoles, 09 Febrero 2022 09:10

Escrito por David Flórez Villamizar, Fabián Morales Gómez, María Pereira Balaguera y Artiza Quiroga Pardo

La investigación científica es un proceso que encierra varias vertientes o formas de análisis o de abordaje del problema investigativo. Según Mario Tamayo “La investigación científica, como base fundamental de las ciencias, parte de la realidad, investiga la realidad, la analiza, formula hipótesis y fundamenta nuevas teorías o con muy poco conocimiento de ella. El conocimiento de la realidad es la mayor garantía para cualquier proceso investigativo” [66]. De acuerdo con este autor es posible entender el sentido en el que se debe pretender la investigación, como una aproximación a la realidad, aquella que indudablemente es el clímax de cualquier investigador.

Para iniciar con este apartado que sustenta los márgenes bajo los cuales se ha desarrollado el proyecto, se define el uso de un diseño de carácter mixto.

Se define de esta forma como un conjunto de procesos controlados bajo los cuales se desarrolla la recolección de datos ya sea obtenidos a través de un diseño cualitativo o cuantitativo, que posteriormente serán la base de la información planteada en este documento. En este orden de ideas, es posible asumir que el diseño de investigación mixto, es la integración de los procesos cuantitativos y cualitativos y el posterior análisis de la información recibida a través de los mismos.

Según afirma Cavat (2015) “Todos los que inician una investigación tienen una forma de abordar la realidad, el ejercicio obligado es reconocer su cosmovisión, así podrá seleccionar el enfoque apropiado, luego el paradigma correspondiente y seguir los pasos que el método le propone para la construcción de conocimiento” [67], por ende, es responsabilidad neta del investigador definir la manera en que asume el problema de investigación y de igual forma, la manera en que desee trabajarlo. En caso de no definir adecuadamente las herramientas o el diseño a usar, podría limitarse la labor investigativa y así, limitar también los resultados que de allí surgieren.

En consecuencia, se ha decidido hacer uso de este enfoque siendo que, permite una mejor recolección de datos, ya que no sólo las percepciones personales se hacen presentes a lo largo del proyecto, tras cada una de las herramientas de las que más adelante se hará mención, sino, además de una sustentación numérica en la que lo que buscamos encontrar, es la percepción social, un conjunto de opiniones que nos puedan concluir asuntos que indudablemente determinan la conducta de la misma sociedad.

Por otro lado, es factible brindar una mirada holística al problema de investigación, brindando facilidad a la hora de exponer resultados y realizar razonamientos con mayor fundamentación, siendo que, los datos han permitido tener una idea más global sobre el problema de estudio, lo que permite tener mayor claridad en el mismo.

En este sentido, es comprensible la idea de que un enfoque se convierte inmediatamente en el complemento del otro, logrando en este sentido, desarrollar una idea o una percepción desde cualquiera de los dos enfoques y desplegar cualquier interrogante o teoría que surgiera.

David Flórez Villamizar, Fabián Morales Gómez, María Pereira Balaguera y Artiza Quiroga Pardo, en unab.edu.co/

Notas:

²⁸ RUBIO, José. Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda settings. En: Universidad de la granada, Granada - España (enero. 2009). pp. 10-20.

²⁹ RUBIO.Op.cit. pp. 10-20.

³⁰ PALUMBO, Laura. Cómo convertirte en agente de cambio social: Guía para activistas jóvenes. Centro Nacional de Recursos contra la Violencia Sexual.2014. pp. 1- 5.

Manipulación social como consecuencia de la difusión de noticias falsas II

Publicado: Miércoles, 09 Febrero 2022 09:10

Escrito por David Flórez Villamizar, Fabián Morales Gómez, María Pereira Balaguera y Artiza Quiroga Pardo

