

**EL USO DE MEDIOS MASIVOS DE INFORMACIÓN, FRENTE A LOS
MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA**

**Estudio de caso: estudiantes entre 18 y 25 años de la Universidad de
Antioquia y la Universidad EAFIT**

Juan David Ochoa Jiménez

**Asesor
Jaime Alberto Rojas Rodríguez
Comunicador Social - Periodista**

**Universidad Católica Luis Amigó.
Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño
Programa de Comunicación Social**

**Medellín
2022**

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del presidente del
jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

DEDICATORIA

A mis padres, Gloria y Sergio, a mis hermanas, Daniela y Camila, por su incansable esfuerzo para brindarme las mejores oportunidades, por acompañarme en cada momento de mi vida y por ser un ejemplo a seguir.

A mis fieles compañeros de cuatro patas Aurelio y Coraje, y especialmente a mi mono, Suso, que me acompaña desde el cielo.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todos los docentes que hicieron parte de mi proceso de formación, a aquellos que me inspiraron y me hicieron sentir orgulloso. Una mención especial a Marcos Vega, Diego Cano, Jaime Rojas y a Hernán Posada Q.E.P.D.

Agradezco a mi compañera de vida, Andrea, por ser fuente de motivación en esta etapa tan importante, por guiarme con la luz de sol y la luna, por ser mi cielo.

Agradezco a mis amigos Daniel, Jota, Manuela, por ser el bastón que me sostuvo en mis tropiezos.

CONTENIDO

| | | |
|-------|---|----|
| 1. | PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN | 6 |
| 1.1 | JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA SUBLÍNEA DE LA FACULTAD | 6 |
| 1.2 | FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA..... | 7 |
| 1.3 | OBJETIVOS | 8 |
| 1.3.1 | General..... | 8 |
| 1.3.2 | Específicos | 8 |
| 2 | MARCO TEÓRICO | 9 |
| 2.1 | REFERENTES DE INVESTIGACIÓN | 9 |
| 2.2 | REFERENTE TEÓRICO..... | 15 |
| 2.3 | OTROS REFERENTES | 20 |
| 3 | DISEÑO METODOLÓGICO..... | 22 |
| 3.1 | PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN | 22 |
| 3.2 | DELIMITACIÓN..... | 24 |
| 3.2.1 | SUJETO | 25 |
| 3.2.2 | TIEMPO Y ESCENARIO | 25 |
| 3.3 | DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN | 25 |
| 3.4 | TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN . | 26 |
| 3.5 | TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN..... | 28 |
| 3.6 | PARTICIPANTES..... | 29 |
| 3.7 | PLAN DE TRABAJO | 30 |
| 3.8 | PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN..... | 30 |
| 4 | SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN..... | 30 |
| 4.1 | ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA EL ANÁLISIS | 30 |
| 4.2 | ANÁLISIS CATEGORIAL..... | 31 |
| 4.2.1 | Análisis categorial por autores..... | 31 |
| 4.2.2 | Análisis categorial por objetivos..... | 39 |
| 5 | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 43 |
| 5.1 | Conclusiones..... | 43 |
| 5.2 | Recomendaciones..... | 43 |
| 6 | REFERENCIAS..... | 45 |

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA SUBLÍNEA DE LA FACULTAD

Es necesario hablar de la Comunicación-Educación para darle un sentido crítico y útil a esta investigación, partiendo de las prácticas de los nuevos comunicadores en su rol de formar identidades para generar conocimiento desde el núcleo comunicativo. Sensibilizar desde la premisa “sociedades del conocimiento”, en una época donde acceder a la información es cada vez más fácil, permitirá que la investigación se posicione culturalmente en las nuevas generaciones haciendo efectiva la solución de problemas en el ámbito nacional, y por qué no, en el ámbito global.

Para lograr todo esto debe existir un sumergimiento en la realidad que permita identificar aquellos problemas que aquejan las distintas sociedades, para el caso de esta investigación se abordará un fenómeno de interés como lo es la relación entre los mecanismos de participación ciudadana, la cultura política de nuestro país y la comunicación, con especial énfasis en la opinión, concibiendo un mayor conocimiento que pueda permitir un desarrollo social a mediano plazo con las nuevas *sociedades del conocimiento*. Es ambicioso pensar en la creación de proyectos de ciudad que permitan afianzar más esta investigación con la Comunicación-Educación, pero es a partir de esa ambición que se pueden ganar y generar conocimientos unidos a las experiencias para permitir que este trabajo sea el punto de partida para construir la ciudad desde los imaginarios de nosotros los habitantes.

