

INFLUENCIA DEL PERIODISMO INFORMATIVO Y DE OPINIÓN EN EL VOTO DE LOS  
ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO EN EL PLEBISCITO DEL  
2 DE OCTUBRE DE 2016

MARÍA ISABEL SERNA ESCOBAR

TRABAJO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE COMUNICADOR SOCIAL – PERIODISTA

ÓSCAR MARIO PARDO CARVAJAL

ASESOR TRABAJO DE GRADO

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

GIRARDOT

2017

## **Agradecimientos**

Mi agradecimiento es y será siempre para mis padres, en especial mi madre, apoyo fundamental en mi carrera y en mi vida. Gracias a ella, quien estimuló en mí el amor por el conocimiento y sobre todo, por estar de manera incondicional en todos los momentos de mi vida. También quiero agradecer a mi asesor de tesis Óscar Mario Pardo Carvajal, por su guía no sólo durante la elaboración de este trabajo, sino también, durante los años en los que tuve el privilegio de ser su alumna. A él gracias siempre por todos sus conocimientos y sus sapientes consejos.

Por último, aunque no menos importante, agradezco a mi compañero de viaje, quien con su amor y respeto, ha ayudado a que el camino sea más fácil. Para él, mi más sincero amor, lealtad y eterno agradecimiento.

## Contenido

1. Introducción.....	5
2. Planteamiento del problema .....	6
2.1 La noticia y la opinión: Una elección entre relatar los hechos y la explicación de lo que sucede .....	7
3. Justificación.....	11
4. Objetivos .....	14
4.1 Objetivo general .....	14
4.2 Objetivos específicos.....	14
5. Marcos de referencia .....	15
5.1 Marco teórico .....	15
5.2 Breve historia del desarrollo del espacio público y la vida pública a través de la publicidad representativa y la publicidad burguesa en Jürgen Habermas.....	15
5.3 El mundo de la vida como escenario de confluencia de la opinión pública y la democracia deliberativa .....	18
5.4. Democracia deliberativa y mundo de la vida .....	22
5.5 ‘La espiral del silencio’ en la formación de opinión pública como producto de la ausencia de la democracia deliberativa.....	24
5.6 Periodismo de opinión.....	27
5.7 Construcción de opinión pública a través del periodismo de opinión.....	29
5.8 Periodismo informativo.....	36
5.9 Posverdad, el remplazo de todo aquello que compone al periodismo.....	37
5.9.1 Sobre democracia y periodismo .....	40
6. Diseño metodológico.....	45
6.1 Tipo de estudio .....	45
6.2 Población y muestra .....	45
6.3 La encuesta.....	45
6.4 La entrevista semiestructurada .....	47
7. Resultados .....	47

7.1 Resultados de la encuesta a los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo.....	47
7.2 Preguntas de la encuesta.....	48
Gráfica 4.....	49
Gráfica 5.....	50
Gráfica 6.....	50
Gráfica 7.....	51
Gráfica 8.....	51
Gráfica 9.....	52
Gráfica 10.....	52
Gráfica 11.....	53
Gráfica 12.....	53
7.4 Estudiantes entrevistados .....	54
Tabla 1.....	54
7.5 Análisis de las entrevistas a los estudiantes .....	54
7.5.1 ¿De los dos géneros, informativo y de opinión, con cuál de los dos se siente más y mejor informado? .....	55
7.5.2 ¿Qué opina acerca de ‘La Pulla’ y ‘Hola soy Danny’? .....	56
7.5.3 Acerca de la opinión de Ómar Rincón respecto los nuevos formatos periodísticos.....	57
7.5.4 Declaración de María Paulina Baena, emocionalidad y periodismo .....	59
7.5.5 “Las opiniones son libres, los hechos son sagrados” ¿cree que este adagio cobró validez a la inversa? ¿El periodismo informativo está en desuso? .....	60
7.5.6 ¿Debe existir algún orden en el proceso de información en las personas?.....	61
7.5.7 ¿Cree que la predilección de las personas por el género opinativo puede entorpecer la formación de opinión pública? .....	62
7.5.8 Posverdad y opinión pública .....	64
8. Conclusiones .....	65
9. Referencias bibliográficas .....	68
Anexos.....	73

## 1. Introducción

El periodismo puede llegar a ser visto comúnmente como aquel oficio que sirve de puente entre los ciudadanos y el poder, a tal punto de ser catalogado, por algunos, como un trabajo social. Sin embargo, muy pocas veces se le da la importancia a los contenidos periodísticos que se producen desde distintos macrogéneros, y que en resumidas cuentas, cumplen una función específica. Tal es el caso del periodismo informativo y de opinión, dos macrogéneros que cumplen funciones sociales diferentes; pero que guardan una estrecha y particular relación en la forma de informarse de las personas. Es de esta relación, de la que nacen los siguientes interrogantes: ¿Con qué género se informan las personas, informativo o de opinión. Saben las personas cuál es la diferencia entre una noticia y una columna de opinión.

Las anteriores preguntas tienen sustento en una preocupación que nace de la investigadora del presente trabajo, y que se sitúan exactamente en un momento histórico que vivió Colombia desde 2012 y se materializó el 2 de octubre de 2016 con el plebiscito impulsado por el gobierno de Juan Manuel Santos Calderón, en el que se le preguntó a los colombianos si apoyaban o no lo pactado en La Habana por el equipo negociador oficial liderado por Humberto de la Calle. Dicho mecanismo de participación ciudadana, que finalmente tuvo como resultado el ‘no’ de la mayoría, significó algo más que la gente estuviera indecisa o inconforme con los acuerdos presentados. Es por eso, que a la luz del oficio periodístico y de la reflexión acerca del mismo, es válido y necesario analizar la dinámica informativa en torno de los dos macrogéneros mencionados, y descubrir qué relación tiene con la formación de opinión pública dentro de una democracia. Vale la pena aclarar que esta investigación no tiene pretensión alguna en crear teoría, sino en analizar la dinámica informativa que obró en una porción de los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo en la Corporación Universitaria Minuto de Dios, (Uniminuto) del centro regional Girardot,

respecto del plebiscito, y ahondar en conceptos de periodismo de opinión e informativo, democracia y opinión pública.

## **2. Planteamiento del problema**

El propósito de esta investigación es conocer cuál de los dos macrogéneros periodísticos –informativo o de opinión- estimuló el voto en los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo, en el plebiscito del 2 de octubre de 2016. Lo anterior teniendo como inquietud cómo se forma la opinión pública a partir de los dos macrogéneros mencionados anteriormente y la relación que tienen estos con la contribución de una ciudadanía crítica y activa para el fortalecimiento de la democracia. Vale la pena aclarar, que esta investigación en ningún momento pretende satanizar ningún género periodístico. Lo que busca, es aclarar cuáles son las características y funciones de ambos, advertir sobre el doble filo de los líderes de opinión y además, establecer la relación que guardan con conceptos como opinión pública, periodismo, líderes de opinión y democracia.

Los conceptos de información y opinión son usados a diario, y aunque los dos son mencionados de manera cotidiana por los medios masivos de comunicación, su significado real carece de valor en el imaginario colectivo, sobre todo a la hora de diferenciar cuáles son las funciones que cumplen cada uno. Al respecto, conviene decir que si bien es cierto, desde la academia de periodismo se hace la distinción entre estos dos macrogéneros, en la vida cotidiana muchas veces pasa todo lo contrario. Lectores que van desde un albañil hasta un presidente, muchas veces se pierden en la delgada línea que existe entre informar y opinar.

Existe un viejo adagio periodístico que reza: “Las opiniones son libres, los hechos son sagrados”. Esta frase pasaría a la posteridad por resumir en pocas palabras la diferencia que existe entre la opinión e información. Atreviéndome a analizar la frase, por un lado al decir que las opiniones son libres, significa que independientemente del tema que sea, cualquier persona puede decir lo que le parezca al respecto, aún y cuando su opinión o parecer, no sea siempre el más argumentativo y sopesado con la razón. Jairo Valderrama(2005), en Manual de Géneros Periodísticos, dice al respecto:

Es la facultad de todo sujeto social para transmitir con libertad su pensamiento. Eso es opinar, juzgar sobre la apariencia, según dictaminaba Platón. Es acceder al mundo del devenir, de lo que puede ocurrir o no ocurrir. No es una duda ni un saber: es un modo particular de aserción (p. 183).

Siguiendo con lo anterior, es claro hasta aquí que opinar es como dice Valderrama (2005), un modo particular de aserción, al cual tiene derecho toda persona. En este caso, son los líderes de opinión quienes encajan en este contexto como “opinadores”, -entiéndase por líderes de opinión, personas dotadas de cierta notoriedad, que no solamente son periodistas, sino también politólogos, abogados, sociólogos, psicólogos entre muchas otras profesiones-. Es así como el periodismo de opinión, se puede definir a grandes rasgos según Rodrigo Santillán (2006) como: “Se expresan juicios de valor sobre algo y acerca de alguien, lo que implica que siempre se estará a favor o en contra y que, por tanto, no admite la tan buscada imparcialidad u objetividad” (p. 73).

Teniendo claro qué es el periodismo de opinión y qué hace, es importante hablar de la segunda parte de la frase, lo cual se supone es sagrado, los hechos, es decir, la noticia o el periodismo informativo. En cuanto su definición, se encuentran diversos autores que coinciden en su visión de lo que es noticia. Según Pastora Moreno (2000) noticia es “todo aquello que ocurrió o que va a ocurrir y que, a juicio del periodista, tendrá gran repercusión social” (p. 172). Por otro lado, Raúl Peñaranda define a la noticia como: “función básica el relato de los hechos, reflejándolos de la manera más fría posible, sin añadir opiniones y permitiéndose solamente la presencia de algunos datos de consenso” (p. 5). Al decir que la noticia es todo lo que ocurrió o va a ocurrir y que busca el relato de los hechos con la presencia de datos sin añadir opiniones, se dibuja *grosso modo*, lo que a través de la noticia, busca el periodismo informativo.

## **2.1 La noticia y la opinión: Una elección entre relatar los hechos y la explicación de lo que sucede**

Después de repasar las funciones del periodismo informativo y el periodismo de opinión, conviene decir aquí, que si bien, aunque la noticia es el género estrella del periodismo

informativo por su carácter relator y conciso, hay que advertir que gracias al tratamiento que algunos medios le dan a la noticia, muchas personas encuentran en el periodismo opinativo a través de los líderes de opinión, más información y explicación de lo que acontece en la arena pública que en la estructura misma de la noticia. Al respecto, Valderrama (2005) dice: “Con los géneros de opinión y con base en los hechos noticiosos y su análisis, se busca transmitir ideas, o una doctrina. Consiste esta labor en implantar principios e intentar mantenerlos”

Así mismo:

La recepción de esas ideas procede de la información meramente noticiosa (noticia, entrevista, crónica, reportaje, informe especial), pero los géneros de opinión también informan, aunque el tratamiento mayoritario en éstos concuerda con el nombre para designarlos: opinión. Quien recibe o busca información en los medios no siempre encuentra datos simples, escuetos. Muchos lectores requieren orientación, pronósticos, contextos acerca de los acontecimientos trascendentales de interés público. Y esa es la intención al acudir a los medios, sobre todo impresos, porque allí se despliega mejor la información si se compara con la radio y la televisión, por citar los medios masivos de mayor penetración. Con base en esos referentes, el público asume posiciones, decide y, más que nada, procede. (p. 183-184)

La anterior apreciación de Valderrama (2005) respecto del periodismo informativo y la necesidad de los lectores por la explicación del conjunto de datos que se presentan en las noticias, se convierte en una de las razones por las que para algunas personas han recurrido al periodismo de opinión para entender lo que pasa en su entorno. Por otro lado, el afán de los medios masivos de comunicación para obtener y mantener la audiencia, los lleva a que la mayoría de los medios masivos, hablen del mismo hecho, con diferente enfoque, el cual depende de la línea editorial que siga el medio. Así las cosas:

El público se encuentra confundido ante la avalancha de datos, un atiborramiento de códigos que componen un mensaje repetido que encierra propósitos en apariencia distintos. Pero, contienen la misma esencia. Casi todos los noticieros, de televisión y de radio, y los medios impresos, revistas y periódicos, transmiten por lo general los mismos hechos sobresalientes en momentos y lugares determinados. Ello significa que el público

recibe versiones similares en unos y otros en torno a un acontecimiento; sin embargo, las opiniones registradas en cada caso son distintas. (Valderrama, 2005, p. 184).

Las dos anteriores razones por las que es posible que exista una mayor predilección por el género opinativo, dan paso a un fenómeno aún más complejo de analizar, el de los líderes de opinión como condicionantes de la opinión pública respecto de los asuntos que se circunscriben en la arena pública. Así las cosas, ante la imposibilidad de algunas personas de entender lo que sucede a través del periodismo informativo, se abre la puerta a un arma de doble filo que trae consigo el periodismo de opinión. Ya no es entonces la noticia, el faro que en gran medida ilumina el acervo informativo de las personas para tomar decisiones, sino lo que un grupo selecto de personas opina acerca de los temas de interés general.

Hay dos formas básicas de entender el tema de los líderes en opinión pública. En primer lugar, desde la perspectiva de la notoriedad y el peso en el espacio público mediático, aparecen los llamados líderes formales. Esta clase de líderes hace de bisagra entre medios y ciudadanos (...) Consultados permanentemente por los medios para ofrecer en público sus opiniones, ejercen una influencia mediatizada sobre el conjunto de los ciudadanos y no sobre grupos específicos (Miralles, 2001, p. 72).

Siguiendo a Ana María Miralles, en la anterior cita de su libro 'Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana', se resalta una de las características y funciones de estas personas que gozan de cierta notoriedad la cual hace que puedan ser más leídos y tenidos en cuenta como personas cuya palabra tiene razón y verdad. Al funcionar como bisagra, tal como menciona la autora, podría entenderse entonces que son los líderes de opinión los que canalizan la información a los ciudadanos y además, moldean la formación de opinión pública. Hasta el momento, no hay ningún problema con la relación de opinión pública y líderes de opinión. Sin embargo, hay que decir que en la formación de opinión es necesario que antes que cualquier cosa, exista una base informativa lo suficientemente fuerte y veraz en los ciudadanos para que así, puedan tomar decisiones con responsabilidad.

Retomando a Habermas y su Teoría Crítica de la Sociedad en la que menciona el tema de la formación de opinión pública, desde la teoría de la acción comunicativa, es necesario recordar lo que para él es importante en la formación de la opinión pública (Portillo 2006),

afirma: “el modelo normativo de Habermas caracteriza a la opinión pública en una amplia dimensión ético-política. Esta dimensión es la que permite la existencia de una sociedad plural y democrática” (p. 10). Teniendo en cuenta lo anterior, la opinión pública tiene una relación bastante estrecha con la política y por lo tanto con la democracia; pero entonces, si la formación de opinión pública se hace no sólo a través de las noticias sino también de los líderes de opinión que como indica (Miralles 2001): “la capacidad de seducción de los líderes mediáticos es tal, que muchas veces no importa tanto lo dicho sino quién lo dice” (p. 73).

¿Cómo puede siquiera la opinión pública y el público parecerse o responder en alguna medida a lo que Habermas consideró en su momento como una de las funciones de la opinión pública, teniendo en cuenta que se aborda según él, desde la dimensión ético-política, desde el deber ser? ¿Puede ser posible que los ciudadanos se hayan informado de manera adecuada para luego formar una opinión pública lo suficientemente racional basada en primera instancia por información veraz y luego sí, contrastada con lo que piensan los líderes de opinión?

La formación de opinión pública, vista desde el modelo normativo de Habermas, nos lleva a la importancia de una ciudadanía activa y crítica en el fortalecimiento de la democracia, y más, teniendo en cuenta que Colombia es un país que necesita fortalecerse en este aspecto. La importancia de todo lo que acontece en la arena pública y que afecta a la sociedad, es lo que merece ser llamado asunto de interés público, y que en este caso se contextualiza en el plebiscito del 2 de octubre de 2016 y la decisión de la ciudadanía que en teoría, debería ser activa y crítica a la hora de decidir si acepta o no lo que el gobierno acordó con las FARC.

Lo anteriormente escrito, es lo que a grandes rasgos ocupa la atención de este ejercicio investigativo. La dinámica periodística acaecida entre el periodismo informativo y opinativo, la influencia que ejercen los líderes de opinión en asuntos de interés público como condicionantes de la opinión, y la relación de estos líderes en la construcción de una ciudadanía crítica. Darle la suficiente importancia a la manera en cómo se informa y construye opinión la ciudadanía, es necesario para entender también cómo funciona la democracia.

### 3. Justificación

Influencia del periodismo informativo y de opinión en el voto de los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo en el plebiscito del 2 de octubre de 2016, es una investigación de provecho institucional, puesto que mediante este ejercicio se pretende establecer con base en cuál de los dos macrogéneros -opinión o informativo- se informaron los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo para votar en el sentido en que lo hicieron. Es necesario resaltar aquí, que esta investigación posee un carácter altamente disciplinario, puesto que su atención está centrada exclusivamente en la forma en la que se informaron los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Centro Regional Girardot.

Lo anterior debe generar interés en la comunidad académica, debido a la importancia de los procesos democráticos en la ciudadanía. “Según el artículo 7 de la Ley 134 de 1994, el plebiscito es el pronunciamiento del pueblo convocado por el Presidente de la República, mediante el cual apoya o rechaza una determinada decisión del Ejecutivo”. A partir de esto, se establece aquí una de las razones por las cuales es necesario analizar dentro de qué criterios los estudiantes ejercieron su derecho al voto, para decidir sobre un aspecto de interés público que afecta a toda la sociedad.

Por otro lado, es necesario también resaltar el papel que cumplen los medios de comunicación en la sociedad, en este caso, no sólo a través de la información sino también del periodismo de opinión, trabajo que se les ha delegado a los líderes de opinión. Los *mass media* o medios masivos de comunicación, durante los últimos años han tenido un crecimiento considerable gracias al aumento de los aparatos tecnológicos y uso cada día mayor de internet. Según cifras del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (MinTic), la suscripción de internet móvil en Colombia durante el tercer trimestre de 2016 fue de 9.240.559 suscripciones, mientras que en 2015 ascendía a 7.273.146 suscripciones. Estas cifras pueden dar a grandes rasgos, la idea de que cuanto mayor uso de

internet, en este caso móvil, mayor uso de los celulares y, por ende, más posibilidades del acceso a redes sociales, mediante las cuales se pueden leer diferentes periódicos o revistas, en su versión virtual. De ahí, se puede deducir el éxito de nuevas formas de hacer periodismo de opinión en redes sociales como lo hace El Espectador a través de su nuevo formato ‘La Pulla’<sup>1</sup>, presentada por la periodista de la Universidad Pontificia Javeriana, María Paulina Baena.

El Centro de Estudios en Periodismo (CEPER) realizó el 10 de noviembre de 2016 un conversatorio abierto en el que se invitó a los creadores de ‘La Pulla’ a debatir acerca las dificultades de hacer opinión desde medios de comunicación tradicionales y las nuevas formas de hacer periodismo. Al respecto, (Baena, 2016) en una pregunta que el moderador le hizo sobre cómo podría definir a su medio, respondió: “Nosotros somos una columna de opinión hecha video con mucha emocionalidad”. Hacer periodismo de opinión a través de un video puede resultar no tan cuestionable, puesto que dada las características de la sociedad actual, todo ha tenido que reinventarse -y el periodismo no ha sido la excepción-. Sobre todo, cuando el uso de internet móvil y los celulares aumenta cada día más.