- [31](#) PALUMBO. Op. cit. p. 3.
- [32](#) TOURAINÉ, Alain, Los movimientos sociales. Revista Colombiana de Sociología. Bogotá D.C. 2006. pp. 255-278.
- [33](#) OFFE, Claus. "Partidos Políticos y nuevos movimientos sociales". Editorial Sistema: Madrid, España. 1996. 163-239.
- [34](#) DURKHEIM, Emile. Las reglas del método sociológico. Madrid: Ediciones Akal, 1997.
- [35](#) Ibid. p.97.
- [36](#) McCombs, M. (y D. Shaw) "The agenda setting function of mass media", en Public Opinion Quarterly, 1972.
- [37](#) FOOTE, N y HART, C. "Public opinion and collective behavior", en M. Sherif y M. Wilson (comps.), Group relations at the crossroads. Nueva York: Harper and Bross, 1953. p,6.
- [38](#) BOYLE, Carlos. De Revolutionibus Orbium Argentum. Venado Tuerto: Santa Fe, 2008 p. 31.
- [39](#) CHARTIER, Rogier. Espacio público, crítica y desacralización en el siglo XVIII. Los orígenes culturales de la revolución, Francesa. Barcelona: Gedisa, 2003.
- [40](#) COLIN, Paul «Introducción: La Naturaleza y los Propósitos de la Arqueología». En Fábregas Valcarce, Ramón. Archeology. Theories, Methods and Practice (María Jesús Mosquera Rial, trad.) [Arqueología. Teorías, Métodos y Prácticas]. p. 9(1998).
- [41](#) La Antropología cultural corresponde en el esquema de la AAA a lo que en los países británicos se llama Antropología social y, dentro de la tradición francófona, Etnología. Sobre la definición de la AAA para la Antropología y sus campos, cfr. AAA, 2010.
- [42](#) MANES, Facundo Francisco; NIRO, Mateo. Usar el cerebro. Planeta Argentina, 2014.
- [43](#) BONATTI, Patricia. Sesgos cognitivos. U.B.A facultad de ciencias económicas. Buenos Aires. 2008. pp. 1-5.
- [44](#) MCCOMBS, Maxwell. "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo"
- [45](#) "Los efectos de los Medios de Comunicación (Investigaciones y Teoría)". Barcelona. Editorial Paidós, pp. 17
- [46](#) BANDURA, Albert. Pensamiento y acción: fundamentos sociales. Editorial Martínez Roca: Barcelona, España. 1987. p 68.

Manipulación social como consecuencia de la difusión de noticias falsas II

Publicado: Miércoles, 09 Febrero 2022 09:10

Escrito por David Flórez Villamizar, Fabián Morales Gómez, María Pereira Balaguera y Artiza Quiroga Pardo

- [47](#) BANDURA. Op. cit. pp. 70-80.
- [48](#) MISCHEL, Walter. Teorías de la personalidad. Editorial McGraw Hill: Nueva York, Estados Unidos. 1988. pp. 13-33.
- [49](#) CASTELLS, Manuel. Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política. Cataluña. 2008 p. 2.
- [50](#) CASTELLS.Op.cit. p. 2.
- [51](#) CASTELLS.Op.cit. p. 2.
- [52](#) TAGINANOS, María. Opinión pública y comunicación política. En: Universidad Nacional de San Martín, Buenos Aires-Argentina (mayo- junio-julio-agosto. 2016). pp. 8- 12.
- [53](#) THOMPSON, John. Los media y la modernidad. Barcelona: Ediciones Padios Iberica, 1998.
- [54](#) LIPPMAN, Walter. La opinión pública. Madrid: Landre, 2003. p,15.
- [55](#) LIPPMAN. Op. cit. p,4.
- [56](#) BLUMER, Herbert. El interaccionismo simbólico: Perspectiva y método. Missouri: Siglo XX, 1982
- [56](#)-a Ibid. p.94.
- [57](#) ZAMORA, José. Medios de comunicación, Información, espectáculo, manipulación. En: Editorial Verbo Divino. (2003). pp. 8-11.
- [58](#) FRANKENBERG, Lorena. Hacia una ciudadanía mediática en la era de la información. Monterrey: Campus Monterrey. 2007.
- [59](#) FRANKENBERG. Op.cit.p10.
- [60](#) GONZALVEZ, Vicent. Ciudadanía mediática: una mirada educativa. Madrid: Editorial Dykinson. 2013.
- [61](#) JUÁREZ, Javier. Estrategias y campañas de desinformación gubernamental y manipulación informativa en relación a los feminicidios y secuestros de mujeres y niñas en Ciudad Juárez entre 1993. Madrid: Universidad Cloputense de Madrid. 2015 p.24.
- [62](#) CORREA, Mary. Mecanismos de desinformación que perpetúan los medios de comunicación en el cubrimiento del conflicto armado colombiano. Bucaramanga: Universidad Autónoma de Bucaramanga. 2007.

Manipulación social como consecuencia de la difusión de noticias falsas II

Publicado: Miércoles, 09 Febrero 2022 09:10

Escrito por David Flórez Villamizar, Fabián Morales Gómez, María Pereira Balaguera y Artiza Quiroga Pardo

pp.1-10.

[63](#) TORRES, Victor y BEBBINGTON, Anthony. ¿Los Municipios son agentes del cambio social? Reflexiones en torno al capital social y el desarrollo local en Ecuador. COMUNIDEC: Quito, Ecuador. 2001. pp. 141-172.

[64](#) SHANNON y WEAVER. Op. cit. pp. 45-60

[65](#) TORRES y BEBBINGTON. Op. cit. pp. 141-172.

[66](#) Tamayo, Mario (2007). El proceso de la investigación científica. 4ta. Edición, México. Ed. Limusa

[67](#) Mousalli-Kayat, G. (2015). Métodos y Diseños de Investigación Cuantitativa. Mérida.