Comunicación-Educación es la mesa de trabajo en la que se va apoyar este proyecto de investigación, y Comunicación, educación y ciudad será la herramienta que me permita abordar las experiencias comunicativas visibles en una ciudad tan diversa culturalmente, y sobretodo fragmentada cuando de política se habla. Se busca entonces hacer un recorrido en diferentes grupos sociales para permitirnos dar con la información ideal que requiere este proyecto,

dando espacio al debate como elemento de construcción entendiendo que “la ciudad también se construye desde los imaginarios de sus habitantes” (López, 2006, p. 17).

1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA

Desde 1990 dos eventos electorales han superado la participación por encima del 50%. El primero fue en 1998 cuando Andrés Pastrana y Horacio Serpa se disputaban la presidencia, en dicho año la participación fue del 51% en primera vuelta, y en segunda del 59%. El segundo evento fue en las elecciones presidenciales más recientes; en el año 2018, la contienda electoral disputada por Iván Duque, Gustavo Petro y Sergio Fajardo, alcanzó una participación del 53% en primera y segunda vuelta con Fajardo fuera de la carrera por la presidencia.

La población juvenil es la gran tendencia, pues en la última década el potencial de votantes ha sido de doce millones aproximadamente. En palabras del ex viceministro del interior Luis Ernesto Gómez: “podrían elegir presidente si quisieran”; el panorama, sin embargo, es otro. En el 2010 hubo una tendencia llamada “la Ola Verde”, esta *ola* eran una gran cantidad de jóvenes que promovieron y manifestaron un apoyo al candidato Antanas Mockus. Al contrario de lo que se veía en las redes sociales y manifestaciones en diferentes medios de comunicación, la participación dicho en dicho año solo llegó al 44%.

Se entiende entonces que hay una disrupción entre la opinión pública y la participación en los eventos democráticos, dejando en entredicho la opinión pública. Por ello este proyecto de investigación pretende aportar información a la respuesta de un fenómeno que ha afectado al territorio Nacional en los últimos treinta años. Comprender las causales de dicho fenómeno permitirá, a futuro, la creación de proyectos que puedan ir en pro de una pedagogía orientada a la política en el ámbito de la participación democrática desde los mecanismos participativos. Por esta razón, con los antecedentes previamente dados, este

proyecto de investigación pretende recolectar la información suficiente para dar respuesta al objeto que se desea estudiar, enmarcado bajo la pregunta: ¿De qué manera los medios masivos de información generan opinión en los estudiantes universitarios entre 18 y 25 años, de la Universidad de Antioquia y la Universidad EAFIT, frente a los mecanismos de participación ciudadana?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 General

Analizar la opinión de los estudiantes universitarios mayores de edad, de acuerdo con el uso de medios masivos de información, frente a los mecanismos de participación ciudadana.

1.3.2 Específicos

1. Identificar los mecanismos de participación ciudadana.
2. Examinar la relación entre el conocimiento sobre los mecanismos de participación y el consumo de medios masivos de información.
3. Interpretar el nivel de participación de los estudiantes universitarios mayores de edad en épocas electorales.

2 MARCO TEÓRICO

2.1 REFERENTES DE INVESTIGACIÓN

Para presentar los antecedentes que sustenta la base de este trabajo de grados, comenzaré hablando de la tesis titulada “Participación política directa en las democracias representativas contemporáneas: los mecanismos de participación ciudadana en la ciudad de Buenos Aires”, presentada por María Laura Eberhardt. En este trabajo se investigó la influencia de los mecanismos de participación “sobre los regímenes democrático-representativos” (Eberhardt, 2007, p.3). La tesis en un primer momento hizo una definición de los mecanismos de participación presentes en la ciudad donde se desarrolla la investigación, para luego plantear una discusión desde revisiones previas de la literatura clásica y moderna que se refirieran a las democracias representativas y crisis de representación, esto les permitió entender a la investigadora el contexto que la rodeaba, donde había poca credibilidad en los partidos políticos y una pereza de la sociedad hacia la política y quienes la representan.

A través de un estudio exploratorio y descriptivo, que empleó una metodología cualitativa, se desarrolló esta investigación, incluyendo distintos análisis bibliográficos que permitieron realizar la construcción del marco teórico y un estudio de documentos para la definición de los mecanismos de participación ciudadana.