Lo cuestionable aquí es la “emocionalidad” que puede nublar el juicio a la hora de hacer opinión, y la influencia que ejerce este tipo de periodismo en la formación de opinión pública y la construcción del acervo informativo en las personas. El cambio que ha tenido la sociedad, en cuanto al crecimiento de los medios de comunicación, deja ver que anteriormente la formación de opinión pública se hacía a través de la interacción de ciudadanos que aún no pertenecían a una sociedad de masas. Luego, tras el auge de medios de comunicación e internet, tal proceso interactivo de ciudadanos prácticamente desapareció para darle paso a los *mass media* y su capacidad de condicionar la opinión pública y la cosmovisión de las personas a cerca de la *res publica* (López, 2001).

La influencia que tienen sobre las personas periodistas como Baena, entre muchos otros, es lo que debería preocupar no exclusivamente a la academia, sino también a los ciudadanos que frecuentan la opinión de estos periodistas para tomar decisiones. La mezcla entre opinión y emocionalidad, a la que hace referencia la periodista, hace que cada vez más

---

<sup>1</sup> Formato del periódico El Espectador, en el que a través de formatos audiovisuales, se realiza un nuevo ejercicio periodístico de opinión.

se alejen los argumentos para sustentar lo que se piensa, y que en el peor de los casos, se polarice la sociedad, tal como pasó durante todo el proceso de paz.

Es necesario descubrir a instancias de cuáles macrogéneros se informaron los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo, tanto para tener una idea clara de cuál prefieren, como para analizar cómo es que los próximos periodistas se informan teniendo en cuenta que en un futuro, muy posiblemente, serán algunos de ellos los que tendrán el poder de informar y construir opinión pública. Además, también es necesario analizar esta cuestión, porque en esta nueva etapa que está atravesando Colombia, en la que un grupo guerrillero mediante una negociación con el gobierno reconoció históricamente la legitimidad de un Estado de la que había dudado por más de medio siglo, es necesario que los ciudadanos en general no caigan en ninguna clase de maniqueísmo ni polarización que pueda ser creada.

Es urgente que desde la academia se deje de hacer la pregunta general de cuál es el papel del periodismo en el posconflicto, pues se sabe de antemano cuál es la función del periodismo y lo necesario que es que exista en una sociedad, sino por el contrario que su mirada empiece a ser más particular y se empiece a analizar cuestiones más específicas, como por ejemplo la preferencia de las personas por algunos géneros periodísticos en particular y la influencia de los líderes de opinión en formación de opinión pública.

## **4. Objetivos**

### **4.1 Objetivo general**

- Conocer cuál de los dos macrogéneros periodísticos –informativo y opinión- estimuló el voto en los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo respecto del plebiscito del 2 de octubre.

### **4.2 Objetivos específicos**

- Precisar las diferencias teóricas y prácticas entre el periodismo de opinión y el periodismo informativo.
- Establecer los procesos de formación de opinión pública a partir de las diferencias entre periodismo informativo y periodismo de opinión.
- Identificar a través de las técnicas escogidas las nociones que tienen los estudiantes acerca de periodismo informativo y periodismo de opinión, con el fin de determinar cuál de estos macrogéneros influyó en mayor medida en la decisión del plebiscito del 02 de octubre de 2016.

## 5. Marcos de referencia

### 5.1 Marco teórico

### 5.2 Breve historia del desarrollo del espacio público y la vida pública a través de la publicidad representativa y la publicidad burguesa en Jürgen Habermas

El concepto de opinión pública es usado a diario por los medios masivos de comunicación y se relaciona, casi siempre, con las mediciones que se hacen en las encuestas. Su noción en el imaginario colectivo, es en la mayoría de los casos vista más como algo cuantitativo, que práctico-moral, confinándola en última instancia a una mirada reduccionista. Jürgen Habermas (1994), en ‘Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública’, hace un recorrido por lo que ha sido la configuración y los cambios en cuanto a la opinión pública, la vida pública y la publicidad en diferentes periodos de la sociedad. El concepto de publicidad o espacio público, acuñado por Habermas, se puede entender como:

El lugar de surgimiento de la opinión pública, que puede ser manipulada y deformada, pero que constituye el eje de la cohesión social, de la construcción y legitimación (o deslegitimación) política. Las libertades individuales y políticas dependen de la dinámica que se suscite en dicho espacio público” (Boladeras, 2001, p. 53).

La naturaleza de la vida pública ha pasado por transformaciones en el trasegar de la civilización humana. En la Grecia clásica, por ejemplo, la transformación de lo “público” y lo “privado” se veía diferenciada entre la esfera de la *polis* y el *oikos*. La esfera pública en la ‘era helenística’ estuvo marcada por las reuniones en las plazas y las asambleas, en donde las personas se reunían a discutir sobre asuntos del día a día. Mientras que en el *oikos* nacía, entonces, la esfera privada en la que se circunscribía todo lo relacionado con el entorno familiar y del hogar; además del manejo de los bienes para la supervivencia de las personas.

Por otro lado, Habermas se remonta también al tipo de publicidad representativa, entendida en el periodo de la Edad Media, cuando la dinámica de participación cambió considerablemente con la idea clásica debido a la influencia señorial y monárquica.

Según John B. Thompson, en *Teoría de la esfera pública* (1996) durante “la Edad Media, según Habermas, no existió una esfera pública diferenciada: en aquella época, la publicidad se pareció más a un *status* de reyes y señores. Las figuras públicas se exhibían como representantes o personificaciones de un poder superior” (p, 2). La *representativa publicness* o publicidad representativa, no podía entonces ser concebida de la misma forma que se entendía la participación en la antigua Grecia, pues la intervención del pueblo y su posible soberanía se veían eclipsadas por la influencia religiosa que impedía una participación que estuviera enfocada a la crítica y reflexión del acontecer diario, debido a que todo los asuntos humanos pertenecían a la esfera divina y monárquica

Esta amalgama entre lo divino y lo monárquico se dio durante el medioevo, cuando: “El modelo reinante es el feudalismo, se confunde a los súbditos con el pueblo y en muy pocas ocasiones tienen la posibilidad de opinar y mucho menos de elegir representantes. Son el sujeto pasivo y obediente donde no existe, ni la pluralidad, ni el diálogo, ni el respeto; por tanto, no existe la opinión pública” (Monge, 2013, p.3). Ello dio paso a lo que, en la teoría del filósofo alemán, se llamó publicidad burguesa, entendida en el contexto histórico de desarrollo alemán, inglés y francés en los siglos XVIII y XIX.

Al respecto, Habermas comenta:

Hacia finales del siglo XVIII se ha desarrollado en Alemania «un a publicidad pequeña, pero que discute críticamente.» Aparece entonces un público lector generalizado, compuesto ante todo por ciudadanos y burgueses, que se extiende más allá de la república de eruditos y que ya no sólo lee intensivamente una y otra vez unas pocas obras modelo, sino que en sus hábitos de lectura está al corriente de las novedades (p. 3).

El auge de la participación de un grupo más amplio de personas, que ya no sólo pertenece a una capa exclusiva de la sociedad, se debe en gran medida a dos razones. La primera, fue el desarrollo de una prensa periódica, la aparición de semanarios y periódicos que

se ocupaban de cuestionar en algunas partes de Europa a finales del siglo XVII y comienzos del siglo XVIII, y la segunda, fue la creación y desarrollo de lugares sociales en donde las personas podían reunirse a deliberar sobre los asuntos públicos en calidad de personas privadas que hacían uso de la esfera pública.

Estos centros incluían los salones y las casas de café, que, desde aproximadamente a mediados del siglo XVII, se convirtieron en lugares de discusión y ambientes en los que las élites instruidas podían interactuar entre sí y con la nobleza en un mismo plano, más o menos, de igualdad (Thompson, 1996, p. 3).

Otro de los hechos históricos que ayudaron a erigir la publicidad burguesa fue la Revolución Francesa acaecida en 1789 y que se gestó como un conflicto social y político, con el que se dio por terminado el régimen monárquico y el feudalismo para dar paso a la burguesía. Es conveniente decir aquí, que la Revolución Francesa es concebida como el inicio de la Edad Contemporánea hasta la actualidad, ya que en este punto se consolida la concepción de la democracia moderna, y se sientan las bases de la soberanía popular y la participación del pueblo en los asuntos de interés público.

Así las cosas, la aparición de una esfera pública donde se pueda deliberar sobre los asuntos de interés público, empieza a cumplir una función de fiscalización y seguimiento sobre la gestión del Estado, configurándose sobre tres pilares: partidos políticos, medios de comunicación y opinión pública (Madriz, 1996, p. 1).

La fiscalización de la que habla la autora Madriz (1996), y el surgimiento de la publicidad burguesa, entendida como el espacio en el que las personas se reúnen en calidad de público, (Habermas, 1994, p. 3) empieza a dejar ver las necesidades de una sociedad en la que es urgente una ciudadanía activa y crítica respecto de los asuntos de interés público. Esto, por supuesto, acogido a la visión normativa de Habermas quien también empalma sus análisis de opinión pública con la Teoría de la Acción Comunicativa (1990) para explicar que la discusión pública y más exactamente la democracia deliberativa, es la salida para superar los conflictos sociales y poder llegar a un consenso más allá de los disensos. La opinión pública entendida desde la definición habermasiana, se define así: “La *opinion publique* es el resultado ilustrado de la reflexión común y pública sobre los fundamentos del orden social;

ella resume las leyes naturales de éste; no domina, pero el poderoso ilustrado se verá obligado a seguir su visión de las cosas. (Habermas, 1994, p. 130)

### **5.3 El mundo de la vida como escenario de confluencia de la opinión pública y la democracia deliberativa**

Al hablar de opinión pública, teniendo claro el proceso evolutivo que tuvo a través del tiempo lo que se conoce como publicidad o espacio público, desde la Grecia clásica, pasando por la publicidad representativa y la burguesa hasta la contemporaneidad, es necesario traer a colación el escenario en el que se enmarca el fenómeno para poder entender aún más todo el desarrollo histórico que ha tenido y sus definiciones.

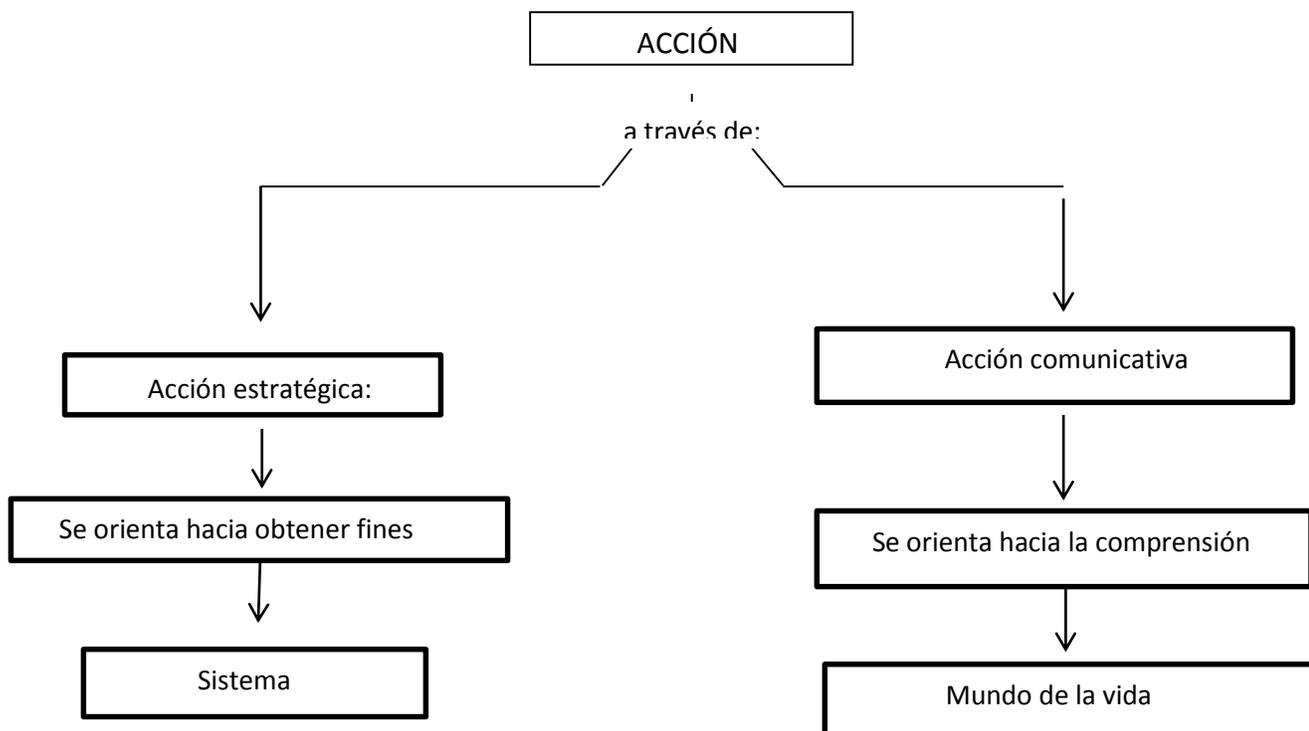
Como se mencionó, Habermas articula el análisis de la opinión pública con la Teoría de la acción comunicativa (1990). El principal interés del autor en este sentido es entender las condiciones comunicativas dentro de las cuales se construye la opinión pública. A través de su teoría de la acción comunicativa, el filósofo de la Escuela de Frankfurt desarrolla el concepto de sociedad en dos niveles entendidos como mundo de la vida y sistema.

“Habermas intenta el análisis de la crisis de la modernidad a través de la idea de dos esferas sociales históricamente constituidas y esencialmente diferentes: “sistema” y “mundo de vida” (Solares, 2005, p. 31). Definir el mundo de la vida implica separarse totalmente del sistema, al que apela la visión habermasiana. Por mundo de la vida, se puede entender lo siguiente “el concepto ‘mundo de vida’ aparece como espacio en el que los nexos de acción sociales se crean y se renuevan a través de una capacidad de entendimiento lingüístico cambiante”. (Solares, 2005, p. 31) Así las cosas, el mundo de la vida se viene enmarcando en un contexto simbólico e intersubjetivo en el que los individuos se entienden y encuentran con los demás, contrarios al sistema, definido así:

Mientras la dinámica social, inmanente al mundo de la vida, articula la integración social, la dinámica de la integración sistémica es generada por procesos de autorregulación que escapan al control de los sujetos, como lo son el mercado o el fenómeno de la burocratización (Santillana, 2011, p. 175).

De los dos niveles mencionados, el nivel material (sistema) y el simbólico (mundo de la vida), existe una relación estrecha con la opinión pública, sobre todo, en el mundo de la vida. De esta visión dual de la sociedad que desarrolló Habermas, el fenómeno de la opinión pública podría enmarcarse en el nivel del mundo de la vida<sup>2</sup> de la siguiente manera:

**Gráfica 1: Dos esferas de la Acción Comunicativa**



Fuente: Propia.

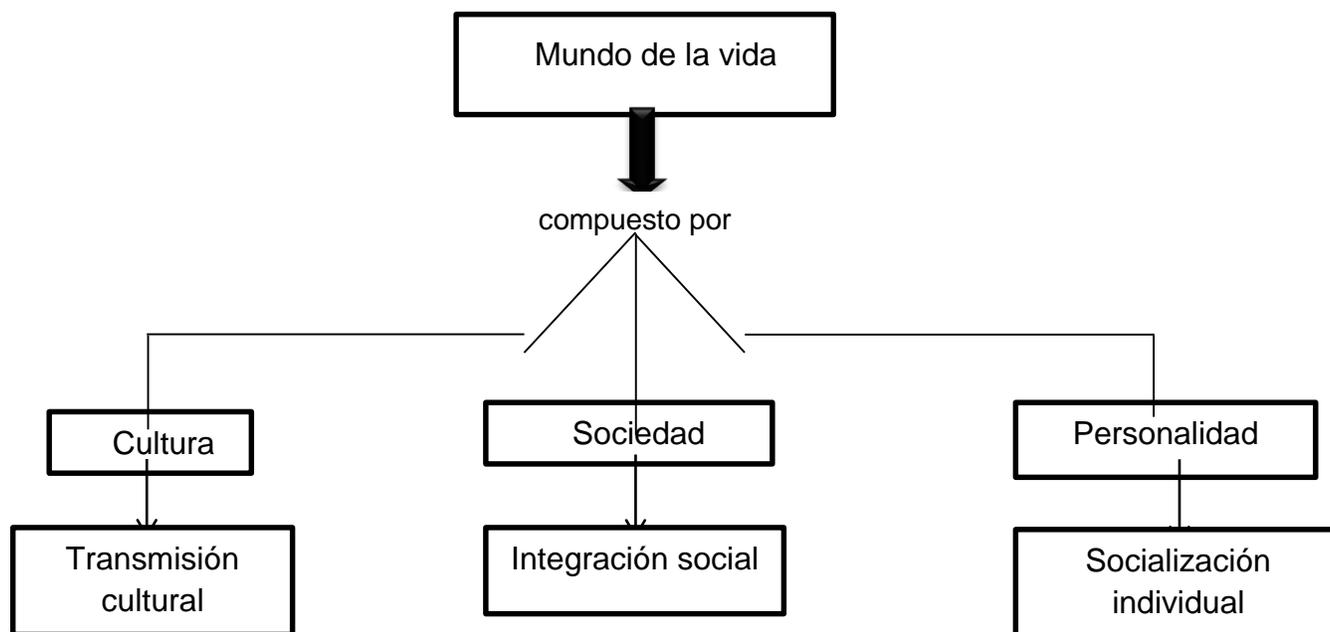
A saber que el sistema es el campo propio de la acción estratégica y por tanto, a la obtención de fines y éxito, la acción comunicativa se ubica en el ámbito del lenguaje, lo simbólico y el entendimiento, por lo tanto, la opinión pública se sitúa en el mundo de la vida<sup>3</sup>, dado que a través de este fenómeno convergen las opiniones de las mayorías; es ahí cuando se construye lo que se conoce como mundo, es decir, lo social y lo simbólico. Siguiendo la

<sup>2</sup> Figura 1: Cuadro que explica la acción a través de los dos niveles acuñados por Habermas, en el que se explica la acción estratégica propia del sistema, y la acción comunicativa perteneciente al mundo de la vida. Cuadro realizado a partir de las lecturas consultadas para este ejercicio.

<sup>3</sup> La teoría del Mundo de la Vida explicación del mundo de la vida y sus tres componentes, con la que se entiende la personalidad como la socialización individual, que enmarca el fenómeno de la opinión pública.

teoría habermasiana que plantea una visión dual de la sociedad, el mundo de la vida se compone de tres aspectos: cultura, sociedad y personalidad.

**Gráfica 2: El Mundo de la Vida en la teoría de Jurgen Habermas**



Fuente: Propia

Al respecto, Solares (2005), citando a Habermas, define estos tres componentes así:

Llamo cultura al acervo de saber, en el que los partícipes en la comunicación se abastecen de interpretaciones para entenderse sobre algo en el mundo. Llamo sociedad a las orientaciones legítimas a través de las cuales los participantes en la interacción regulan su pertenencia a grupos sociales, asegurando con ello la solidaridad. Y por personalidad entiendo las competencias que convierten a un sujeto en capaz de lenguaje y de acción, esto es, que lo capacitan para tomar parte en procesos de entendimiento y para poder afirmar en ellos su propia identidad. (p. 10)

La composición de estos tres aspectos mencionados y definidos, permite entender aún más cuál es el marco conceptual y de acción en el que opera el fenómeno de la opinión pública. Cabe resaltar que los tres componentes del mundo de la vida son de suma importancia para entender cómo funciona esta parte de la acción comunicativa que se orienta a través del entendimiento. Sin embargo, de esas tres dimensiones importantes, en la casilla que se puede

sentar la opinión pública como fenómeno es en el componente de personalidad. Al respecto, Díaz; Márquez (2008) afirman que “la socialización de los miembros de un mundo de la vida se encarga de sintonizar las vidas individuales en las formas de vida colectivas, dotando de capacidades interactivas a un ‘yo’” (p. 82). Esa capacidad de interacción y de acción, definida como el conjunto de facultades que hace que una persona a través del lenguaje sea capaz de llegar a la acción, es lo que puede considerarse como el camino al entendimiento planteado por Habermas.

Pero, ¿por qué no puede situarse a la opinión pública dentro del sistema? Si bien, aunque el sistema tiene raíces dentro del mundo de la vida, construye sus propias características que resultan disímiles comparadas con el mundo de la acción comunicativa, llamado mundo de la vida. Al respecto, en una definición más amplia de las características del sistema se encuentra:

Al lograr el sistema su intromisión en el mundo de la vida, los recursos propios del sistema, como son el dinero y el poder, acaban sustituyendo al lenguaje como medio que reproduce el mundo de la vida y la integración social, dando paso a que sólo podamos integrarnos como sociedad en términos sistémicos; es decir, no como ciudadanos con voluntad colectiva autónoma, sino por el contrario, como partes de un sistema que se integran de acuerdo con los requerimientos de autorregulación del mismo (Díaz; Márquez 2008, p. 84).

Así mismo, cabe entender algo más:

El mundo de la vida que se aborda desde la perspectiva interna o de los participantes, se reproduce a través de la coordinación de acciones comunicativas en actitud realizativa, intencional, desde la racionalidad lingüística que tiene legitimidad práctica. El sistema, que se aborda desde la perspectiva externa o del observador, evoluciona como producto del desarrollo de la ciencia, la técnica y la burocracia estatal, a través de la coordinación de acciones estratégicas anónimas desde donde se busca el éxito individual con una racionalidad instrumental que tiene una legitimidad sistémica (Díaz; Márquez 2008, p. 84-85).

El sistema responde a la razón instrumental, contrario al mundo de la vida, que se guía por la racionalidad lingüística orientada hacia el entendimiento. Es por eso, que desde la visión normativa que plantea Habermas respecto de la opinión pública, vista como algo ‘práctico-

moral', no responde a esas características presentes dentro del sistema, teniendo como faro que la opinión pública se da dentro del espacio público, sí y sólo sí existe participación de una ciudadanía activa y autónoma, que ejerce "crítica como sociedad civil respecto de los aparatos del Estado, sus formas de organización y ejecución, constituyen elementos fundamentales de la vida política democrática (Boladeras, 2001, p. 63). Así las cosas, el mundo de la vida sirve como escenario de confluencia de la opinión pública y todo lo que trae consigo el fenómeno.

#### **5.4. Democracia deliberativa y mundo de la vida**

Del mismo modo se halla una relación estrecha con el mundo de la vida y la democracia deliberativa, que menciona el filósofo alemán como la pócima para recuperar la participación ciudadana en los asuntos públicos. Democracia viene del griego antiguo (δημοκρατία) a partir de los vocablos *dēmos* que se traduce como 'pueblo' y *krátos* en 'poder' o 'gobierno'. En ese orden de ideas, democracia puede ser entendida en su manera más sencilla como gobierno del pueblo o poder del pueblo. Es conveniente decir que la connotación que adquiere la palabra se le da a partir de la concepción de la soberanía popular gestada a través de la participación ciudadana en la vida pública. Por otro lado, deliberar viene del latino 'libra', que quiere decir balanza.

Al decir que democracia es el poder del pueblo y que deliberar consiste *grosso modo* en dialogar argumentativamente con una o más personas sobre cualquier tema o situación para así tomar una decisión sopesada con la razón, se puede entender por qué Habermas y muchos teóricos le han atribuido a la democracia deliberativa, la fórmula para poder recuperar la democracia en su sentido más noble, ideológicamente hablando, y, sobre todo, han visto en el mundo de la vida el escenario de encuentro de la opinión pública y la democracia deliberativa como una forma de participación ciudadana. Además, teniendo en cuenta que la opinión pública no puede entenderse como un conjunto de instituciones que opera en pro de unas normas ni un sistema, sino que por el contrario es un conjunto de opiniones referente a temas específicos que giran en torno de hechos políticamente relevantes y que su campo de acción

se encuentra dentro de la acción comunicativa (Habermas, 1994, p. 440), y así crece aún más la necesidad de ver en la deliberación un medio de participación más fuerte. Si bien ya se definió de manera propia la democracia deliberativa, es necesario explicarla conceptualmente para poder entender la relación de ella con la opinión pública.

La democracia deliberativa surge como respuesta al déficit participativo de la democracia liberal, en la cual se da, en principio, un salto cualitativo, pues se orienta a reconstruir la democracia sobre bases que fortalezcan al ciudadano ya no como cliente-consumidor de promesas representadas –en la democracia liberal–, sino como agente deliberante en las decisiones sobre las políticas (Olivar, 2013, p. 24).

Si se habla de reconstruir la democracia en el sentido fortalecer al ciudadano como participante, en el caso específico de esta investigación en la que se parte de la idea de que a mayor participación directa, reflexiva y crítica, más posibilidades hay de que los ciudadanos tomen más y mejores decisiones que se circunscriben al terreno de lo público: en cuanto al plebiscito del 2 de octubre, toma sentido decir que “la democracia deliberativa no es un modelo de democracia, distinto de otros, sino el proceso por el que debe formarse la voluntad en una sociedad democrática” (Cortina, 2007, p. 144). Pensar la democracia deliberativa en los términos de Adela Cortina en cuanto a voluntad de las mayorías, revive la necesidad de poner especial cuidado en la formación de opinión pública, ya no únicamente en el sentido de la importancia de que estos procesos de formación de opinión se gesten como una manera de fiscalizar el poder, sino también visto desde el ángulo de evitar cualquier tipo de polarización o sesgo que pueda crearse a partir de la intervención de personas que se sirven como guías del acervo informativo, es decir, de líderes de opinión.

Al respecto, Pineda (2002) comenta:

La política deliberativa pretende liberar a la comunidad política de esos momentos de anomia que la llevan a la inercia social y política. Ello se puede lograr a través de los entendimientos y compromisos. De esta manera es posible encontrar, de modo razonable, una fundamentación «justa» para la convivencia de los que tienen distintas visiones de lo que es

bueno, y que, sin embargo, perciben que es necesario buscar una forma de integración que no se agote en la lógica del dinero y del poder burocrático (p. 620).

La liberación de la anomia, el desinterés político y la incapacidad de tomar decisiones dentro de la deliberación y el análisis, puede lograrse a través de espacios públicos que no estén mediados ni deformados por visiones distorsionadas de la realidad (Pineda, 2002). Así las cosas, siguiendo esa lógica, es menester retomar la idea noble de la teoría habermasiana en la que a partir de la democracia deliberativa:

Como discurso racionalizado, es una alternativa meritoria que ofrece herramientas discursivas y analíticas para comprender cuáles son las reglas ha de seguir el Estado frente a la tarea de garantizar la inclusión del otro, así como ofrecer un canon de derechos subjetivos de acción que faciliten la participación ciudadana (Domínguez, p. 302, 2013).

Se puede lograr que la formación de opinión pública se dé dentro de lo que concibe Habermas, es decir, desde lo normativo. Que se permita a ese mundo de la vida, dentro del cual se mueve la socialización entendida como la integración social, construir la opinión pública a partir una deliberación fuerte en el terreno de lo público, que no ignore a las minorías y las deje en desventaja frente a las mayorías, sino que, por el contrario, les habilite para participar en el espacio público o arena pública como ciudadanos capaces de construir opinión a partir de los consensos y los disensos.

### **5.5 ‘La espiral del silencio’ en la formación de opinión pública como producto de la ausencia de la democracia deliberativa**

La aparición de redes sociales, gracias a los avances tecnológicos, ha promovido que personas que antes manifestaban sus opiniones en lugares públicos, cartas a periódicos o emisoras, lo hagan desde sus celulares a través de sus cuentas de redes sociales como Facebook o Twitter, convirtiéndose éstas, en la nueva ágora. Este avance en la “participación” es motivo de orgullo para los medios de comunicación más reconocidos, pues llevan por

bandera que gracias a ellos, el ciudadano común participa no sólo en la divulgación de noticias, sino también mostrando su opinión en el debate de lo que acontece en la sociedad. Si bien es cierto que estos espacios han fomentado la participación a través de encuestas en tiempo real, cuyos resultados salen al final de la emisión de noticieros y de la edición de semanarios, entre otros, tal oportunidad se ha convertido en un arma de doble filo que, a ciencia cierta, no se sabe si los medios ignoran o no.

Elisabeth Noelle -Neumann es quizá la persona que más ha estudiado el fenómeno de la opinión pública, no vista desde la visión habermasiana –de la cual disiente y critica – sino desde la perspectiva del control social y el aislamiento por parte de las mayorías a las minorías. Su obra cumbre ‘La espiral del silencio: Opinión pública, nuestra piel social’ (1992), deja ver de entrada, que su concepción central de la opinión pública no gira en torno de la idea de la participación en el debate público de ciudadanos libres e ilustrados (López, 2001, p. 210), sino desde la premisa de que los estudios que se habían realizado hasta esa época eran reduccionistas y alejados de la realidad.

Al respecto, Neumann (1992) afirma:

Los intelectuales, fascinados por el ideal del individuo emancipado e independiente, apenas han caído en la cuenta de la existencia del individuo aislado temeroso de la opinión de sus iguales. Se han dedicado, por el contrario, a explorar otros muchos significados y dimensiones posibles del concepto, a menudo en estériles ejercicios académicos. Han investigado el contenido de la opinión pública, partiendo del supuesto de que versa sobre temas importantes, de ‘relevancia pública’ (...) el aspecto psicosociológico de ‘público’ parece haber sido prácticamente olvidado en todas las definiciones de este concepto formuladas en el siglo XX. Sin embargo, éste es el sentido que la gente percibe en su sensible piel social, en su naturaleza social (p. 47).

Esta concepción de la opinión pública, enmarcada en la Alemania de la postguerra en la que la influencia nazi todavía tenía gran presencia en el escenario político alemán, no obedeció ni fue un fenómeno propio de esa época, su dinámica pasó la prueba del tiempo y en

la actualidad está más viva que nunca aunque con características distintas y más fuertes, las cuales se ven reflejadas en lo que en la actualidad llaman ‘líderes de opinión’ o ‘formadores de opinión pública’. Como se refirió, los líderes de opinión cumplen con una función que va más allá del periodismo de opinión, y sienta sus bases en la argumentación. Esta influencia que tienen de manera a veces desproporcionada –en el sentido de que no todo el mundo está lo suficientemente informado para poder construir su opinión más allá de los criterios de los opinadores- se junta con la ausencia de la planteada democracia deliberativa, la cual recupera en esencia la participación ciudadana y la soberanía popular que se promulgó en los inicios de la modernidad.

Si por democracia deliberativa se entiende “un discurso racionalizado, (...) una alternativa que ofrece herramientas discursivas y analíticas para comprender cuáles son las reglas que ha de seguir el Estado frente a la inclusión del otro” (Domínguez, 2013, p. 302). La sociedad actual requiere de la democracia deliberativa si es su deseo reivindicar la participación cívica en los asuntos de interés general, y sobre todo, si se tiene en cuenta que la espiral del silencio se mueve desde la siguiente hipótesis:

La disposición de un individuo a exponer en público su punto de vista varía según la apreciación que hace acerca del reparto de las opiniones en su entorno social y de las tendencias que caracterizan la fortuna de esas opiniones. Estará tanto mejor dispuesto a expresarse que piensa que su punto de vista es, y seguirá siendo, el punto de vista dominante; o si bien aún no es dominante, comienza a expandirse con creces. La mayor o menor disposición de un individuo para expresar abiertamente una opinión influye en su apreciación del favor que hallan las opiniones que suelen exponerse en público (López, 2013, p. 212).

En ese orden de ideas, ¿cómo si no existe una deliberación en la que participen todas las personas, se puede evitar caer en el fenómeno de la espiral del silencio, el cual aspira a reducir o eliminar las opiniones disonantes o minoritarias en los asuntos de interés general? (López, 2013) En cuanto a ello, la pócima para evitar que las opiniones de las minorías se vean silenciadas por el miedo a decir lo que piensan cuando todo el mundo piensa lo contrario, se puede encontrar quizás en el siguiente fragmento de Alejandro Gaviria (2016):

No presten mucha atención a los juicios pasajeros y superficiales de la opinión pública. No se sumen a la indignación facilista. (...) Lleven la contraria. Combatan la extorsión moral de las mayorías. Resistan a la tiranía de la opinión pública. Si creen que la verdad es “X”, pero la mayoría vociferante piensa que es “Y”, expresen siempre su desacuerdo. No falsifiquen ni escondan sus opiniones. (...) La mayoría se equivoca. Basta una mirada rápida a las redes sociales para entender la necesidad de muchos consensos. (p. 127)

Combatir la extorsión moral de las mayorías de la que apela Gaviria y que Neumann describe como el factor de la exclusión de las minorías en el debate público, es lo que puede rescatar el planteamiento de Jürgen Habermas, que defiende la autonomía, la participación, la racionalización y el control al Estado desde una postura crítica y reflexiva, la cual ayuda a erigir ciudadanos conscientes del mundo de la vida al cual pertenecen y lo suficientemente capaces para decidir sobre la *res publica* o los asuntos de interés público que los atañen.

## 5.6 Periodismo de opinión

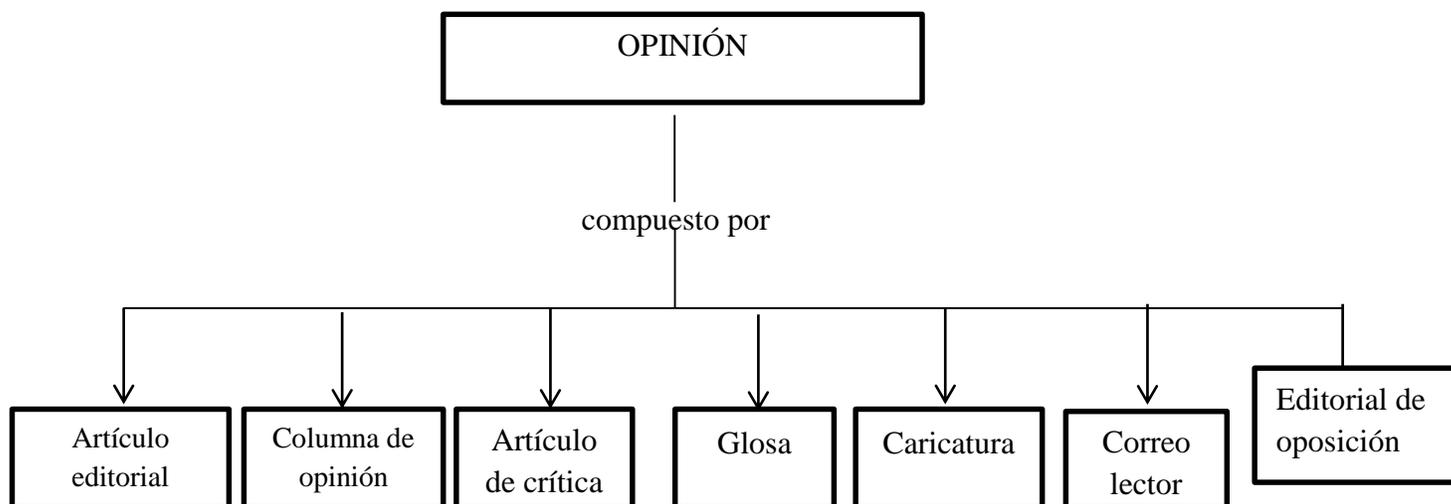
El periodismo de opinión en los últimos años ha cobrado más importancia de la que normalmente se le daba gracias a la aparición de redes sociales y avances tecnológicos que posibilitan e incrementan el uso de ellas. Su función, aunque es necesaria puesto que ofrece la posibilidad del debate y la crítica, tiene unas características especiales que la diferencian del periodismo informativo. Respecto de ello, Moreno (2010) define al periodista en cuanto al género de opinión como “un comentarista especializado que conoce las circunstancias que rodean a los hechos, los analiza, evalúa y los juzga. De esta manera, se convierte en un atril y en una voz con efecto para la opinión pública” (p. 140). Así mismo, según Moreno (2010):

(...) El periodismo de opinión, puede apoyarse en hechos de relevancia que forman parte de la actualidad informativa, pero que no se apoyan en los datos informativos sino que analizan las repercusiones que pueden esos datos ocasionar en la sociedad o en las personas (p.140).

Otro aspecto importante, además del que aporta Moreno (2010) a la aclaración de lo que entraña el periodismo de opinión, reside en entender que además de analizar datos o situaciones específicas, lo que busca el ‘comentarista’ es convencer al lector de sus

argumentos y que de alguna forma, aquél se adhiera a su forma de pensar. Pero, ¿qué compone al género de opinión? Morán Torres, (citado en Moreno 2010), afirma que el periodismo tiene dos grandes vertientes, la interpretación y la información, dentro del que caben cuatro géneros de opinión (Moreno, 2010, p. 140).

**Gráfica 3: Composición del género de opinión**



Fuente: Propia

Si bien, la intención de este ejercicio investigativo no es analizar cada uno de los cuatro componentes del género, sí es ponerlos sobre la mesa para comprender la dimensión y alcance; es menester reseñar afirmaciones como la siguiente:

El periodismo de opinión se funda en una rica tradición forjada en el campo de las ideas, la reflexión y el pensamiento. Buena parte del imaginario político, cultural y social de lo que somos en América Latina y en Venezuela ha tenido su espejo en el espacio que se ha ganado este periodismo. Así ha sido desde mediados del siglo XX, para no afincar las raíces antes (Villalobos, 2010, p. 3).

Crece la necesidad de además de definir el periodismo de opinión, de analizar también el otro lado de la moneda: su efecto en las personas que se sirven de él para formar su parecer e informarse.

## 5.7 Construcción de opinión pública a través del periodismo de opinión

La cercanía que ha creado el periodismo de opinión, a través de los líderes de opinión con las personas, produjo que formatos nunca antes pensados, tengan éxito y convenzan más que el periodismo tradicional. Tal es el caso de nuevas fórmulas periodísticas como ‘La Pulla’ y ‘Hola Soy Danny’, las cuales en poco tiempo se han vuelto virales y han conseguido un espacio importante en la dinámica informativa y de formación de opinión del público. Este auge significativo del periodismo opinativo puede deberse al crecimiento de las redes sociales y los avances tecnológicos que permiten mayor conectividad cada día comparado con lo que hasta hace algunos años era el mundo.

Según cifras del portal de noticias del rotativo mexicano Excelsior (2017), actualmente Facebook cuenta con 1.900 millones de usuarios mensuales activos, los cuales se encuentran en un rango de edad que va desde los 18 a los 49 años. Mientras que Twitter tiene 317 millones de usuarios al mes de edades que oscilan entre los 18 y 29 años. Estas dos redes sociales son las más famosas y las más utilizadas, entre otras cosas, por los medios de comunicación para compartir sus contenidos informativos y estar más conectados con sus audiencias.