El resultado de este trabajo arroja una reflexión interesante que plantea una amplia visión sobre aquellas personas que no se ven representadas en la política por no tener suficiente información al respecto, y debido a eso delegan su participación para ocuparse de asuntos que les resulte más interesantes. Consideró que es fundamental una pedagogía que hable de la existencia y labor que cumple cada mecanismo. Entonces si bien hay una gran cantidad de herramientas que están a disposición de la ciudadanía para que estos sean partícipes y no espectadores; el acceso a los mecanismos, sin embargo, debía

replantear ciertos asuntos como su legitimidad en la constitución y modificar los procedimientos al momento de querer aplicar los mecanismos. Por lo anterior, la investigadora formula varias propuestas que buscaban simplificar los pasos requeridos y así crear una mayor accesibilidad a los mecanismos. Concluyendo, se hace una nueva reflexión sobre el grado de interés, más allá del conocimiento respecto a la política y su participación, que tiene el ciudadano.

Prosigo con el artículo elaborado por Ángela Garcés Montoya, titulado “De organizaciones a colectivos juveniles. Panorama de la participación política juvenil”, donde se investigó la relación entre distintas agrupaciones y su relación con la participación política. Para llevar esto a cabo, en un primer momento se hizo la distinción entre organización y colectivo, siendo la primera un conjunto de clubes que goza de la aceptación adulta por su estructura e intereses; mientras que, la segunda, son los grupos culturales que obedecen al más puro interés de esta población que busca destacar desde la propia cultura, la estética y la resistencia. Teniendo lo anterior claro, Garcés presenta un conjunto de definiciones que ayudan a comprender aún más el tránsito de estas agrupaciones en cuanto a la participación: social, comunitaria, ciudadana y política.

El artículo se desarrolla por medio de una investigación exploratoria con corte cualitativo, dando lugar a un gran rastreo de antecedentes teóricos, que permitió el “acercamiento a las formas de participación política juvenil” (Garcés, 2010, p.20).

Las conclusiones de este artículo suponen dos momentos divididos en cuatro partes cada uno. Para el análisis, tomaremos el primer momento. Este nos habla de las formas de participación política, donde se plantea: 1) El momento histórico y contexto social siempre va a permear esa participación política juvenil, impulsándola o atajándola según las condiciones. 2) Los jóvenes no se ven representados por los políticos tradicionales que a su vez pretenden escenarios clásicos en la participación, por el contrario, encuentran en el deporte, el arte, la

música, etcétera, el referente que apunta al reconocimiento, la inclusión participativa y el desligue de la política tradicional. 3) La población juvenil es más perceptiva que cualquier otro grupo, por ello hay un gran impacto en los discursos que plantean discusiones al rededor a los derechos humanos, medio ambiente, entre otros. 4) Finalmente, existe una mayor tendencia de lucha por las pequeñas causas, son asuntos que los jóvenes sienten más cerca de su realidad, pese a ello, lo anterior se da por un temple dócil y maleable, que no es continuo y podría verse como una debilidad por parte de las organizaciones juveniles.

Bernadette Califano presenta en el 2015 un artículo titulado “Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político”. El artículo investiga la correspondencia que hay entre los medios de comunicación y el sistema político, a partir de una sistematización que conciba a los medios no solo como intermediarios entre los hechos y las audiencias, sino también como actores de prestación institucional con alta incidencia sobre el sistema político. El primer factor que analiza Califano, tiene que ver con la construcción social desde las noticias; creamos un mundo a costa de la información que nos brindan, generando en segundo plano un conocimiento respecto al entorno que nos rodea. El artículo desarrolla dos capítulos que exponen toda una explicación, desde diferentes teorías, que habla de *los medios y su relevancia para el debate público* y *los medios como actores políticos*. Así, luego expone cuatro capítulos más que se centran en las estrategias usadas por los medios y el tipo de actuaciones respecto a la política pública.

Nuevamente, esta es una investigación exploratoria que permitió abordar una gran cantidad referentes teóricos que sirvieron de puente para comprender más fácil la relación entre las variables planteadas.

A manera de conclusión, Califano encuentra posible afirmar que todos los medios tienen una influencia como actores políticos, haciendo énfasis en que esta influencia puede ser positiva o negativa. También hace una reflexión muy

importante sobre la prensa, pues afirma que tiene tres funciones fundamentales desde la mirada del proceso político, estas funciones se basan en: observación, participación y catalizar. Estas tres funciones le permiten una visión total en los momentos fundamentales del sistema político: donde puede compartir los distintos conflictos sin involucrarse, puede crearlos y discutirlos, y finalmente influir sobre los personajes activos del proceso políticos.