Paralelamente a dichas cifras, la notoriedad de ciertas personas cuyo nombre es conocido por la sociedad, ha crecido hasta el punto de convertirse en faro que ilumina el sendero para los lectores. Tal es el caso de periodistas como María Jimena Duzan, Daniel Samper Ospina, María Isabel Rueda, Héctor Abad Faciolince, Daniel Coronell, y Álvaro Uribe Vélez, entre otros. Aunque vale la pena aclarar que aunque Uribe Vélez no es periodista, su periodo presidencial de ocho años, lo ayudó a catapultarlo en la escena política del país, convirtiéndolo en un expresidente ahora líder de opinión de un importante sector del país.

En el caso de El Espectador, con el formato videográfico titulado ‘La Pulla’, que tiene como plataforma a YouTube, cuenta actualmente con 147.874 suscripciones y más de 6.860.540 visualizaciones tal como se puede evidenciar en la ilustración tomada directamente de la plataforma. La idea de esta nueva manera de hacer periodismo de opinión era crear una forma diferente a la tradicional, pues en palabras de María Paulina Baena (2016), durante una entrevista para el Centro de Estudios en Periodismo (CEPER) el 10 de noviembre de 2016,

definió a su medio como “una columna de opinión hecha video con mucha emocionalidad”, lo cual muestra que el cuerpo periodístico del mencionado medio es consciente de que lo que realizan en formato de video, está altamente configurado por emociones.

### Ilustración 1

The screenshot shows the YouTube channel page for 'La Pulla' by 'EL ESPECTADOR'. At the top, there is a profile picture of a woman, the channel logo (a microphone with 'La Pulla' and 'EL ESPECTADOR' text), and social media information: 'Todos los jueves por nuestras redes sociales', 'Facebook: elespectadorcom', and 'Twitter: @elespectador'. A 'Suscribirse' button shows 147,874 subscribers. Below the navigation tabs, the channel statistics are circled in red: '147.874 suscriptores • 6.860.540 visualizaciones' and 'Fecha de creación: 6 abr. 2016'. The description states: 'En Colombia nos sobran motivos para rabiar. La Pulla es un espacio de opinión para aportar contexto y reflexión a la fugaz indignación de los colombianos. Emberráquese con argumentos. Emberráquese con nosotros.' The 'Canales recomendados' section lists 'El Espectador', 'Las Igualadas', and 'Entre Juegos'.

Lo mismo pasa con Daniel Samper Ospina y su formato ‘Hola Soy Danny’ en el que traslada lo que normalmente escribe en Semana, al recurso gráfico audiovisual. Como se puede observar en la ilustración, Samper Ospina tiene 304.169 suscripciones en su cuenta de YouTube, a tan sólo un año aproximadamente de haber adoptado la nueva plataforma. La aceptación de este nuevo ‘youtuber’, como se autodenomina Samper Ospina, ha marcado un antes y un después, debido a que con este experimento se comprobó que el periodismo de opinión también puede hacerse desde formatos videográficos.

### Ilustración 2

Lo curioso de esto, por lo menos en el caso de El Espectador, es que siendo uno de los diarios más tradicionales, teniendo en cuenta que su fundación data de 1887 por obra de Fidel Cano Gutiérrez, se hayan atrevido a incursionar en un terreno nunca antes explorado – por lo menos en Colombia- como lo es la columna de opinión en formato audiovisual. Se podría decir, casi que a manera de atrevimiento, que este ‘riesgo’ que tomó el periódico no fue a ojo cerrado sino que por el contrario, sabían que podían ganar un terreno que en la actualidad es altamente poderoso. Basta con leer cifras que confirman que la tenencia de *smartphones* en Colombia aumentó un 50% en 2016, según cifras de Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en Colombia (MINTIC). Lo cual deja leer casi entre líneas, que El Espectador no dio paso en falso al incursionar en el novedoso formato.

No obstante, aún y cuando el periodismo opinativo estimula la aparición del debate, y su influencia política ha hecho que el periodismo ocupe una función importante en la vida pública (Arroyas; Berná, 2015), es necesario preguntarse si realmente el referido género, a la luz de su crecimiento significativo, puede convertirse en un arma de doble filo que le hace creer a la gente que al hacer uso de este género, se informa y entiende la realidad con una visión panorámica.

Cuando Platón en La República, libro V, escribía acerca de cómo los humanos perciben la realidad, planteaba que la ‘opinión’ es algo que se encuentra entre el conocimiento

y la ignorancia (López, 2001), y que en realidad, lo que resulta de ella, es un juicio basado en las apariencias mas no en el conocimiento puro:

Los conocimientos (...) fundados en una vista clara de los objetos son una verdadera ciencia; y los (...) que sólo descansan en la apariencia, no merecen otro nombre que el de opinión (...).

- Luego si la ciencia tiene por objeto el ser, y la ignorancia el no – ser, es preciso buscar, respecto a lo que ocupa el medio entre el ser y el no – ser, una manera de conocer, que sea intermedia entre la ciencia y la ignorancia, suponiendo que la haya.

- Sin duda.

- Y esta cosa intermedia, ¿no es la opinión?

- Sí. (Platón citado por López, p. 37, 2001)

En ese orden de ideas, siguiendo la premisa platónica, la opinión que se diferencia tanto de la ignorancia como del conocimiento, la pone en una especie de limbo, puesto que se debate entre dos puntos antagónicos. Esta teoría de la Grecia clásica encontrada en Platón, no pierde vigencia y se mantiene en el tiempo, a tal punto de coincidir con lo que pasa actualmente en la dinámica de construcción de opinión pública. Basta echar un vistazo a lo sucedido con Juan Carlos Vélez, gerente de la campaña por el ‘No’ del Centro Democrático, quien en entrevista con el diario bogotano La República (2016) contó:

Descubrimos el poder viral de las redes sociales. Por ejemplo, en una visita a Apartadó, Antioquia, un concejal me pasó una imagen de Santos y ‘Timochenko’ con un mensaje de por qué se le iba a dar dinero a los guerrilleros si el país estaba en la olla. Yo la publiqué en mi Facebook y al sábado pasado tenía 130.000 compartidos con un alcance de seis millones de personas (...) la estrategia era dejar de explicar los acuerdos para centrar el mensaje en la indignación (La República, 2016).

La estrategia de la campaña por el ‘No’ liderada por Vélez bajo la brida de Uribe, coincide claramente con la idea platónica acerca de la opinión y lo que ésta representa. Un medio camino entre la ignorancia y el conocimiento, en el que en este caso, es más que evidente que se encuentra a merced de la ignorancia. La estratificación de los argumentos de la referida campaña plebiscitaria, la creación de cortinas de humo y la manera como se dejó de

explicar el acuerdo, confirma que la finalidad era construir opinión respecto del proceso de paz y el plebiscito, a partir de ideas e información falsas que, al fin de cuentas, se alimentaba de la desinformación y la apatía por los asuntos políticos, pues quedó claro que el público del que apelaba dicha campaña, no leyó el acuerdo final y tomó su decisión de voto con base en lo explicado por la campaña del Centro Democrático.

El fenómeno que ocasionó el proceso de paz y el plebiscito demostró la importancia de todos aquéllos que gozan de cierta notoriedad pública, llamados líderes de opinión (Miralles, 2001). Su influencia aunque poco analizada y advertida, se ha convertido en un peligro en el marco de la participación y el debate de los asuntos de interés general, teniendo en cuenta que el discurso de los medios de comunicación tiene gran influencia en los conocimientos e ideología de la gente, sin importar las diferencias políticas o sociales. Si bien, aunque no siempre influye de manera directa en las opiniones, puede llegar a determinar en gran medida, los filtros de procesamiento de la información y la percepción de todo lo que acontece en sociedad (van Dijk, 2010).

Sin embargo, aun cuando la excesiva atención a este género periodístico puede llevar a caer en lo mencionado como la ‘Espiral del Silencio’ (1992) para explicar que a partir del miedo a exponer ideas que van en contravía de lo que la mayoría piensa, se puede llegar a excluir y silenciar a las minorías, como lo precisa Neumann. Hay quienes encuentran plausible y necesario el éxito que actualmente tiene el periodismo opinativo. Al respecto, Rincón (2017) ante la pregunta que versaba sobre cuál era la opinión que le merecía los nuevos formatos de periodismo de opinión como ‘La Pulla’ y ‘Hola soy Danny’ afirmó:<sup>4</sup> “Lo mejor que le ha pasado al periodismo en este país es la aparición de estos nuevos formatos de opinión, pues la gente ya está cansada del mismo periodismo de siempre”.

Con todo esto, la situación en la que se enmarca la aparición de las nuevas formas de hacer periodismo, en este caso de opinión, deja al descubierto por ahora, que incluso desde la academia no se ha empezado a examinar la influencia que la susodicha nueva generación de periodismo puede tener a través del discurso en la formación de opinión pública. En el caso de

---

<sup>4</sup> Entrevista realizada por la investigadora del presente ejercicio investigativo, en el marco de la conferencia dictada por Ómar Rincón en Uniminuto - Centro Regional Girardot, titulada ‘Las mutaciones bastardas de la comunicación’ durante la celebración del ‘día del periodista’ el 28 de abril de 2017.

Ómar Rincón (2017), quien durante la entrevista jamás resaltó que el periodismo a la vieja usanza presenta una marcada relevancia, puesto que contrario al género opinativo, la nueva modalidad cuenta con características diferentes que le permiten ser más preciso y alejado de cualquier juicio nublado por la emoción, pues su finalidad es esgrimir argumentos agudos sobre los hechos, tal cual son.

Se evidencia que Rincón (2017) considera que el periodismo tradicional ya no logra atrapar a las personas, tal vez porque el ciudadano común no está dispuesto a leer noticias cargadas de datos que le son difíciles de comprender y prefiere una voz líder que le explique – a su manera- los hechos que son noticia o de interés general. Allende a esto, aunque las cifras sobre el crecimiento tecnológico son bastante dicentes, vale la pena preguntarse en términos sociales y culturales, qué es lo que sumado a esto pudo ayudar a desligar a las personas del periodismo tradicional y aumentar la cercanía con el género opinativo.

En ese orden de ideas, Jean-François Lyotard (1991), en una de sus obras más representativas, ‘La condición postmoderna, informe sobre el saber’, realiza un recorrido por lo que ha sido la ruptura de los grandes metarrelatos o metadiscursos entre la modernidad y la postmodernidad. Se entiende por modernidad al periodo histórico que empezó con el renacimiento y tiene como característica principal, el abandono de un todo teológico, es decir, del mundo explicado y fundamentado a través de la fe. Es ahí cuando se pasa del mito a la razón. La tesis principal de Lyotard (1991) expone que, en la transición de la modernidad a la postmodernidad, se generó una ruptura o deslegitimación de los cuatro grandes metadiscursos que durante la modernidad fueron las ideas rectoras de la sociedad: el relato cristiano, el marxista, capitalista y el iluminista, que terminaron por sucumbir.

Así las cosas, si la modernidad se caracterizó por tener como sustento grandes historias o relatos que enmarcaban la vida en sociedad y señalaban cuál debía su rumbo. Muy al contrario, la postmodernidad se encargó de validar los pequeños relatos, debido a que en este contexto la historia era entendida como una multiplicidad de hechos, es decir, los grandes relatos rectores de la vida humana quedaron en el pasado para dar paso a una visión y devenir del mundo diferente. Al respecto, Lyotard (1991) afirma:

Este estudio tiene por objeto la condición del saber en las sociedades más desarrolladas. Se ha decidido llamar a esta condición «postmoderna». El término está en uso en el continente americano, en pluma de sociólogos y críticos. Designa el estado de la cultura después de las transformaciones que han afectado a las reglas de juego de la ciencia, de la literatura y de las artes a partir del siglo XIX. Aquí se situarán esas transformaciones con relación a la crisis de los relatos(...). Simplificando al máximo, se tiene por «postmoderna» la incredulidad con respecto a los metarrelatos (p.4).

La extrapolación de la teoría de Lyotard tiene validez en el sentido que explica cómo a partir de esta ruptura histórica hasta la contemporaneidad, la sociedad en general ha cambiado su forma de percibir el mundo: lo cual puede arrojar luces acerca de cómo el género informativo ha caído en desuso frente al opinativo debido a sus características que se acomodan más a lo que la mayoría de personas buscan. Si bien aunque es necesaria la existencia de la opinión dentro del periodismo y más para incentivar la pluralidad de ideas en el debate; además, de la adecuación de este oficio a los avances que la tecnología ha logrado en años de investigación, hay que prestar más atención a los procesos que se forman en torno de tal género, procesos de construcción del acervo información y de formación de opinión pública, los cuales son fundamentales para entender hechos coyunturales como el del plebiscito del 2 de octubre de 2016.

Por último, la construcción de opinión pública a través del periodismo de opinión, responde a fenómenos que se circunscriben al ámbito de expansión tecnológica, que permite mayor interacción y conectividad de los lectores tradicionales y nuevos nichos gestados gracias a la aparición de nuevos ‘opinadores’, los cuales tienen acogida por poseer un lenguaje sencillo, una notable locuacidad -como en el caso de ‘La Pulla’- y por transmitir al público una mayor relación de cercanía entre ciudadanos y la empresa periodística.

En ese orden de ideas, el ciudadano común, sobre todo el joven, quien se caracteriza por profesar cierta desconfianza y apatía hacia las instituciones tradicionales, se siente más y mejor representado por un periodismo que ya no se ocupa sólo de contrastar las fuentes, relatar los hechos y destapar lo oculto, en la actualidad, sino de mostrar indignación e impresionismo crítico para, en últimas, lograr persuadir y exponer sus ideas acerca de determinados temas

que en realidad, se espera puedan influir en la postura de los lectores (Ortega; Humanes, 2004).

## 5.8 Periodismo Informativo

Si el periodismo de opinión se encasilla en el mundo de la interpretación, y tiene como objetivo valorar o enjuiciar los hechos relevantes, ¿cuál es la función del periodismo informativo? Capilla (2014) dice “el informativo se caracteriza por una tipología textual situada en los terrenos de la narración y la descripción” (p.26). Así las cosas, el periodismo de vieja estirpe, el cual responde a criterios de precisión y concisión, cumple un papel importante en la medida en que conecta a las personas con lo que está pasando en el mundo, alejado de cualquier juicio de valor. “Los géneros periodísticos, así como los géneros literarios, son formas de expresión escrita que difieren según las necesidades u objetivos de quien los hace” (Peñaranda, 2000, p.1).

Si bien, cada género periodístico como se ha mencionado tiene objetivos distintos, el periodismo, en líneas generales, “tiene como propósito principal, proporcionar a los ciudadanos la información que necesitan, para ser libres y capaces de gobernarse a sí mismos” (Kovach; Rosenstiel, 2012, p. 10). Sin embargo, para poder llevar a cabo dicha tarea, el periodista, sea cual fuere el género en el que opera, debe cumplir con los siguientes elementos:

1. La primera obligación del periodismo es la verdad.
2. Debe lealtad ante todo a los ciudadanos.
3. Su esencia es la disciplina de verificación.
4. Debe mantener su independencia con respecto a aquellos de quienes informa.
5. Debe ejercer un control independiente del poder.
6. Debe ofrecer un foro público para la crítica y el comentario.
7. Debe esforzarse para que el significante sea sugerente y relevante.
8. Las noticias deben ser exhaustivas y proporcionadas.
9. Debe respetar la conciencia individual de sus profesionales.

(Kovach; Rosenstiel, 2012, p. 21)

Los valores fundantes del periodismo, se orientan siempre a la emancipación para el ejercicio autónomo de la conciencia de los ciudadanos. Sin embargo, aun y cuando el oficio está nutrido de ideas tan nobles como los nueve fundamentos anteriores, la realidad es totalmente distinta conforme pasa el tiempo. El periodismo que, según (Gomis, 1991), “interpreta la realidad social para que la gente pueda entenderla, adaptarse a ella y modificarla. Puede considerarse un método de interpretación sucesiva de la realidad social. (...). Decir que los medios tratan de interpretar la realidad como un conjunto de hechos, equivale a decir que tratan de comprender y expresar algunos de los hechos que juzgan más significativos y trascendentes, y comunicarlos en forma de noticias.” (p. 35).

No obstante, aunque la sociedad no pueda vivir en un presente que no la envuelva y le sirva de referencia –información veraz- (Gomis, 1991) la dinámica informativa ha cambiado sustancialmente gracias a la aparición de las redes sociales y lo que ahora se conoce como ‘posverdad’.

### **5.9 Posverdad, el remplazo de todo aquello que compone al periodismo**

La hiperabundancia de información en el mundo digital, suele verse en primera instancia como algo positivo en la medida de que está bien que ahora todas las personas puedan acceder a la información desde cualquier lugar con un celular. Sin embargo, en esta dinámica informativa globalizadora, se presentan vicios que enturbian todos aquellos conceptos encaminados a la verdad como imperativo categórico en el periodismo.

El concepto de posverdad, abordado por el Oxford Dictionary (2016), se define como un adjetivo que denota circunstancias en las cuales los hechos objetivos tienen menos influencia en la esfera pública, que la opinión pública que apela a la emoción y las creencias personales<sup>5</sup>. Si bien, el término fue acuñado en 2004 por Ralph Keyes, en *The Post-Truth Era. Dishonesty and Deception in Contemporary Life*, hasta el año pasado se viralizó gracias a la aparición como la palabra del año y el contexto en el que se gestó; la elección de Donald Trump como presidente de Estados Unidos y el referendo de la Unión Europea en el Reino Unido, conocido como Brexit.

---

<sup>5</sup> “Relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief“. Definición del concepto de posverdad por el Oxford Dictionary, en 2016.

El análisis de este ‘nuevo’ término ha sido poco estudiado por la academia; sin embargo, su relación con distintos sectores de la sociedad ha estado presente siempre, especialmente, dentro del periodismo: durante épocas tecnológicas y globalizadas, en las que la máxima periodística de que “las opiniones son libres, los hechos son sagrados” ha hecho cobrar validez, pero a la inversa. Entonces, las opiniones se tornan sagradas, más importantes que los hechos, en esta era en la que todos pueden opinar -con o sin autoridad - sobre los diversos temas, amparados en la libertad de expresión” (Aguirre; Zeta, 2017, p. 164).

En esa misma línea, es pertinente creer válida la hipótesis planteada por el término, según el cual se cree que la verdad de los hechos puede llegar a pasar a un segundo plano, sobre todo, con las nuevas formas de hacer periodismo en las que gracias a internet -los videoblogs, por ejemplo- han adquirido mayor relevancia comparado a la noticia. La responsabilidad de los medios de comunicación frente a crear espacios de discusión que fortalezcan la participación de los ciudadanos en las democracias modernas, ha aumentado debido al crecimiento de redes sociales. Por ello,

se parte de la premisa de que la información es un bien común al que debe servir el periodismo desde su papel de mediador entre individuos y grupos sociales, que dependen unos de otros para orientarse sobre la realidad y afrontar los problemas que se plantean en el debate público (Arroyas; Berná, 2015, p. 17).

En ese sentido, la promoción del debate, las opiniones sopesadas con la razón y los discursos periodísticos alejados de cualquier sesgo político o ideológico, resultan de vital importancia para darle a las personas la categoría de ciudadanos, la cual les permitirá participar en todo aquello que sea de interés general, gracias al acervo informativo como base y a la opinión creada luego de un análisis concienzudo de los hechos. No obstante, es pertinente preguntarse si lo planteado en líneas anteriores es posible en una sociedad en la que pese a que la información circula por todos lados, las personas prefieren o se sienten más y mejor informadas siguiendo la opinión de los que creen tienen la razón.