Para el año 2008, Arturo Arraigada y Martín Schuster presentan un artículo llamado “Consumo de medios y participación ciudadana de los jóvenes chilenos”. Basados en la pregunta *¿cómo combinan los jóvenes la información que consumen a través de medios tradicionales (televisión, prensa escrita, radio) y nuevos medios (diarios online, entre otros) con su participación ciudadana?*, Arraigada y Schuster quieren comprender el fenómeno que se presenta en el país a raíz de la baja participación juvenil en eventos tradicionales como el voto, pero una alta participación a través de los nuevos medios. El trabajo entonces analiza las formas en las que participan los jóvenes y como estos reciben la información.

La investigación exploratoria, utiliza tres encuestas (INJUV 2006, ICSO-UDP 2008 y UDP 2008) para hacer un cruce, análisis e interpretación de los datos que les permita acercarse a la respuesta de la pregunta planteada; esta investigación es de corte cuantitativo.

Los resultados hallados se expresan mejor al dirigirse al artículo original (consultar bibliografía), pues allí se pueden observar todas las tablas con los diferentes datos que las variables permitieron relacionar. A manera de comentario y conclusión general, Arraigada y Schuster dicen que los medios no tienen gran influencia en la participación ciudadana de los jóvenes chilenos. Y de manera contraria, la participación ciudadana tampoco tiene influencia en el consumo de medios. Algunos de los motivos por los que esto ocurre, según los investigadores, tiene que ver con la edad de la población habilitada para participar en el ejercicio político, pues encontraron que hay una tendencia al

envejecimiento. Una última conclusión, la más importante a consideración personal, plantea que el alto uso de los nuevos medios por parte de la población juvenil debería replantearse para pensarlo como un escenario de participación ciudadana, pues allí están generando una constante interacción con sus similares que les permite crecer informativamente acerca del acontecer nacional.

Cada vez entro más en materia con investigaciones que se relacionan altamente con el tema de investigación que propongo, por ello presento: “Participación Política, Medios de Comunicación y Redes Sociales en los Adolescentes Catalanes”, un artículo de Sergio Villanueva, Carlos Aguilar y Lydia Sánchez. Este artículo del 2017 investigó la relación existente entre el uso de medios, redes sociales y la influencia que lo anterior tiene en el interés político de los jóvenes. Uno de los objetivos planteado por los investigadores constaba de confirmar si los jóvenes están utilizando las redes sociales como reemplazo de los medios tradicionales para adquirir información o, por el contrario, siguen utilizando los medios clásicos para ello. Por ejemplo, hacen un análisis respecto al uso del internet como espacio para la discusión política: genera este un mayor interés, o efecto contrario, el interés se da por los medios tradicionales que podrían tener un mayor nivel influencia.

Respecto a la metodología, este es un estudio empírico mediado por la falta de una información sólida que les permitiese afirmar si los medios digitales influyen o no, y en caso de influir, saber cuáles son los efectos. Tomaron entonces tres variables e hicieron distintos cruces para así completar un estudio cuantitativo.

Frente a los resultados obtenidos, hago nuevamente la sugerencia de dirigirse al artículo para poder observar las distintas tablas y comprender las conclusiones. En términos generales, los investigadores establecieron a través de las diferentes encuestas cuál es el medio más utilizado por los jóvenes (Facebook) y para informarse de temas políticos (televisión). Y finalmente encontraron que, aquellos jóvenes que usan más lo medios tradicionales tienen

un mayor interés por la política, pudiendo generar una pregunta ¿son los nuevos medios la razón por la cual los jóvenes son apáticos de la política y la participación en la misma? A manera de conclusión, plantearon que es necesario profundizar en los nuevos medios de información y, quizá, empezar a considerarlos como un espacio de que aporte y facilite la discusión política de manera legítima, haciendo que esto sea una nueva forma de participación; también, según los datos arrojados por el cruce y análisis de variables, se afirma que: a mayor grado de querer estar informado políticamente, es mayor la intención de ejercer el derecho al voto.

Ahora haremos la revisión del artículo presentado por Salomé Sola y Víctor Hernández, quienes investigaron sobre “Abstención política y nuevas formas de participación política de los jóvenes: Análisis comparativo entre Chile y España”. Este trabajo indagó la relación entre abstención electoral y las nuevas formas de participar tomando como muestra, un comparativo entre jóvenes chilenos y españoles, de igual manera se evaluó la percepción que estos tienen de la política y las distintas maneras de participar. Los investigadores entonces, explican en dos capítulos el contexto chileno y español, antes de ello planteando distintas y novedosas ideas expresadas en preguntas como ¿Es la abstención una elección consensuada de forma individual, o es la muestra de una crisis del sistema político? Estos puntos de vista son pieza fundamental para comprender la relevancia de las redes sociales como nuevos medios de participación o como distractores.

En pro de hacer un análisis riguroso, los investigadores utilizaron una metodología cuantitativa, realizando encuestas y cruzando los datos para obtener información de buena calidad. La sistematización de los datos y el riguroso proceso ejecutado para realizar encuestas en ambos países, dio como resultado de esta investigación exploratoria un gran base de datos que puede servir a futuro para nuevas investigaciones al respecto.

Al igual que los dos anteriores referentes, para poder comprender y enterarse de mejor manera respecto a los resultados de esta investigación, la invitación es a dirigirse al artículo para observar y analizar las diferentes tablas y datos proporcionados por los investigadores; una de las conclusiones presentadas, referente a los nuevos medios y la participación juvenil, los investigadores encontraron que “todos los encuestados coincidieron en valorar como más que positivo el uso de nuevas forma de participación democrática” (Sola, S. y Hernández , V., 2017, p.638). Es decir, que hay un gran apoyo para que el ciudadano de a pie sea partícipe de la política, en la discusión a través de los medios, y en su ejecución por medio de las urnas.

Concluyendo, encuentro de manera sorpresiva que varios de los antecedentes no encuentren una influencia directa de los nuevos medios de información sobre la participación política, pese a ser sorpresivo eso me servirá para trazar una metodología adecuada que me permita entender de una forma más completa ese fenómeno. Por otro lado, me apego a los diferente contextos sociales y políticos que se exponen, lo que me daría una ventana para observar, quizás, un comportamiento y respuesta nueva, que pueda contrastar con las investigaciones anteriormente hechas.

2.2 REFERENTE TEÓRICO

Conceptualmente, esta investigación se guiará bajo la definición de comunicación que propone DeFleur. Así, podremos ver la comunicación de una manera más amplia, porque este autor propone que la comunicación se da cuando hay una codificación en señales de la información y, posteriormente, el organismo que la decodifica tiene la capacidad de responder el mensaje y de esta manera generar una discusión alrededor del tema de información.

Teniendo más afinidad acorde a los tipos de participación, se tomará una definición en cuatro momentos:

El primero tiene que ver con la participación social, en este apartado nos referimos a los “fenómenos de agrupación de los individuos en organizaciones en el ámbito de la sociedad civil para la defensa de sus intereses sociales” (Garcés, A., 2010, p. 64-65). Esto quiere decir que las personas realizarán acciones colectivas en búsqueda de la consecución o defensa de objetivos colectivos.

El siguiente tipo de participación es la comunitaria. Según Garcés, esta tiene que ver con acciones que son apoyadas en diferentes ámbitos por el estado, pero son ejecutadas por los ciudadanos.

El tercer tipo de participación, de mucho interés para esta investigación, es la ciudadana. Aquí nos remitimos a la “intervención de los ciudadanos en actividades públicas, en tanto estos son portadores de intereses sociales”. (Garcés, A., 2010, p. 64-65).

Finalmente, y también de gran interés para la investigación, la participación política es la manera en la que las personas toman parte de las decisiones y acciones a través de los partidos políticos donde se disputan un puesto de representación.

Para el caso de esta investigación, tomaremos las dos últimas definiciones de participación para el ejercicio práctico.

Colombia cuenta con siete mecanismos de participación, de ellos nos vamos a centrar en el voto. Dice el artículo 258, Título IX, capítulo 1, de la Constitución Nacional, el voto es un derecho y un deber del ciudadano. El Estado velará porque se ejerza sin ningún tipo de coacción y en forma secreta.

Partiendo del voto como “derecho y deber del ciudadano”, podríamos suponer que todas las personas habilitadas para votar lo hacen, pero el panorama es otro. Buscaremos entonces cuál es la percepción que se tiene del voto y si está relacionada o no, al consumo de medios masivos de información; con esto, esbozar cuál es su deseo, respecto a la participación.

Con el fin de dar un sustento a este trabajo de investigación, en este apartado se van a desarrollar ideas, desde el pensamiento de los autores, que me permitan entender la globalidad del objeto de investigación. Dichas ideas tienen que ver con la comunicación, el uso y consumo de medios, por su puesto la opinión y, por último, pero no menos importante en este trabajo, los mecanismos de participación ciudadana haciendo un énfasis especial en el voto.

La comunicación es, en esencia, compartir información con otra persona o con otro grupo de personas con el fin de obtener una respuesta de la o las personas con quien se compartió la información; para ampliar el concepto, sin embargo, traemos lo que para Aristóteles era la comunicación. Según el filósofo griego, la comunicación es “la búsqueda de todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance”. Es decir que, para él la comunicación se trata de convencer a la persona o personas a quien se les está compartiendo un mensaje, logrando que estos piensen como la persona que emite el mensaje.