Al respecto, conviene decir que “cuando un hecho comienza a parecerse a lo que usted siente que es verdad, se hace muy difícil que alguien pueda decir la diferencia entre hechos que son verdaderos y hechos que no lo son” (Aguirre; Zeta, 2017, p.168). La influencia desmedida de lo que se conoce como líderes de opinión, se ve reflejada en la capacidad no sólo de convencimiento,

sino también en la incapacidad de las personas de creer que puede haber una visión que está más allá de lo que considera es cierto. Es por eso, que el fenómeno de los líderes mediáticos o de opinión tiene tanta relación con la posverdad:

(...) pues la capacidad de seducción de los líderes mediáticos es tal, que muchas veces no importa tanto lo dicho sino quién lo dice. El no examen de las posiciones y de los argumentos está relacionado con esta situación de poder que ocupan los que hablan (Miralles, 2001, p.77).

La desaparición de la frontera entre la verdad y la mentira no es cuestión de esta época, ha estado presente siempre, sólo que ahora se habla de ello. En vista de eso, el periodismo informativo se configura como el llamado a descubrir y mostrar los hechos que son verdaderos, pues es

básicamente un periodismo de hechos, no de comentarios. La modalidad literaria predominante es el relato de los acontecimientos –lo que los anglosajones denominan *story*- con una gama de especialidades que dan origen a los géneros periodísticos informativos: la información, la entrevista, el reportaje y la crónica en sus diferentes modalidades (Edo, 2009, 42-43).

Al ser este periodismo, un periodismo de hechos y no de comentarios o juicios de valor, como el de opinión, se puede decir que ahí se encuentra la pócima para contrarrestar lo que se conoce como posverdad. La lectura juiciosa de la realidad para así poder contarla a los demás, relatarla y no cambiarla ni ponerla en una versión que se acomode a la forma de entender el mundo del periodista.

La construcción de una opinión pública como la que expone Habermas, en la cual los individuos ejercen su papel como ciudadanos desde un rol de conciencia, participativo y deliberativo, exclusivamente puede darse si fenómenos como el de la ‘Espiral del Silencio’ planteado por Noelle-Neumann, en la que se parte de la idea de que las mayorías obligan a las minorías a callar y a no mostrar sus pensamientos disidentes por miedo al rechazo, no suceden. Y si se ve como una urgencia el virar la mirada hacia el periodismo informativo como aquel género que debe ir primero en la lista del proceso de información de las personas, teniendo en cuenta que el periodismo sirve a la democracia, crea comunidad, y el pueblo se enviste de poder gracias a la libre y responsable circulación de la información (Kovach; Rosenstiel, 2012, p. 44).

### 5.9.1 Sobre democracia y periodismo

Democracia es una palabra que es usada diariamente, sobre todo en los discursos políticos como promesa. Sin embargo, su significado carece de verdadero valor en el imaginario colectivo, debido a que la mayoría de personas se queda con la descripción etimológica de la palabra, la cual nos dice que ésta es el poder del pueblo. Bobbio (2001) la define así:

(...) cuando se habla de democracia, en cuanto contrapuesta a todas las formas de gobierno autocrático, es considerarla caracterizada por un conjunto de reglas (primarias o fundamentales) que establecen quién está autorizado para tomar las decisiones colectivas y bajo qué procedimientos. Todo grupo social tiene necesidad de tomar decisiones obligatorias para todos los miembros del grupo con el objeto de mirar por la propia supervivencia (p.24).

El debate sobre cuál es la mejor de las formas de gobierno no es algo nuevo. Si bien, desde la antigua Grecia, los grandes filósofos reflexionaron acerca de cuál de todas las formas de gobierno era la mejor. La manera artesanal de pensar en la política, lo cual no quiere decir que las reflexiones de los filósofos fueran insignificantes sino incipientes, demuestra que la civilización siempre ha sentido la necesidad de pensar en su forma de organización y sobre todo, de buscar la mejor de todas. Al respecto, Harto de Vera (2005) comenta:

La consideración aristotélica del hombre como animal político remite al hombre que vivía en la polis, y ésta no era una dimensión de su vida entre otras posibles, sino que, por el contrario, representaba la totalidad de la vida del *zoon politikon*. El ciudadano (polites) es un ser total para quien la política constituye una actividad social natural, no separable del resto de la vida (p.45).

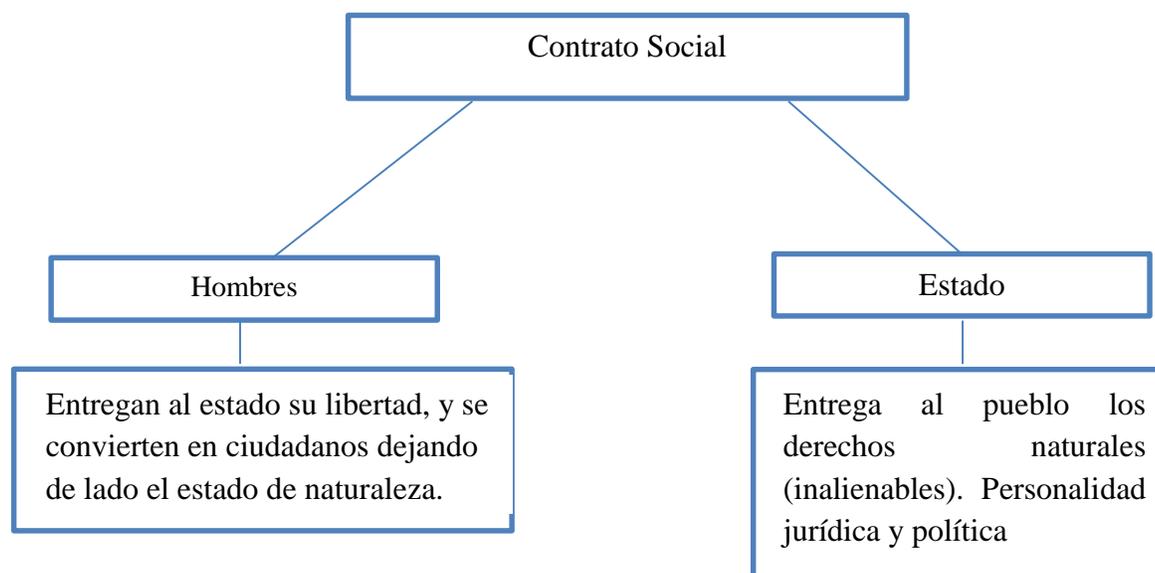
Las consideraciones de los filósofos sobre el hombre como animal político, y por ende, sobre las formas de gobierno, se basaban en juicios de valor los cuales pueden ser definidos

como una artesanía intelectual fundamentada en lo normativo y axiológico. No obstante, con el paso del tiempo, especialmente a partir de la Edad Moderna (1492-1789) surgen nuevas formas de pensar en la política de la mano de las teorías contractualistas. John Locke, para quien la comprensión del Estado moderno empezaba por el simple hecho de salir de lo que acuñó como estado de guerra y estado de naturaleza, de los cuales hace la siguiente diferenciación:

Aquí tenemos la clara diferencia entre el estado de naturaleza y el estado de guerra, y a pesar de que algunos lo han confundido, se diferencian mucho el uno del otro. Pues el primero es un estado de paz, buena voluntad, asistencia mutua y conservación, mientras que el segundo es un estado de enemistad, malicia violencia y mutua destrucción (Bobbio, 2004).

El estado de naturaleza, como aquél en el que los hombres se rigen bajo sus propias normas morales, guiadas por lo divino, desprovistas de reglas sociales que den paso a la vida política y organización social, era lo que para Locke debía desligarse del hombre. Dicho paso –al menos en teoría- traería una condición de igualdad entre los hombres y el Estado, sin embargo, para tal situación, se deberían dar las siguientes condiciones.

**Gráfica 4**



Fuente: propia

La entrega de las libertades por parte de las personas y los derechos por parte del Estado, daría paso a la sociedad que actualmente se conoce. Una sociedad en la que los individuos que la conforman, tienen una categoría de ciudadanos adscrita a deberes y derechos, pero sobre todo, a lo que se conoce como Estado-Nación, en la cual la primera comprende extensión, territorio e instituciones políticas. Y la segunda, todo lo simbólico y que cohesionan como país. No obstante, vale la pena preguntarse si fue realmente suficiente el contrato social para adquirir una sociedad más justa o por lo menos, más organizada.

El debate acerca de la democracia-como anteriormente se había dicho- ha ocupado la mente de la civilización pues es menester de los hombres organizarse de la mejor manera. Tanto así, que aún y cuando la democracia es considerada por muchos la más óptima de las formas de gobierno, sigue existiendo en torno a ella un debate que busca establecer las diferencias entre la democracia directa y representativa. Al respecto, Sartori (1999) establece:

La diferencia básica entre una democracia directa y una democracia representativa es que en esta última el ciudadano sólo decide quién decidirá por él (quién le representará), mientras que en la primera es el propio ciudadano quien decide las cuestiones: no elige a quien decide sino que es el decisor. Por tanto, la democracia representativa exige del ciudadano mucho menos que la directa y puede operar aunque su electorado sea mayoritariamente analfabeto (véase la India), incompetente o esté desinformado. Por el contrario, una democracia directa en tales circunstancias está condenada a la autodestrucción. Un sistema en el que los decisores no saben nada de las cuestiones sobre las que van a decidir equivale a colocar la democracia en un campo de minas (p. 6).

Teniendo en cuenta que en una democracia representativa es el ciudadano quien decide quién decidirá por él y le represente, este último que sería el decisor, tiene la obligación de recibir todas las demandas del pueblo. Al respecto, Pasquino (2011) explica a través del

Modelo Simplificado de Sistema Político de David Easton<sup>6</sup> cómo se canalizan las demandas del pueblo.

### Ilustración 3: Modelo Simplificado de Sistema Político



En la anterior ilustración, los Inputs, se entienden como las demandas que el pueblo exige, y en la mitad del diagrama se observa los entes que canalizan esas demandas del pueblo y que además, están llamados a cumplirlas y solucionarlas. Por su parte, Outputs, vendría siendo el resultado de esa canalización, o sea las decisiones y las soluciones que se dan como respuesta a los requerimientos de la ciudadanía. Ahora bien, ¿esas demandas del pueblo realmente son canalizadas y sobre todo, tienen una respuesta que se ajusta a los requerimientos de las personas?

La democracia necesita no sólo de instituciones políticas lo suficientemente fuertes, sino también de una ciudadanía lo suficientemente informada y por consiguiente, de medios de comunicación que le permitan ignorar menos y entender más lo que sucede en la sociedad. La evolución del pensamiento y las ideas políticas demuestra que el ser humano siempre ha tenido la necesidad de preguntarse cuál es la mejor forma de vivir. Sin embargo, ante el reto de organizarse de la mejor manera, ha quedado a mitad de camino en la tarea de responder ante los dilemas políticos y sociales. Allende a esto, y ante una sociedad tan cambiante, la

<sup>6</sup> La ilustración es realizada por David Easton, la cual es citada por Gianfranco Pasquino (2011) en Nuevo Curso de Ciencia Política.

relación entre democracia y periodismo se hace cada vez más estrecha, pues si bien, aunque se tiene como garantía que Colombia es un Estado social de derecho organizado en una república democrática, es el periodismo el que funciona como vaso comunicante entre el poder y el pueblo, otorgándole a éste último herramientas que le permitan tomar más y mejores decisiones.

Es tal vez una frase llena de lugares comunes –para algunos- aquella que dice que el periodismo fortalece la democracia, o si se quiere verlo de otra manera, que una democracia no puede funcionar correctamente sin un periodismo que vigile todo aquello que radica en el poder. La importancia del periodismo en un país no sólo consiste en que exista periodismo de calidad, pues, ¿de qué vale que hacer buen periodismo, si la gente prefiere acudir a la opinión de otros? Las democracias representativas –como es el caso de la nuestra- exigen del ciudadano algo más que elegir al decisor que decidirá por él, sino también que esté al tanto de lo que su representante hace en ejercicio de su mandato. En ese orden de ideas, aquellos ‘outputs’ de los que habla Easton, deberán ser fiscalizados por el periodismo, cuya función en palabras de George Orwell es “publicar lo que alguien no quiere que se publique”.

Asistimos entonces, a una época en la que periodismo y democracia son inseparables, tanto por las exigencias de democracias representativas, como por la necesidad de información en las personas; información que debe ser veraz y sobre todo, que debe ayudar a la formación de opinión pública.

## **6. Diseño metodológico**

### **6.1 Tipo de estudio**

El método del presente proyecto es de tipo cualitativo, dada la naturaleza del ejercicio que se pretende hacer desde dos técnicas de investigación. Las técnicas por emplearse serán la entrevista semiestructurada y la encuesta. Por otro lado, el tipo de estudio que, a grandes rasgos define esta investigación es el exploratorio descriptivo, puesto que no existen antecedentes o marcos de referencia de otros trabajos similares con la población que será objeto de estudio. Es por eso, que este ejercicio es el primer paso para conocer cómo es la dinámica informativa en los estudiantes del programa de Comunicación Social y Periodismo.

### **6.2 Población y muestra**

Para este ejercicio se seleccionó la población del programa de Comunicación Social y Periodismo de Uniminuto Girardot. Teniendo en cuenta que se abordarán dos técnicas de investigación, la entrevista semiestructurada y la encuesta, habrá dos tipos de muestra. En la primera, para la encuesta, se seleccionará una muestra no representativa de 30 personas de una población de 148 estudiantes del programa, y en la segunda, para la entrevista, del mismo grupo de los encuestados, se seleccionarán diez los estudiantes.

### **6.3 La encuesta**

Alfonso Torres (1996) define a la encuesta como “una técnica de investigación en la cual se utilizan los formularios destinados a un conjunto de personas. Los formularios son idénticos para todos” (p. 116). Si bien, de la encuesta podría decirse que sólo cumple con parámetros positivistas, sin embargo, es preciso señalar que aunque con la encuesta

conseguimos especialmente datos cuantitativos acerca de un tema o problema, también pueden ser cotejados en un estudio cualitativo (Torres, 1996, p. 116).

Para la elaboración de la encuesta, el tipo de muestra empleado será la muestra homogénea. Según (Hernández, R; Fernández, C; Baptista. 2006. p. 567) “en estas las unidades a seleccionar poseen un mismo perfil o características, o bien, comparten rasgos similares. Su propósito es centrarse en el tema a investigar o resaltar situaciones, procesos o episodios en un grupo social”. Si bien, dadas las características de la presente investigación, responde a criterios exploratorios descriptivos, pues “los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (Hernández, R; Fernández, C; Baptista,P. 2006. p.100)

Por otro lado, los estudios descriptivos, “miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así -valga la redundancia- describir lo que se investiga” (Hernández, R; Fernández, C; Baptista,P. 2006. p.102).

Las características de las investigaciones cualitativas, las cuales no responden a criterios positivistas, que dictan que sólo lo medible, verificable y cuantificable puede ser llamado ciencia; permiten abordar cuestiones sociales que se escapan de los números para darles un análisis más profundo y sobre todo, flexible a la hora de estudiar. En ese orden de ideas, “la muestra en el proceso cualitativo, es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etcétera, sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo a población que se estudia” (Hernández, R; Fernández, C; Baptista,P. 2006. p.562), permiten que tanto en la entrevista semiestructurada, como en la encuesta, las muestras escogidas sean no representativas.

## **6.4 La entrevista semiestructurada**

Francisco Sierra (1989) define la entrevista cualitativa como “un instrumento eficaz de gran precisión en la medida que se fundamenta en la interrelación humana (...) En concreto, la entrevista proporciona un excelente elemento heurístico para combinar los enfoques prácticos, analíticos e interpretativos en todo proceso de comunicar” (p. 278). Teniendo en cuenta lo anterior, la entrevista permite mayor cercanía con el objeto de estudio y puede abrir el camino para que a través de la conversación amistosa, se pueda llegar a comprender por qué, en este caso, los estudiantes se informaron a través de un determinado macrogénero periodístico.

Por otro lado, el tipo de entrevista por el que se optó es la entrevista semiestructurada. Sampieri (2006) menciona que tal entrevista “se basa en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos y obtener mayor información” (p. 630).

A grandes rasgos, la entrevista cualitativa, en este caso semiestructurada, sirve en este ejercicio como una herramienta mediante la que se pretende confirmar los resultados que arrojará la encuesta. Su característica de cercanía e interacción, permiten que, a través de la añadidura de interrogantes que surgen en el entrevistador a lo largo de la conversación, se puedan tener respuestas que permitan explorar y describir.