Para Osgood (1961), la comunicación trata de un sistema en el que una *fuentes* influye sobre otra (el receptor), operando distintas señales que son transmitidas por el canal que une a ambas fuentes. Podemos ver que la idea de Osgood está ciertamente ligada al planteamiento que hizo Aristóteles en la Retórica, refiriéndose ambos respecto a la influencia y/o convencimiento sobre el receptor del mensaje.

En 1993, DeFleur da una nueva mirada al concepto de comunicación, afirmando que “ocurre (la comunicación) cuando un organismo codifica una información en señales y pasa a otro organismo que decodifica las señales y es capaz de responder adecuadamente”. Con base a estas palabras, podemos ver notar de a gran rasgo dos diferencias con los autores anteriores: la primera es el concepto de codificar y descodificar, es decir que hay una potestad en la transformación del mensaje para que este goce de un sentido; y la segunda diferencia la vemos en la manera que se aparta respecto a la influencia que proponían Osgood y Aristóteles, además de darle mayor importancia al

organismo que recibe la información, haciéndolo un participante activo que puede responder al mensaje y crear un proceso de retroalimentación.

Por otro lado, hay que hablar de la recepción, uso y consumo de medios, sin embargo, parece ser una parte complicada, pues aún no hay una teoría que recopile una guía clara para responder preguntas como: “¿Consumimos medios o nos consumen? ¿Somos consumidores o receptores? Y si somos lo segundo, ¿somos críticos o pasivos?” (Pérez, J., 1996, p.15). No se puede entonces afirmar si dicho consumo y uso es bueno o malo, más bien habría que establecer qué efectos tienen estos respecto a la gran tendencia de jóvenes y la manera como estos utilizan los medios masivos de información (redes sociales en su mayoría), para crear contenido, discutir tendencias informativas y, por qué no, compartir propuestas de acción de acuerdo a los intereses que tengan.

Antes de pasar con la opinión, daremos una breve mirada a la percepción. La gran mayoría de estos postulados pertenecen al área de la psicología; en comunicación, sin embargo, podemos encontrar la *Teoría del Cultivo* propuesta por George Gerbner. Este ha sido uno de los temas más concurridos en el ámbito de la comunicación, a su vez que muchos teóricos la consideran como uno de los aportes más importantes con relación a los efectos de los medios y su comprensión desde la ciencia. Gebner, citado por Morgan & Shanahan (1999) quiso desarrollar un modelo de comunicación que pudiese distinguirlos rasgos persuasivos, conectando estos con predicciones, control y cambios de actitud. La teoría de cultivo, es entonces, un postulado que plantea: a mayor tiempo de exposición frente a una televisión, el sujeto expuesto tendrá una tendencia a creer que la realidad social (el mundo real), se asemeja a lo que ve en la televisión, realidad retratada. Esta investigación llevó a pensar que “la teoría de cultivo prefiere ver a los humanos como involucrados en transacciones donde se cuentan historias (...) las historias de una cultura reflejan y cultivan sus suposiciones más básicas y fundamentales” (Morgan, M., y Shanahan, J. 1999).

Para darle paso a la opinión, voy a tomar como referencia el libro *Opinión pública: Comunicación política, democracia y medios*, del investigador Gonzalo Medina Pérez. Acerca del concepto de opinión, Medina trae la apreciación que tenía Platón sobre la opinión, diciendo que esta es una de las variantes del conocimiento sustentado en la percepción. Traigo este concepto a colación para darle una relación a la opinión y la percepción mencionada anteriormente. Siguiendo con las definiciones de opinión, encontramos que esta puede ser el punto de partida hacia el conocimiento pues “la opinión comporta un juicio de valor y representa a la vez un intento por superar el estado de duda que enfrenta el individuo” (Medina, 2012, p. 21). Hasta este punto entendemos que la opinión parte desde las individualidades de los sujetos y como estos expresan el mundo que ven, para profundizar un poco más hay que ampliar el concepto de opinión al de opinión pública, con este ya podremos notar la estrecha relación que hay con el mundo de la comunicación.

Según los académicos Jürgen Habermas y Elisabeth Noelle-Neumann la noción de la opinión pública nace en Francia, y vemos que guarda una conexión con la revolución francesa en el siglo XVIII, por eso se afirma que “un requisito fundamental para generar opinión pública es la difusión de lo público, de lo político en este caso” (Muñoz *et al.*, 1992, como se citó en Medina, 2012). Siguiendo esta línea vemos como introducen conceptos afines a la comunicación y ahora al periodismo, pues la agenda setting juega un papel fundamental en la opinión pública. Medina considera que la agenda setting se basa en la idea de la opinión pública en la que los medios y periodistas postulan los temas que serán discutidos por los ciudadanos; una visión un poco contraria a lo que concibe Rousseau, quien afirma que la opinión pública deberá ser entendida como expresión de la voluntad general. Por su parte Hegel dice que “la opinión pública estaba destinada a ser el instrumento mediante el cual la sociedad manifestaba su respaldo o su desprecio por las decisiones gubernamentales o por los propios gobernantes” (Hegel, como se citó en Medina, 2012).

Cerrando este apartado sobre la opinión pública, Habermas considera que puede significar dos diferentes si se asume como:

- a) Una instancia crítica de los ciudadanos, para ellos comunicarse con los representantes de las distintas instituciones, teniendo la posibilidad efectiva de debatir pública y democráticamente.
- b) Una instancia receptiva de los ciudadanos aislados y particularizados, pero sin posibilidad de comunicación real con aquellos que están instalados en la “notoriedad pública”, ante los cuales se puede reaccionar solo con aclamación, nunca con diálogo, pues dichos integrantes de la notoriedad pública solo recurren a una “divulgación manipulativa” de mensajes. (Muñoz *et al.*, 1992, p.199., como se citó en Medina, 2012)

Finalmente haremos una revisión de los mecanismos de participación ciudadana, con énfasis en el voto. Para el caso de Colombia, el modelo democrático del país les permite a los ciudadanos ser protagonistas en las decisiones que definen el futuro de la Nación a través de los mecanismos de participación. Según el artículo 103, Título IV, capítulo 1, de la Constitución Nacional, “son mecanismos de participación del pueblo en ejercicio de su soberanía: el voto, el plebiscito, el referendo, la consulta popular, el cabildo abierto, la iniciativa legislativa y la revocatoria del mandato”. Cada uno de estos mecanismos están protegidos bajo la Ley 134 de 1994, que regula y expone los requerimiento y momentos en los que se podrán aplicar y usar los mecanismos.

2.3 OTROS REFERENTES

Con el propósito de hacer más entendible esta investigación, en este apartado hablaremos de variables que, si bien no son las protagonistas, sí son importantes para el desarrollo de la investigación.

La mayoría de edad es considerada como el momento en el que una persona deja de ser considerado como “menor”, y ahora es una persona ante el Estado

por las responsabilidades legales que adquiere. De acuerdo con la Ley 27 de 1997, *Por la cual se fija la mayoría de edad a los 18 años*, en su artículo primero se establece que la mayoría de edad en el territorio colombiano comprende es a partir de los 18 años. A estas personas, para efectos legales, se les llamará como *mayor de edad o mayor*.

Una de las características de Medellín es la amplia oferta en instituciones de educación superior, actualmente hay 7 universidades públicas, Universidad de Antioquia, Universidad Nacional de Colombia, Colegio Mayor de Antioquia, Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Instituto Tecnológico Metropolitano, Institución Universitaria de Envigado y la Universidad Nacional Abierta y a Distancia. También, podemos encontrar en la ciudad más de 20 IES de carácter privado, entre ellas se encuentran: Universidad CES, Universidad EAFIT, Universidad Pontificia Bolivariana, Escuela de Ingeniería de Antioquia, Fundación Universitaria Bellas Artes y, por supuesto, Universidad Católica Luis Amigó.

3 DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

En pro de darle una mirada más profunda al término paradigma, es obligatorio mencionar el escrito de Thomas Kuhn: La estructura de las revoluciones científicas, pero con el fin de sintetizar una idea que el mismo Kuhn definió de veintiuna formas diferentes, nos basaremos en el ensayo académico del investigador Fredy González. Como lo afirma Briones (citado por Hurtado y Toro, 1997), “un paradigma de investigación es una concepción del objeto de estudio de una ciencia, de los problemas para estudiar, de la naturaleza de sus métodos y de la forma de explicar”. Se entiende entonces que el paradigma es una forma de pensar, mirar y hacer las cosas con el fin de percibir los productos de la investigación.

Este proyecto de investigación será tratado de modo cualitativo porque se quiere comprender el fenómeno de investigación en su ambiente natural; bien lo decía Max Weber (1864-1920), “las ciencias sociales deben considerarse los significados subjetivos y la comprensión del contexto donde ocurre un fenómeno”.