## **7. Resultados**

### **7.1 Resultados del sondeo de opinión a los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo**

La encuesta fue aplicada a 30 estudiantes de Comunicación Social y Periodismo, los cuales tienen edades entre 19 y 34 años. Su nivel académico oscila entre V y IX semestre. La importancia de realizar este sondeo, radica en la posibilidad de conocer en primera instancia, cómo se informan los estudiantes que en un futuro serán los que tendrán la responsabilidad de informar a la ciudadanía. Los estudiantes respondieron las siguientes nueve preguntas:

## 7.2 Preguntas de la encuesta

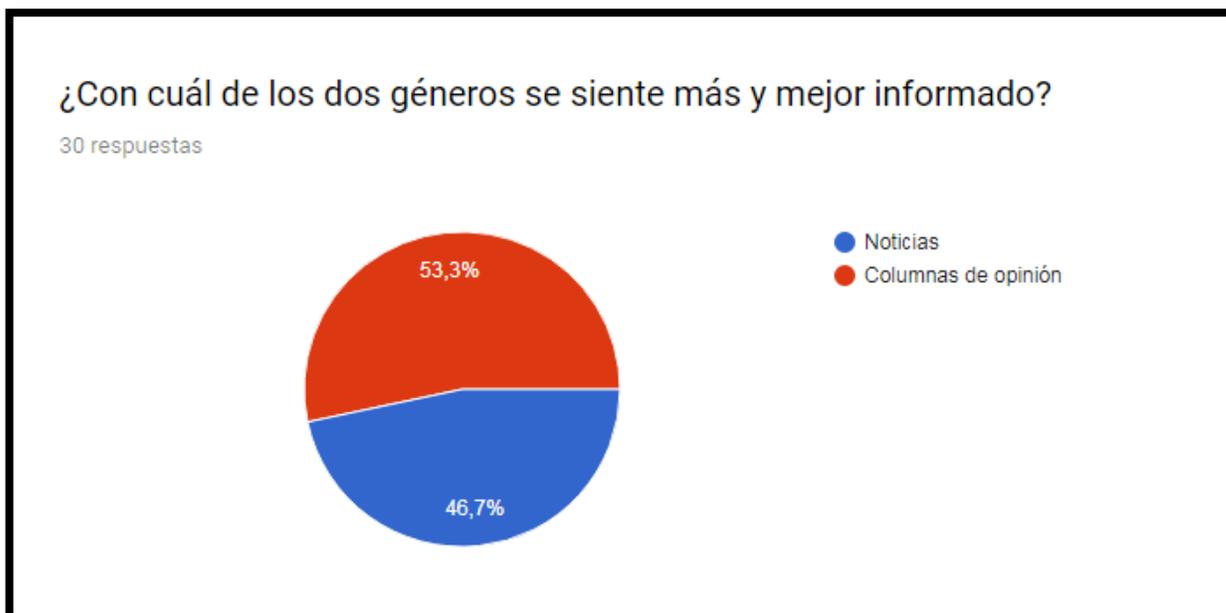
1. ¿Votó usted en el plebiscito del 2 de octubre de 2016?
  - a. Sí
  - b. No
2. ¿A través de cuál de los siguientes géneros periodísticos se informó usted más para votar en el plebiscito?
  - a. Periodismo informativo
  - b. Periodismo de opinión
  - c. Ambos
3. ¿Con cuál de los dos géneros se siente más y mejor informado?
  - a. Noticias
  - b. Columnas de opinión
4. ¿Cree usted que formatos como ‘La Pulla’ y ‘Hola soy Dany’ además de opinar, informan a la gente?
  - a. Sí
  - b. No
5. ¿Conoce usted cuáles son las funciones del periodismo informativo y de opinión?
  - a. Sí
  - b. No
6. ¿Comparte usted en sus redes sociales, como Facebook y Twitter, artículos de opinión o noticias?
  - a. Sí
  - b. No

7. ¿Qué comparte más en sus redes sociales?
  - a. Columnas de opinión
  - b. Noticias
8. ¿Solamente consulta medios de comunicación que coincidan con su línea de pensamiento?
  - a. Sí
  - b. No
9. Mencione el medio de comunicación que más credibilidad le merece

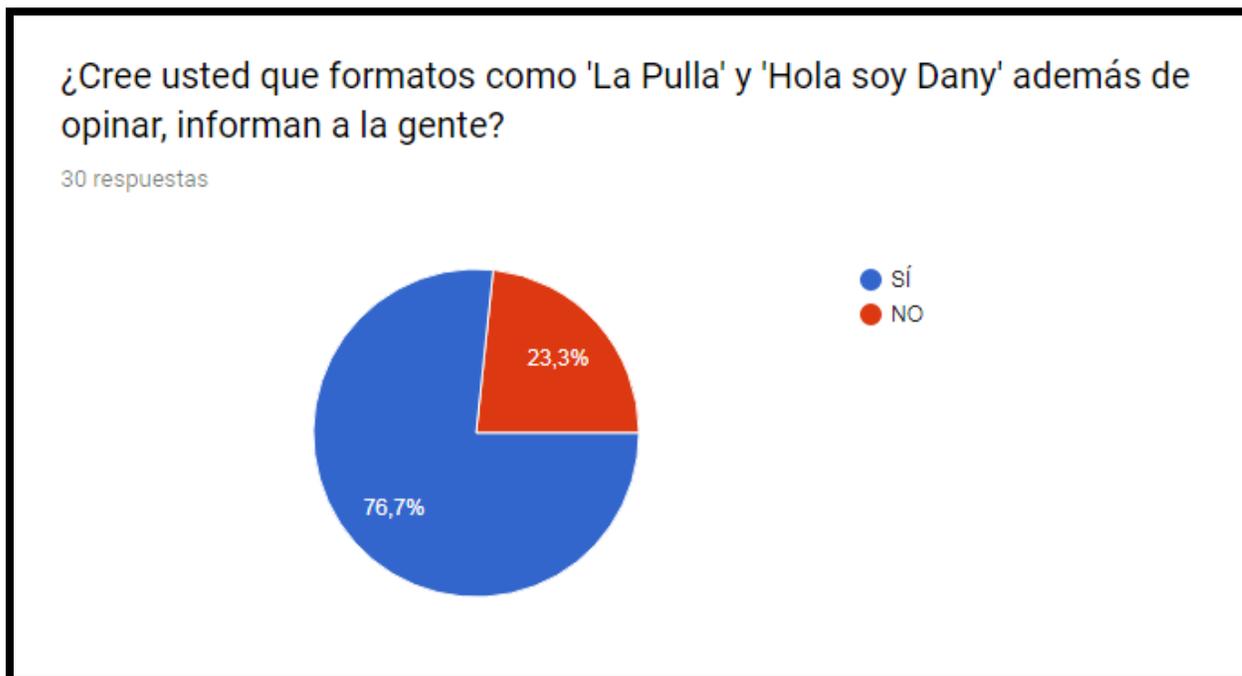
### 7.3 Resultados de las preguntas del sondeo de opinión en gráficos

**Gráfica 5**



**Gráfica 6****Gráfica 7**

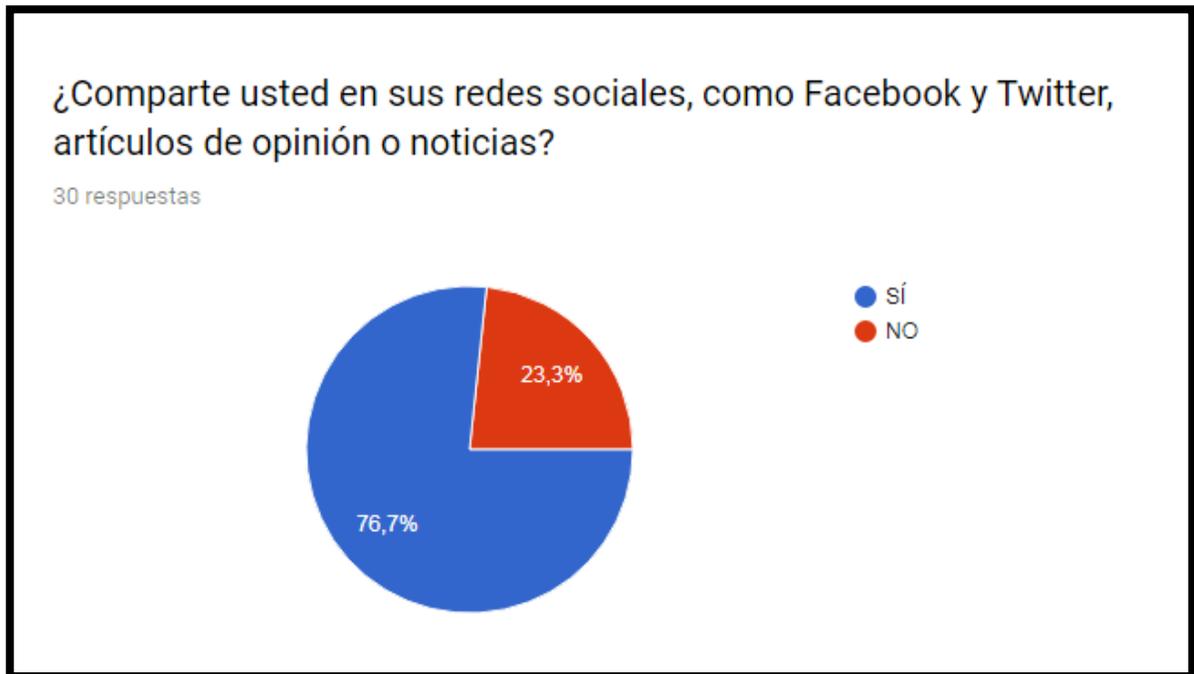
Gráfica 8



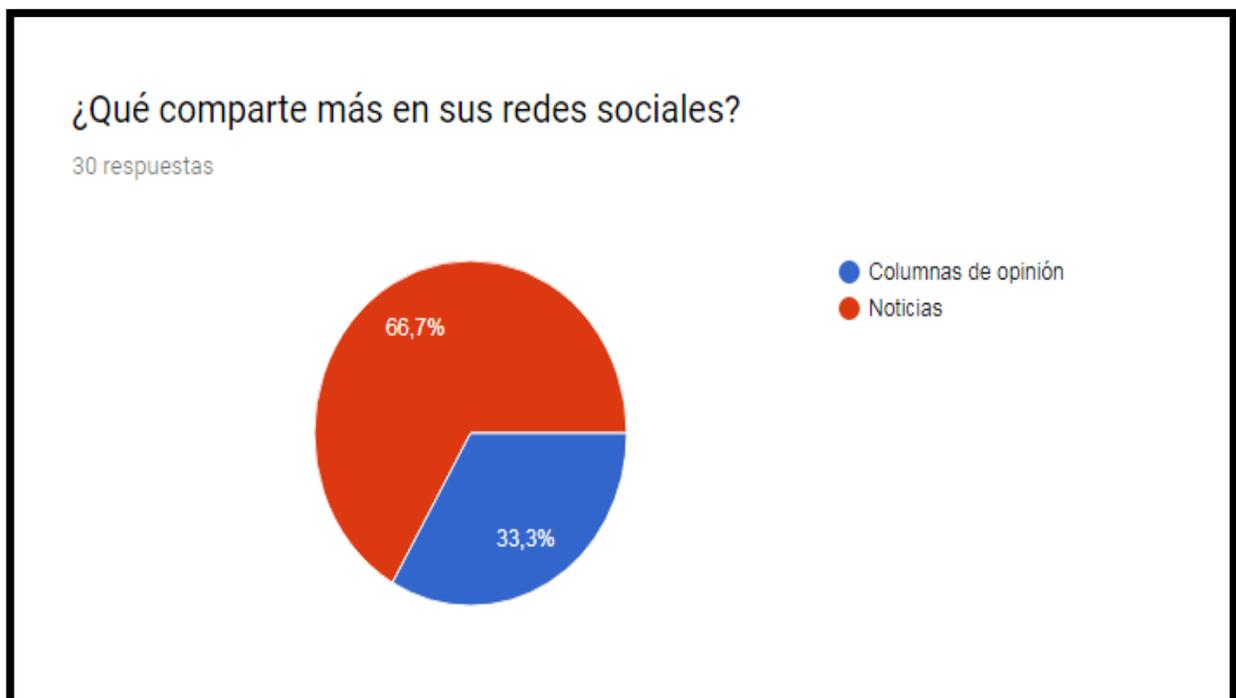
Gráfica 9



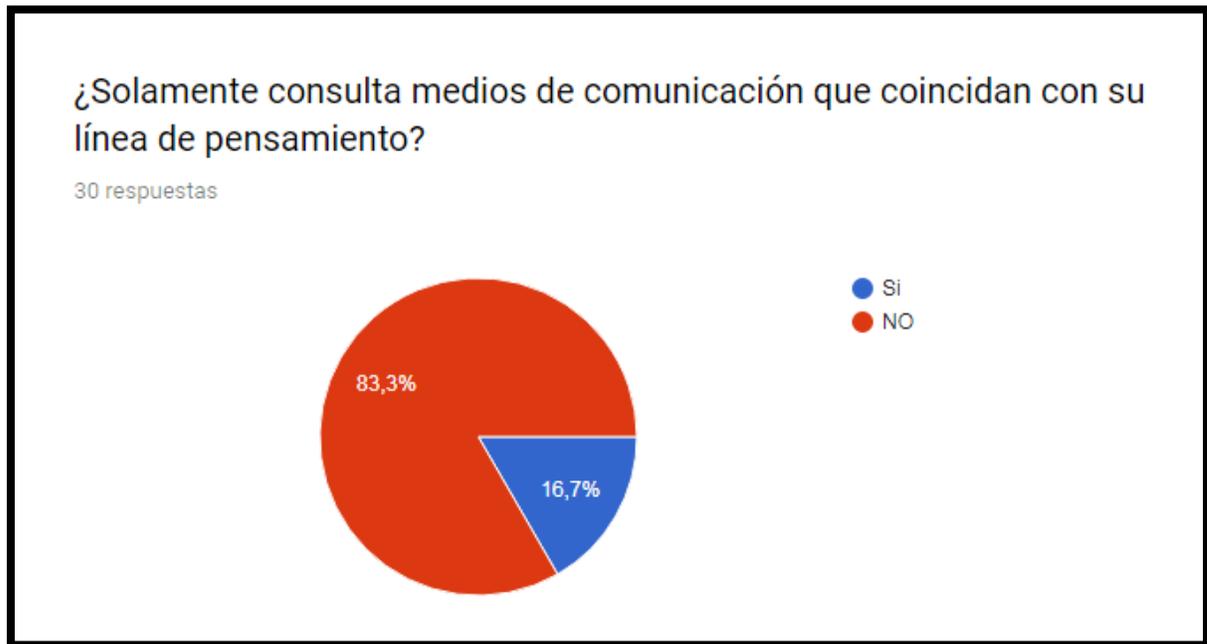
Gráfica 10



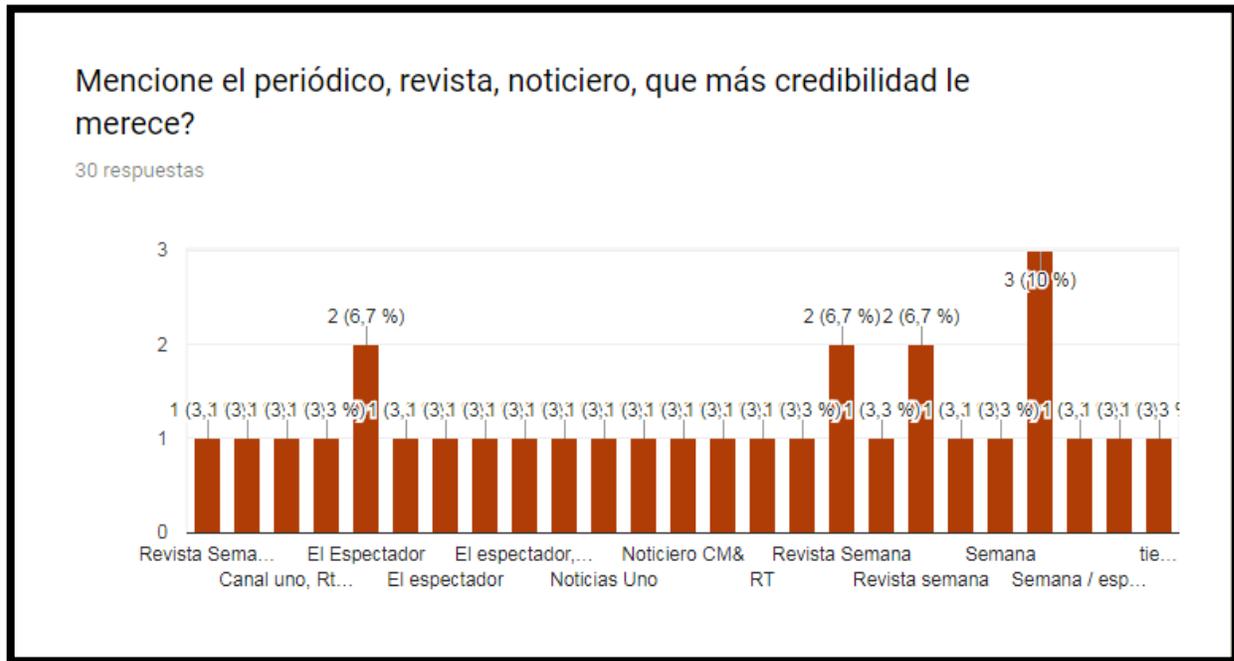
Gráfica 11



Gráfica 12



Gráfica 13



## 7.4 Estudiantes entrevistados

**Tabla 1**

<b>NOMBRE</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>EDAD</b>
Wilmer Piramanrique	IX	23 años
Martín Felipe León	IX	24 años
Brayan Izquierdo	VIII	21 años
Nicolás Rodríguez	VI	20 años
Lisa Rincón	IV	20 años
David Rivadeneira	IX	33 años
María Paula Espitia	IX	20 años
Róbinson Grajales	IX	26 años
Yuss Hernández	VIII	26 años
María José Reyes Mur	IX	20 años

## 7.5 Análisis de las entrevistas a los estudiantes

El resultado de la encuesta, que buscaba saber a través de cuál género se informaron los estudiantes para tomar su decisión de voto, arrojó que un 76,7% hicieron uso de ambos géneros para informarse, frente a un 16,7% que se informó a través del periodismo informativo y el restante, 6,7 de periodismo de opinión. Si bien, según el cuestionario los estudiantes se informaron con ambos géneros, un 53,3% afirmó sentirse más y mejor informado con el género de opinión y un 46,7% con el periodismo informativo. Los datos anteriores en primera instancia, podrían dar a pensar que existe una contradicción en el

proceso informativo de los estudiantes, sin embargo, en las entrevistas semiestructuradas que se les realizaron, esto quedó descartado pues los entrevistados mostraron y explicaron su opinión sobre ambos géneros.

### **7.5.1 ¿De los dos géneros, informativo y de opinión, con cuál de los dos se siente más y mejor informado?**

La encuesta, cuya muestra es no representativa, demostró que hay mayor predilección por el género opinativo, el cual es coherente con las respuestas de siete de los diez estudiantes entrevistados, como Rivadeneira<sup>7</sup>, quien afirmó que “tuve un híbrido entre los dos géneros, pero con mayor porcentaje del género de opinión, pues soy más lector de los artículos opinativos que de las noticias. En las noticias se tiende a ver las cosas muy repetitivas o simplistas, me concentro más en los debates o en las discusiones que en los meros retratos informativos”. A esta declaración, se suman la de otros estudiantes quienes admiten que si bien, aunque el género informativo tiene un lugar en la dinámica informativa, hay mayor peso del opinativo a la hora de informarse y construir opinión.

En el transcurrir de las entrevistas, fue evidente que los entrevistados mostraban una opinión a favor de todo lo que compone el género de opinión, pero además de eso, se evidenció el porqué de la predilección de éste sobre el informativo. Por ejemplo, Grajales<sup>8</sup>, manifiesta con total convencimiento que “para el plebiscito y para casi todos los asuntos de Estado, busco a los líderes de opinión, considero que los medios de comunicación tradicionales e informativos están un poco polarizados y básicamente informan mal. Siempre hay cortinas de humo, especialmente en los canales de televisión, éstos fueron lo peor, cada uno apoyando el lado que consideraban correcto”.

La opinión del estudiante, respecto de la marcada desconfianza hacia los medios de comunicación por su aparente polarización y sesgo, coincide con la percepción de Espitia<sup>9</sup> “siento que el género de opinión es más imparcial, los medios de comunicación siempre van a estar filtrando información a favor de ciertos partidos políticos o ciertos dirigentes”. Esta

---

<sup>7</sup> Escuchar entrevista número 1.

<sup>8</sup> Escuchar entrevista número 2.

<sup>9</sup> Escuchar entrevista número 3.

respuesta, al igual que la anterior, es una radiografía de la desconfianza generalizada que en muchas ocasiones se ha advertido en diferentes encuestas en las que se le pregunta a la gente si realmente piensa que los medios de comunicación son imparciales. En este caso, dos de los estudiantes manifiestan de manera abierta que en Colombia los medios informan mal por su muchas veces evidente sesgo. No obstante, conscientes de que el sesgo y la polarización puede encontrarse en cualquier género periodístico, a lo largo de la entrevista, Espitia aceptó que “la imparcialidad del género de opinión depende del que esté opinando” lo cual demuestra que aunque hay una inclinación por el género opinativo, son realistas y aceptan que la polarización, el sesgo y la mentira, también pueden estar en los líderes de opinión, pues no todos son responsables con lo que plasman en sus textos.

### **7.5.2 ¿Qué opina acerca de ‘La Pulla’ y ‘Hola soy Danny’?**

En términos generales, los estudiantes manifestaron abiertamente que la aparición de estos dos formatos se debe a los avances tecnológicos, sobre todo teniendo en cuenta el uso de redes sociales y celulares. La percepción de los diez entrevistados, muestra claramente que todos acostumbran a ver las entregas semanales de ‘La Pulla’ y ‘Hola soy Danny’. La respuesta de Reyes<sup>10</sup> fue muy clara respecto a esta cuestión, “considero que son geniales porque rompen los esquemas del periodismo, y no tienen un contenido basura pues hablan de temas que nos competen a todos, sobre todo temas políticos que muchas veces son tan alejados de los jóvenes”.

Este parece ser un lugar común en las respuestas de los próximos periodistas, pues consideran que estos dos formatos además de hablar de temas de interés general, comparten la particularidad de ser los primeros en hacer este tipo de periodismo en Colombia, y sobre todo, esa insospechada mixtura entre lo que se conoce como ‘youtubers’ y el periodismo de opinión a través de videoblogs. Si bien, aunque lo anterior no quiere decir que ahora todos los youtubers son periodistas, hay un punto de encuentro entre estos dos. Dicho punto radica en la

---

<sup>10</sup> Escuchar entrevista número 4.

manera de edición de los videos, pues tanto el de Daniel Samper y El Espectador, cuentan con una manera de grabación segmentada. La segunda, está en la narrativa de éstos, pues tanto los youtubers, como estos periodistas manejan un lenguaje sencillo, corto y acompañado de textos pequeños, imágenes y videos de apoyo. Estas características son las que quizá han hecho que estas dos apuestas periodísticas tengan tanta acogida entre distintos sectores del país, sobre todo en los jóvenes.

### **7.5.3 Acerca de la opinión de Ómar Rincón<sup>11</sup> respecto los nuevos formatos periodísticos**

La opinión de Rincón, fue enfática al decir que ‘La Pulla’ y ‘Hola soy Danny’ “son videos que explican la realidad con un poco de opinión, ironía y humor, pues no tenemos que aguantarnos los medios tradicionales haciendo ‘periodismo carroña’, ‘periodismo vampiro’. (...) El periodismo clásico está mal hecho, hay que hacer un periodismo que cuente historias y nos muestre la realidad”. Respecto de la visión del profesor, se le preguntó a los estudiantes si al igual que él, consideraban que efectivamente estos formatos son actualmente lo mejor que le ha pasado al periodismo en Colombia, a lo que Piramanrique<sup>12</sup> piensa “que se use la tecnología para informar es bueno, pero que estos formatos hayan revolucionado el periodismo no lo creo. Pienso que el periodismo tradicional debe primar siempre, pues es el que cuenta los hechos como son”. Es innegable la relación entre los nuevos medios y la tecnología, pues en teoría cualquier avance tecnológico se hace con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas, sin embargo, es pertinente preguntarse si en este caso, con estas dos nuevas estrategias periodísticas, se hace más fácil para la gente informarse o si en realidad lo único que se está haciendo es volver a la gente aún más facilista para conocer lo que está pasando en el mundo.

Los estudiantes coinciden en sus respuestas al decir que ‘La Pulla’ y ‘Hola soy Danny’ son buenos pero no son lo mejor que tiene el periodismo en estos momentos en

---

<sup>11</sup> Este apartado se encargó de conocer la declaración de Rincón en la entrevista que le realizó la investigadora del presente trabajo. En dicha entrevista manifestó que ‘La Pulla’ y ‘Hola soy Danny’ son lo mejor que le ha pasado al periodismo en Colombia.

<sup>12</sup> Escuchar entrevista número 5.

Colombia, pues todos en el transcurso de la conversación, reconocen que aunque el género opinativo tiene características más flexibles, la noticia cumple con una función primordial, la de relatar los hechos de manera veraz, oportuna, concisa y precisa. Lo cual, demuestra que todos son conscientes de las características de cada género y sus funciones.

Si bien, Colombia no ha sido el único país en adoptar este tipo de formatos en los que un periodista o varios se sientan frente a una cámara a exponer su visión de algún tema. En el continente europeo, está José Ignacio Gabilondo Pujol, más conocido como Iñaki Gabilondo<sup>13</sup>, quien en un video no mayor a cinco minutos, realiza un panorama general de distintas situaciones y además muestra su opinión en cámaras. El caso colombiano no es del todo idéntico a este videoblog de El País, puesto que a diferencia de ‘La voz de Iñaki’ tanto El Espectador como Daniel Samper, imprimen a sus videos un lenguaje más jocoso, sencillo y muchas veces airado por tanto apasionamiento.

“Pienso que es triste que al colombiano se le deba explicar siempre todo con plastilina” opina León<sup>14</sup>, quien de manera abierta afirmó que si bien, visita los videos de estos periodistas colombianos, siente mayor atracción por el periodismo informativo, aunque según él, es una persona que sólo lee los titulares de las noticias, pues considera que un buen titular o lead, puede decir todo lo que contiene la noticia, sin necesidad de que el lector lea todos los párrafos del cuerpo de ésta. Dicha afirmación, es una primera pista en el camino, pues éste estudiante, el cual en la encuesta realizada contestó que se había informado a través del periodismo informativo para votar en el plebiscito, acepta sin necesidad de preguntarle, que aunque prefiere la noticia, su acervo informativo muy probablemente se quede corto al no tener interés por leer completamente cualquier artículo periodístico del género informativo. Así las cosas, al menos para ésta persona, aunque acepta que el género opinativo tiende a explicar todo con plastilina y reconoce que es mejor una noticia pues relata los hechos, no es posible asegurar que esté lo suficientemente bien informado si él mismo acepta que por falta de tiempo y poco interés en la lectura, no pasa más allá de leer un titular o cuando mucho, un lead.

---

<sup>13</sup> Periodista español de El País y director de la Cadena SER, quien actualmente presenta la sección de videoblog ‘La voz de Iñaki’.

<sup>14</sup> Escuchar entrevista número 6.

La disposición de las personas por la lectura completa de noticias –incluso de quienes manifiestan sentirse más atraídos por la información- hace que cobre validez la teoría que sostienen algunos de que el periodismo tradicional ha caído en desuso por lo cargado de datos que pueda a llegar a estar una noticia, y que muchas veces las personas ya sea por su nivel educativo o simple disposición, no están dispuestos a leer y por lo tanto, tampoco a entender.

#### **7.5.4 Declaración de María Paulina Baena, emocionalidad y periodismo**

Artículo 20 de los Derechos Fundamentales:

Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

Con la constitución de 1991, que reemplazó la de 1886, se ampara uno de los derechos fundamentales como lo es la libertad de expresión. Cobijados bajo este derecho, cualquier persona puede expresar su opinión respecto de cualquier tema, en aras de promover el debate público y la participación ciudadana para garantizar los valores fundantes de la democracia. El periodismo basa su ejercicio sobre este derecho, sin embargo obedece también a deberes o reglas que van más allá de lo legal, es decir, todo lo que se configura dentro de la ética.

María Paulina Baena, quien hace parte del cuerpo de periodistas de ‘La Pulla’, afirmó en un conversatorio con el CEPER, que su medio era una columna de opinión hecha video con mucha emocionalidad. Ante esta definición de ella, se preguntó a los estudiantes qué opinaban de esto, a lo que contestaron “pienso que no necesariamente el hecho de meterle emoción a la opinión puede hacer que se pierda la calidad de los argumentos, pues es posible hablar con vehemencia de cualquier asunto. Sin embargo, si no se tiene cuidado con la argumentación, y se deja ganar al apasionamiento, el discurso puede tener vacíos y falacias” para Rivadeneira, quien además es la persona de mayor edad entre los entrevistados, no hay mayor peligro en la mezcla de emoción y opinión, pues asegura que si hay argumentos sólidos, es posible hablar con vehemencia, tal como lo asegura él.

La percepción de los estudiantes en líneas generales, está concentrada en creer que por ejemplo, como lo dice Izquierdo<sup>15</sup> “la emocionalidad es la forma de atraer al público. Yo creo que esa es la estrategia de ellos, precisamente ser un formato diferente al tradicional, pues si esto no fuera así considero que no tendrían el éxito que actualmente tienen. No veo que esta emocionalidad pueda llegar a nublar la formación de opinión pública en las personas o el mensaje que ellos transmiten”. Dicha percepción demuestra que la emoción, es una de las características principales la cual tiene mayor seducción en los lectores o en este caso, espectadores. A instancias de estas respuestas, se puede afirmar en este punto, que los estudiantes no encuentran negativo la declaración realizada por la periodista, pues por ejemplo para Rincón<sup>16</sup> “estos formatos son una mejor manera de informar, sobre todo teniendo en cuenta que somos una sociedad audiovisual”, la cual en definitiva podría decirse que cumple con aquél dicho popular que afirma que todo entra por los ojos. En ese orden de ideas,

Herrerías (2014) afirma

Larra decía que el periodismo es defender la verdad y el raciocinio. Y sin embargo, estamos viviendo dos historias distintas: la de verdad y la creada por los medios de comunicación. La paradoja, el drama y el peligro están en el hecho de que conocemos cada vez más la historia creada por dichos medios y no la de verdad.

Si en teoría, el periodismo busca defender la verdad y la razón, cómo es posible cumplir con este deber si dentro del mismo mundo periodístico, los comunicadores reconocen que formatos como ‘La Pulla’ son hechos con emocionalidad. Habría entonces que recordar que aunque se está amparado por el derecho a la libertad de expresión, es conveniente aplicar aquél adagio que dice que el buen periodista es el que sabe distinguir el grano de la paja, para precisamente, no caer en apasionamientos que puedan entorpecer el juicio.

### **7.5.5 “Las opiniones son libres, los hechos son sagrados” ¿cree que este adagio cobró validez a la inversa? ¿El periodismo informativo está en desuso?**

---

<sup>15</sup> Escuchar entrevista número 7.

<sup>16</sup> Escuchar entrevista número 8.

Una de las frases de antaño es esta, la cual afirma que sobre cualquier circunstancia los hechos son y serán sagrados siempre. Sin embargo, para algunas personas esta máxima ha cobrado validez a la inversa. Conviene entonces preguntarle a los próximos periodistas, quienes en un futuro tendrán la responsabilidad de cumplir con este dicho, en el orden expuesto, si consideran que a la luz del auge de las redes sociales piensan que dicha premisa actualmente es al revés.

Ante esta pregunta, uno de los estudiantes contestó “creo que actualmente importa demasiado la opinión, y eso se vio en el plebiscito, el ejemplo está en lo que pasó con la campaña del no del Centro Democrático, los cuales convencieron en gran parte a la gente a través de la opinión, en este caso de líderes mediáticos. Sin embargo, opino que no cualquier cosa puede considerarse como opinión pública”. Esta respuesta, al igual que la de los otros entrevistados, coincide en que a causa de vivir en una sociedad digitalizada, el fenómeno de los líderes de opinión ha crecido a tal punto que el clásico adagio ha cobrado validez a la inversa. Martín León, comenta “el periodismo clásico está olvidado porque ya la gente no lee artículos de investigaciones extensas, reportajes, crónicas, análisis noticiosos entre otros. Y esto en parte es culpa de los mismos periodistas, pues algunos hacen un mal manejo de la información, lo cual no respeta al lector y provoca una desconfianza generalizada hacia los medios”.

El presunto desuso del periodismo informativo, el cual sólo puede probarse dentro de la percepción de los estudiantes entrevistados para esta investigación, se debe no solamente a que las opiniones sean sagradas, sino también, por una desconfianza de la ciudadanía hacia los medios. Por ejemplo, León en medio de la entrevista señala que “el periodismo en Colombia es el menos objetivo, pues siempre muestra hasta en las noticias editorialización, rara vez se dedican sólo a informar. Es por eso que realmente me gusta leer medios internacionales”.

#### **7.5.6 ¿Debe existir algún orden en el proceso de información en las personas?**

Una de las preguntas que se le hizo a los diez estudiantes, era si consideraban desde su postura como futuros periodistas, en las personas deberían seguir un orden a la hora de informarse, es decir, que como primer paso se dedicaran a leer todo lo concerniente al género

informativo para una visión panorámica, y como segunda instancia, consultar las diversas opiniones acerca del tema en cuestión. Rodríguez<sup>17</sup>, estudiante de VI semestre opinó que “primero debería primar la parte informativa, pues se supone que ahí hay imparcialidad. Creo se recurren a los líderes de opinión para ver qué aportes le pueden dar a la información, y eso ayuda a que uno forme opinión sobre lo que sucede”. Sin embargo, Reyes expuso una opinión disidente a ésta.

“Yo creo que al que le gusta le sabe. Las personas que prefieren una noticia o reportaje no pienso que dejen de hacerlo, pues es una costumbre. Sin embargo, por lo menos yo que prefiero el periodismo de opinión, considero que no es necesario un orden pues la clave está en consultar diversos articulistas, cuyos pensamientos sean distintos, y no leer siempre lo que coincida con el pensamiento de uno. Leer a distintas personas que contradigan lo que uno cree, también ayuda a informar, además, considero que se puede leer a la vez tanto noticias como columnas de opinión, no pienso que deba existir un orden”.

### **7.5.7 ¿Cree que la predilección de las personas por el género opinativo puede entorpecer la formación de opinión pública?**

Ante esta pregunta una de las estudiantes considera que “es consciente que lo que uno lee es la visión del periodista, y pues obviamente uno no se puede quedar con un solo texto, sino que debe buscar otros para contrastar”, la respuesta de ella no refleja angustia por el posible exceso de la influencia de los líderes de opinión, teorizada por Miralles (2001) en la que se plantea que no importa lo que se diga, sino quién lo diga. Para Espitia, la solución está simplemente en contrastar con otros líderes diferentes a los que se lee, mas no con virar la mirada hacia otros géneros.

Fenómenos como el de ‘La Espiral del Silencio’ planteados por Noelle-Neumann en el siglo XX, afirmaba que existe una presión que se torna desde la opinión de las mayorías sobre las minorías. Dicha tensión, según la politóloga, generaba que aquellos que pensaran diferente tendrían siempre a ser aislados por miedo a expresar opiniones contrarias. Después varios años, esta teoría no ha perdido vigencia. Tanto así, que aún y cuando a los estudiantes no se

---

<sup>17</sup> Escuchar entrevista número 9 del cd.

les preguntó enfáticamente por esta teoría, sino por cómo creían que la influencia de los líderes de opinión puede entorpecer la formación de opinión pública, para Hernández<sup>18</sup>, por ejemplo:

intenté ver a Daniel Samper una vez y no pude, y a la otra niña, la de La Pulla no la aguante por sus gritos, entonces estos formatos no me convencen mucho. Creo que la influencia desmedida puede afectar mucho, pues la gente no busca el trasfondo de los hechos sino que se guía por lo que diga una persona. Imagínate lo que ocurrió con la campaña por el no del Centro democrático. Los líderes de opinión influyen de una manera impresionante, tal vez en personas con algún nivel educativo especial no tanto, pero con las personas en general esto puede ser distinto. En últimas no se forma opinión pública sino que se cree que cualquier cosa que pase es de interés general.

La respuesta de Hernández es contundente al decir que existe una influencia desmedida sobre todo en las personas que no conocen sus derechos y la responsabilidad de informarse correctamente para tomar mejores decisiones. Por otro lado, Rodríguez, con una visión no tan apocalíptica comparada con la de Hernández, asegura que “puede haber una influencia directa y puede hacer que las demás personas lleguen a tener la misma ideología, por así decirlo, del opinador. En un entorno más personal, no creo que me haya afectado. Sin embargo, en un contexto más general, del ciudadano de a pie, si considero que se puede generar este tipo de conflicto. Y para Grajales, quien afirmó que para informarse sobre lo que pasa en la sociedad trata de buscar a los líderes mediáticos, agrega que “no hay que casarse con un solo medio ni con un solo periodista, para evitar verse tan influenciado”.

Si bien, podría decirse que en exceso todo es malo. Sin embargo, ¿quién puede afirmar que informarse en exceso es contraproducente? Si el ser humano busca siempre por simple hecho del darwinismo social, teoría extrapolada del concepto de Charles Darwin, que afirma que sólo sobrevive el más apto en aquella selección natural ¿cómo puede ser posible entonces que las personas sobrevivan si sus decisiones que se circunscriben al terreno de lo público, son construidas en gran medida con base en la opinión de otros y no en la información y el

---

<sup>18</sup> Escuchar entrevista número 10 del cd.

contraste de los hechos? La supervivencia de la raza humana, no solamente en cuestiones biológicas y ambientales, sino en su capacidad para autorregularse y convivir de manera sana dependerán en gran medida de qué tan informados estén. No obstante, ello obedecerá a qué tan curiosos sean y qué tan capaces resulten para ejercer un pensamiento autónomo y crítico. En ese orden de ideas, la influencia de líderes de opinión –sin importar a qué corriente ideológica pertenezcan- deberá ser motivo de preocupación en los ciudadanos, pues aunque se consulten diversos columnistas, difícilmente remplazarán la tarea del periodismo informativo, aquella de relatar los hechos con profundidad.

### **7.5.8 Posverdad y opinión pública**

Tanto posverdad como opinión pública han existido siempre, y quizá hasta se pueda llegar a decir que coexisten. Sin embargo, hay una diferencia entre estos dos términos y es que el primero fue definido hasta el 2016 por *Oxford Dictionary*, mientras que en nombre de la opinión pública diversos autores han generado debate. Respecto a estos dos términos se le preguntó a los entrevistados qué conocían de éstos. Izquierdo respondió que “lo hago alusivo a que los medios estén sacando a la luz tanta corrupción, para mí posverdad es lo que viene después de la verdad. Y el tema de la opinión pública no es como su nombre lo explica, porque el público cuando habla, esas palabras quedan en el aire y más allá de eso no pasa”. Por otro lado, Reyes considera que “la opinión pública es ese derecho que tenemos todos respecto a un tema que nos compete a todo el pueblo como tal, en el cual uno puede hablar y puede hacerse notar. Creería que ahí es donde se hace uso de la opinión pública”. Piramanrique, por su parte piensa que “es aquella persona que tiene libertad para poder votar. Yo lo entiendo así, cosa que no hay en Colombia”. Y casi que en la misma línea, Hernández afirmó “la opinión pública es conocer acerca de los asuntos públicos del país, del gobierno. No cualquier cosa es opinión pública, la gente la confunde con lo que le pasa al cantante, al actor”.

En conclusión, se evidenció que los estudiantes en general tienen ideas difusas sobre estos dos conceptos. Por ejemplo, Hernández contestó que si bien sí ha escuchado sobre posverdad, pero no tiene claro a qué se refiere este concepto. Por lo que dijo que esa era la única pregunta que no podía contestar”. Sin embargo, la respuesta que más se aleja de la

verdadera conceptualización – por lo menos con la del *Oxford Dictionary*-, es la de Rodríguez quien considera que posverdad “se ha manejado a causa de lo del proceso de paz. En un concepto propio, podría decir que posverdad es aquella garantía que se les da a aquellas personas que han sido víctimas de la violencia para saber qué ha pasado con sus familiares secuestrados, todo esto para generar reconciliación entre víctimas y victimarios”.

Evidentemente, en relación con estos dos términos existe gran confusión, tanto con opinión pública, -sobre todo vista desde el modelo normativo de Habermas-, como posverdad. Aunque vale la pena decir, que quizá la confusión acerca de éste último se deba a lo neófito que es todavía en el imaginario colectivo. En razón de ello, y tal vez a causa de que prefieren leer columnistas de opinión –en su mayoría-, no están lo suficientemente informados sobre la nueva palabra, sobre todo teniendo en cuenta el contexto que ayudó a gestarla, El Brexit y la elección de Donald Trump. En cuanto a las diversas ideas de opinión pública, esto tal vez puede deberse a lo genérico que pueda llegar a sonar la palabra a tal punto que su significado puede tornarse un tanto simplista en las personas. Lo preocupante aquí, es que este tipo de confusión se encuentra en estudiantes que en un futuro serán periodistas y que muy posiblemente tendrán que lidiar con estos temas en su oficio.

## **8. Conclusiones**

Los resultados encontrados a lo largo de esta investigación, tanto en la encuesta como en las entrevistas, demuestran que los estudiantes y próximos periodistas desconfían de los medios tradicionales de comunicación, pues aseguran que en múltiples ocasiones han visto sesgo e imparcialidad por parte de estos. Queda demostrado también, que el periodismo tradicional aunque es importante, actualmente se ve eclipsado ante nuevas formas de hacer periodismo, debido a que en la sociedad de la inmediatez y la tecnología, los estudiantes responden más a estímulos gráficos que escriturales, sobre todo, teniendo en cuenta que ésta es una generación que ha estado más influenciada por los avances tecnológicos que ninguna otra.

La formación de opinión pública, desde el punto de vista habermasiano, el cual apela una participación ciudadana basada en el ejercicio crítico, reflexivo y autónomo, busca siempre que todos los temas de interés público sean discutidos por las personas en aras de fortalecer la democracia. Sin embargo, dicha teoría puede llegar a ser utópica, si las decisiones que se circunscriben al terreno de lo público, no se hacen con total conocimiento. En este caso, la marcada inclinación hacia el periodismo de opinión hace que dejen de lado el carácter informativo, cuya función no es otra que aquella de servir de base en la toma de decisiones. En ese orden de ideas, la enorme influencia del periodismo opinativo, y los líderes de opinión, puede no sólo nublar el juicio de los estudiantes, sino también responder a la teoría planteada en La Espiral del Silencio, lo cual sería una barrera para lograr una formación de opinión pública con base en una ciudadanía informada.

Siguiendo con lo anterior, este trabajo concluye con resultados que aunque no son apocalípticos, sí son alarmantes y merecen más atención y estudio, sobre todo, si se habla de estudiantes que serán los que en un futuro tendrán la responsabilidad de informar. Es menester de la academia, por ejemplo, prestar atención a las nociones que los estudiantes tienen acerca de los dos géneros periodísticos, pues si bien, aunque en las entrevistas manifestaron conocer la diferencia entre el género informativo y de opinión, consideran que encuentran más imparcialidad en los líderes de opinión, -lo cual es una contradicción conceptual- que en el periodismo y medios de comunicación tradicional. Por otro lado, se pudo relevar las nociones de opinión pública y posverdad en los estudiantes. Nociones que en la mayoría de los estudiantes entrevistados, demuestra que hay una confusión respecto de estos dos términos, lo cual, visto desde un punto de vista lógico, no debería existir pues son estudiantes que están constantemente en clases, las cuales tratan estas dos cuestiones.

Los retos que exige el mundo actual, ponen a los jóvenes en una situación en la que sólo aquellos que estén bien informados, podrán mantenerse y sobrevivir. La cuestión aquí, es cómo es posible esto si por lo menos en este caso, los estudiantes prefieren acudir a líderes de opinión a causa de la desconfianza hacia el periodismo tradicional. La influencia excesiva de los líderes de opinión es un arma de doble filo, que aunque ha sido poco advertida, merece un análisis y debate lo suficientemente amplio.

Es pertinente resaltar, que este ejercicio reconoce la importancia del género opinativo en la construcción de debate público en la sociedad, sin embargo, es necesario recordar que nadie puede hacerse a una opinión sin antes tener claro los hechos. Después de todo, la corrupción nunca se ha destapado con columnas de opinión sino con investigaciones periodísticas que en muchos casos, llevan meses e incluso años en llevarse a cabo y obtener resultados. Es entonces obligatorio, que no sólo los estudiantes, sino cualquier persona tenga en cuenta que existe un enorme peligro, no sólo por influencia sino también por la posibilidad de no contar con una visión panorámica de lo que sucede en el mundo, si como en el caso de los estudiantes aquí analizados, quienes creen que el periodismo de opinión también informa.

Por ahora, queda advertir a docentes, sobre todo de Comunicación Social y Periodismo de Uniminuto Girardot, la noción sobre periodismo de sus estudiantes, y sobre todo, la manera en la que se informan. La desmesurada influencia de líderes mediáticos a los que están expuestos en el proceso informativo, pero sobre todo, se espera que este trabajo no pase a ser uno más de los tantos que engrosan las listas de los repositorios, sino que dentro de las aulas de clase, se tengan en cuenta sus resultados y se debata en torno a éste.

## 10. Referencias bibliográficas

- Aguirre, M; Zeta, R. (2017). La verdad en la era de la posverdad. En Cetina R; Gutiérrez, F; Corredoira, L. (eds) Universidad Complutense de Madrid. España.
- Arroyass, E; Berná, C. (2015). La persuasión periodística: Retórica del artículo de opinión. Editorial UOC. España.
- Bobbio, N. (2001). El futuro de la democracia. Fondo de Cultura Económico. México. Bogotá.
- Boladeras, M. (2001). La opinión pública en Habermas. Análisi: Quaderns de comunicació y cultura. N. 26. España.
- Capilla, P. (2014). El debate epistemológico en el periodismo informativo. Realidad y verdad en la información. (Tesis doctoral). Universitat Ramon Llull. España.
- Centro de Estudios en Periodismo (CEPER). (2016, noviembre). La Pulla: nuevos formatos de opinión. Disponible:  
[https://ceper.uniandes.edu.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=341:1-a-pulla-nuevos-formatos-de-opinion&catid=8:destacados&Itemid=36](https://ceper.uniandes.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=341:1-a-pulla-nuevos-formatos-de-opinion&catid=8:destacados&Itemid=36)
- Constitución política de Colombia [Const] (1991). Editorial Unión Ltda.
- Cortina, A. (2007). “El giro deliberativo de la democracia” en Rubio, J; Salmerón, A; Toscano, M. (Ed). Ética, ciudadanía y democracia. España.
- Díaz, Z; Márquez, A. (2008). La modernidad en Habermas: Del “sistema” (represor) al “mundo de la vida” (liberador). Revista de Artes y Humanidades UNICA. N. 21. Venezuela.

Domínguez, H. (2013). Democracia deliberativa en Jürgen Habermas. Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín.

Edo, C. (2009). Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros. Comunicación Social ediciones y publicaciones. España.

El Día Internacional del Internet en cifras. (2017, mayo, 5). Diario Excelsior. Disponible en: <http://www.excelsior.com.mx/hacker/2017/05/17/1164059>

Gaviria, A. (2016). Alguien tiene que llevar la contraria. Editorial Planeta Colombiana. Colombia.

Gomis, L. (1991). Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente. Editorial Paidós. España.

Habermas, J. (1994). Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.

Harto de Vera, F (2005) “Ciencia política y teoría política contemporánea” Madrid, Editorial Trotta.

Hernández. S., Fernández. C., & Baptista. P. (2006). Metodología de la investigación. McGraw Hill/ Interamericana Editores S.A. México.

Herreras, E. (2014). Experiencia profesional y ética del periodismo de opinión. Revista Dilemata. Recuperado de: <http://www.dilemata.net/revista/index.php/dilemata/issue/view/15/showToc>

Kovach B; Rosenstiel, T. (2012). Los elementos del periodismo. Penguin Random House Grupo Editorial, España.

Locke, J. “*Segundo tratado sobre el gobierno civil*” en Bobbio, N. Las teorías de las formas de gobierno en la historia del pensamiento político (2004). Alianza Editorial.

López, G. (2001). Comunicación electoral y formación de la opinión pública. (Tesis doctoral). Universitat de València. España.

Lyotard, J. (1989). La condición postmoderna. Informe sobre el saber.

Madriz, M. (1996). Opinión pública, medios y democracia en Jürgen Habermas. Anuario Ininco, Investigaciones de la Comunicación. Vol. 8, N. 1. Venezuela.

Miralles, A. (2001). Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana. Grupo Editorial Norma. Bogotá.

Monge, V. (2013). El concepto de opinión pública y su relevancia en el ámbito jurídico constitucional. Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). España.

Moreno, P. (2000). Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional. Revista Ámbitos, Vol.1, Nº 5, P. 175.

Noelle-Neumann, E. (1989) La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social. Editorial Paidós. España.

Olivar, A. (2013). El discurso como velo o como cortina de hierro: una identificación de tres modelos de democracia a partir de los discursos de los candidatos presidenciales Juan Manuel Santos, Antanas Mockus y Gustavo Petro. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.

Ortega; F. Humanes, M. (2004). Algo más que periodistas. Editorial Ariel. España.

Pasquino, G. (2011). Nuevo curso de ciencia política. Fondo de Cultura Económico. México.

Pineda, R. (2002). La democracia deliberativa. Ius et Praxis. Vol. 8. N. 2. Chile.

Portillo, M. Opinión pública y democracia. Dos miradas: El modelo normativo de Habermas y el modelo psicosocial de Noelle-Neumann. Revista Razón y Palabra.

Ramírez, J. (2016, octubre, 4). *El No ha sido la campaña más barata y más efectiva de la historia*. Diario La República. Recuperado de:

<https://www.larepublica.co/asuntos-legales/actualidad/el-no-ha-sido-la-campana-mas-barata-y-mas-efectiva-de-la-historia-2427891>

Registraduría Nacional del Estado Civil. ¿Qué es el plebiscito? Disponible:

<http://www.registraduria.gov.co/-Plebiscito-.html>

Santillán. R. (2006). El lenguaje en el periodismo de opinión. Editorial Quipus, Ciespal. Ecuador.

Sartori, G. (1999). En defensa de la representación política. Revista Claves de Razón Práctica. Vol 91.

Sierra. F. (1998). Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social. En Galindo. Luis. Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. México.

Solares, B. (1996). La teoría de la acción comunicativa de Jürgen Habermas: tres complejos temáticos. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*. Vol. 42 N. 163. México.

Thompson, J. (1996). La teoría de la esfera pública. *Revista Voces y Culturas*. N. 10. España.

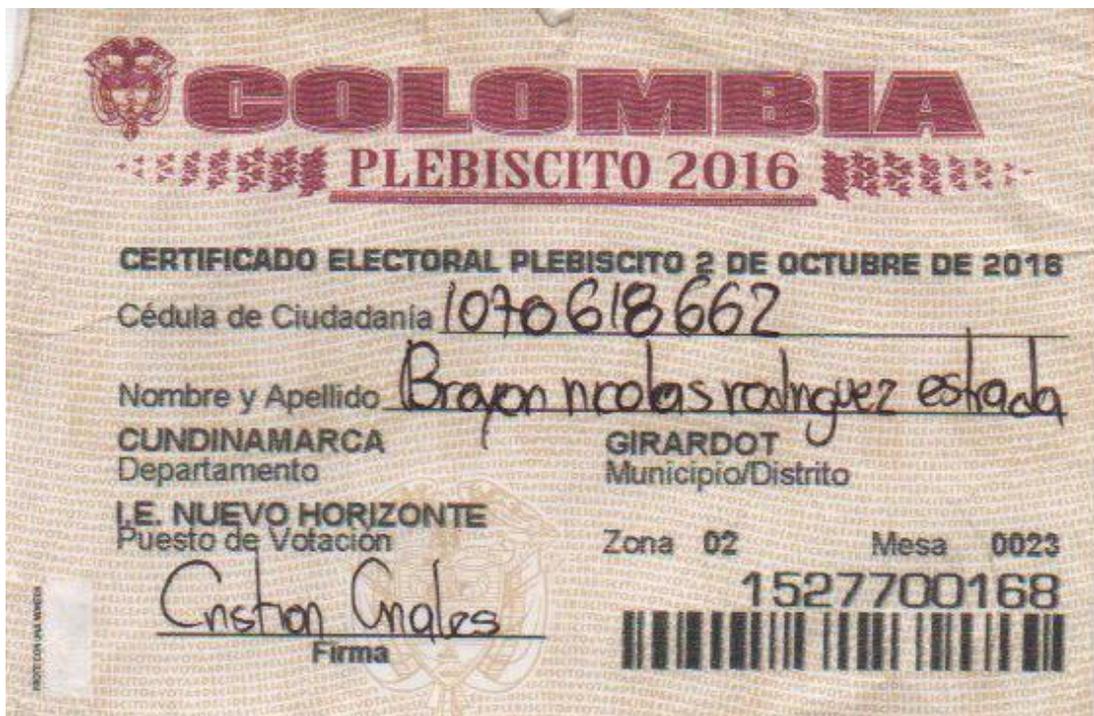
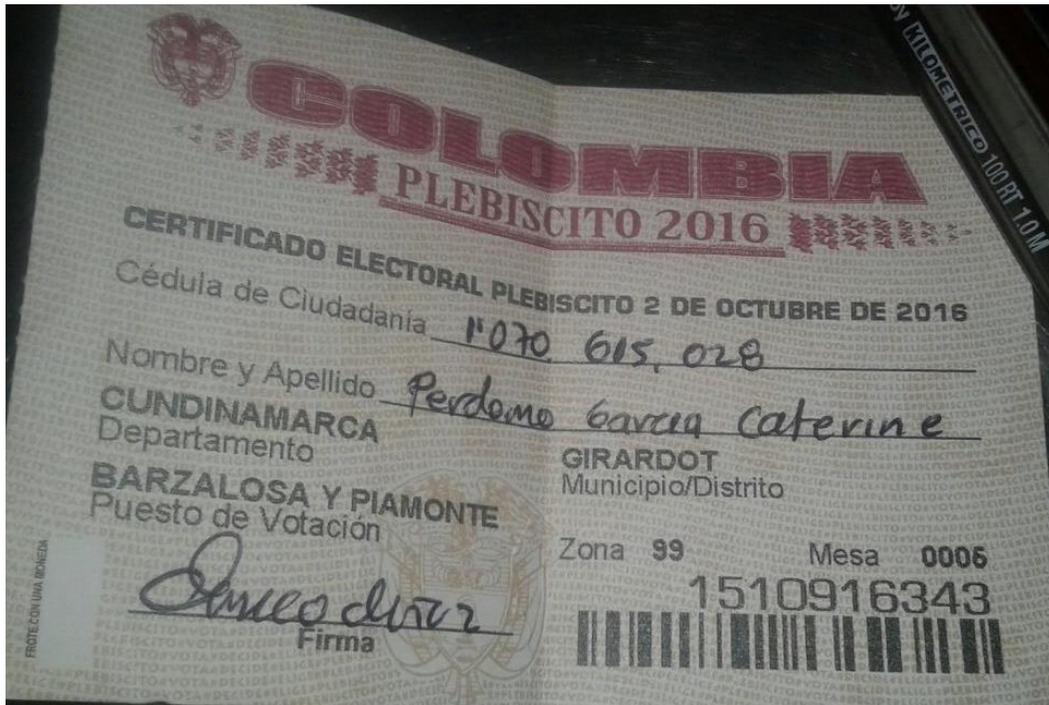
Torres, A. (1996). *Estrategias y técnicas de investigación cualitativa*. Editora Guadalupe Ltda. Colombia.

Valderrama, J. (2005). “El editorial, el artículo y la columna, géneros para convencer” en García, V; Gutiérrez, L (Ed), *Manual de géneros periodísticos*. Bogotá, Ecoe Editores.

Van Dijk, T. (2010) *Estructuras y funciones del discurso*. Siglo XXI Editores. México

Velásquez, C. M., Gutiérrez, L. M., Salcedo, A., Torres, J. E., Valderrama, J. (2005). *Manual de géneros periodísticos*. Ediciones Universidad de la Sabana. Bogotá.

Villalobos, O. (2010) *Causas y azares del periodismo de opinión. Los problemas prácticos*. *Revista Razón y Palabra*. Vol. 15. N. 72. México.

Anexos<sup>19</sup>

<sup>19</sup> Pese a que se solicitó a los estudiantes el certificado de votación del plebiscito del 2 de octubre de 2016, no fue posible consignarlos todos aquí, debido a que algunos de los estudiantes ya no cuentan con dicha certificación pues se les extravió.

**COLOMBIA**  
**PLEBISCITO 2016**

**CERTIFICADO ELECTORAL PLEBISCITO 2 DE OCTUBRE DE 2016**

Cédula de Ciudadanía 1.070.623.187

Nombre y Apellido Carlos Alberto Daz Paet

**CUNDINAMARCA** **GIRARDOT**  
 Departamento Municipio/Distrito

**I.E. NUEVO HORIZONTE**  
 Puesto de Votación

Zona **02** Mesa **0024**

Laura K. Ortiz  
 Firma

**1527700854**



**COLOMBIA**  
**PLEBISCITO 2016**

**CERTIFICADO ELECTORAL PLEBISCITO 2 DE OCTUBRE DE 2016**

Cédula de Ciudadanía 1105 691 259.

Nombre y Apellido NICOLAS DINA ARBOLEDA

**TOLIMA** **ESPINAL**  
 Departamento Municipio/Distrito

**INST. EDUC. MANUEL A. BONILLA**  
 Puesto de Votación

Zona **01** Mesa **0018**

[Signature]  
 Firma

**2927778223**



 **COLOMBIA**  
**PLEBISCITO 2016**

**CERTIFICADO ELECTORAL PLEBISCITO 2 DE OCTUBRE DE 2016**

Cédula de Ciudadanía 1070.622.628.

Nombre y Apellido Ortiz Dueñas Jaera

**CUNDINAMARCA**  
Departamento

**GIRARDOT**  
Municipio/Distrito

**I.E. NUEVO HORIZONTE**  
Puesto de votación

Zona **02** Mesa **0018**

[Signature]  
Firma

**1527697864**



 **COLOMBIA**  
**PLEBISCITO 2016**

**CERTIFICADO ELECTORAL PLEBISCITO 2 DE OCTUBRE DE 2016**

Cédula de Ciudadanía 1072430144

Nombre y Apellido Paula Andrea Jimenez

**CUNDINAMARCA**  
Departamento

**LA MESA**  
Municipio/Distrito

**PUESTO CABECERA MUNICIPAL**  
Puesto de votación

Zona **00** Mesa **0041**

[Signature]  
Firma

**1511856075**



 **COLOMBIA**  
**PLEBISCITO 2016**

**CERTIFICADO ELECTORAL PLEBISCITO 2 DE OCTUBRE DE 2016**

Cédula de Ciudadanía 1105 690 428

Nombre y Apellido Xiomara Alejandra Portela V.

**TOLIMA** **ESPINAL**  
Departamento Municipio/Distrito

**INST. EDUC. RAFAEL URIBE URIB**  
Puesto de Votación Zona **02** Mesa **0009**

[Signature]  
Firma

**2927787893**



 **COLOMBIA**  
**PLEBISCITO 2016**

**CERTIFICADO ELECTORAL PLEBISCITO 2 DE OCTUBRE DE 2016**

Cédula de Ciudadanía 1070 621 973

Nombre y Apellido Lisa Maria Pincón

**CUNDINAMARCA** **GIRARDOT**  
Departamento Municipio/Distrito

**COLEGIO AMERICANO**  
Puesto de Votación Zona **01** Mesa **0006**

[Signature]  
Firma

**1527670572**



 **COLOMBIA**  
**PLEBISCITO 2016**

**CERTIFICADO ELECTORAL PLEBISCITO 2 DE OCTUBRE DE 2016**

Cédula de Ciudadanía 1071906373

Nombre y Apellido Jossen Hernandez

**CUNDINAMARCA** **AGUA DE DIOS**  
Departamento Municipio/Distrito

**PUESTO CABECERA MUNICIPAL**  
Puesto de votación Zona 00 Mesa 0019

[Signature] 1510911022