Acorde a lo anterior, los paradigmas que nos dan una base son la teoría crítica y el constructivismo, “la primera como una búsqueda de crítica y transformación de las estructuras de la sociedad, la política, la cultura (...). De manera que, el constructivismo tiene como propósito investigativo la comprensión y la reconstrucción de la realidad previa” (Guba y Lincoln, 1994, como se citó en Ramos, 2015).

La elección de este paradigma hace alusión a lo que se está investigando, estamos tratando con la opinión, es decir una realidad individual del sujeto en sociedad, un fenómeno que no se puede contabilizar o enmarcar en números por su naturaleza subjetiva.

Pasando al enfoque, sabemos que se trata sobre la orientación metodológica que va tomar nuestra investigación. De acuerdo con Medina (2011), “el enfoque de investigación es un proceso sistemático, disciplinado y controlado”, es decir que con este se va a construir el camino que tomará la investigación. Hay tres tipos de metodologías: cuantitativa, cualitativa y mixta. A continuación, se explicará la metodología seleccionada.

Acorde a lo argumentado anteriormente, este proyecto de investigación será tratado de manera cualitativa. De acuerdo con Sampieri, el enfoque cualitativo es un proceso inductivo que se realiza en el ambiente natural del fenómeno investigado, es por eso que la recolección de datos está muy ligada a las experiencias de los participantes de la investigación.

El enfoque cualitativo consiste “principalmente en la “dispersión o expansión” de los datos e información” (Hernández, Fernández, Baptista, 2014), y algunas de sus características tienen que ver con los planteamientos abiertos y los ambientes en los que se desarrolla, durante el proceso se considera el análisis de múltiples realidades subjetivas y no goza de una secuencia lineal.

La elección de este enfoque corresponde a las virtudes que tiene, mencionadas en el libro de Sampieri: Profundidad de significados, amplitud, riqueza interpretativa y la forma en la que se puede contextualizar el fenómeno. Nuevamente, al estar tratando con la opinión debemos ser muy sensibles y comprensivos, por eso estas virtudes encajan perfectamente con esta investigación.

En cuanto a los tipos de investigación, la doctora Ana Zita los define como “los diferentes enfoques y modalidades que podemos emplear para realizar una investigación”, de ahí que existan tantos tipos según el método, estudio, el tiempo, la disciplina, entre otros; para sintetizarlo un poco, sin embargo, me voy a basar en la clasificación hecha por Hernández en Zafra (2006), donde indica que son cuatro: exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativa.

Para el caso de este proyecto, por la posición formativa y de aprendizaje en la que me encuentro, el tipo de investigación más apropiado es el exploratorio. Haciendo uso de los conocimientos recibidos a lo largo de mi formación académica, y sumándome al juicio de Orlando Zafra, esta modalidad es adecuada para quienes están iniciando en la investigación, sobre todo cuando esta tiene un énfasis social.

La investigación exploratoria sirve para familiarizarse “con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa” (Hernández, Fernández, Baptista, 2014). Es tipo de investigación es idóneo para generar interés en otros investigadores y continuar con estudios más avanzados; Hernández y otros, afirman que los tipos de investigación van de la mano y cada uno antecede al otro. “Es importante recordar que la ciencia, lo que llamamos teoría de una ciencia, se va formando poco a poco, con los resultados que vayan arrojando una buena cantidad de estudios” (Zafra, 2006).

Concluyo reafirmando que la elección de este tipo de investigación obedece en primer lugar a mi posición formativa y de aprendizaje, en efecto, Zafra (2006) afirma que “este tipo de investigación son las que deben desarrollar los estudiantes de pregrado, las cuales, sin ser fáciles, si son más accesibles a sus posibilidades”, y en segundo al vacío que he encontrado durante el proceso de construcción de este proyecto, no hay aproximaciones teóricas que den una respuesta al fenómeno que planteo.

3.2 DELIMITACIÓN

Con el fin de facilitar el proceso investigativo, este proyecto plantea el límite territorial en la ciudad de Medellín. De esta ciudad son seleccionadas la Universidad de Antioquia y la Universidad Pontificia Bolivariana, cada universidad aportará quince estudiantes que serán entrevistados de manera virtual, o presencial si las condiciones de salud pública al momento de la

entrevista lo permiten. Se va a trabajar sobre el concepto de la opinión con temática de los mecanismos de participación, lo anterior es respecto al consumo de medios masivos de información.

3.2.1 SUJETO

Este proyecto de investigación se va a realizar con treinta personas en total de universidad pública y privada por igual. Las personas a participar tendrán que ser mayores de edad y haber participado por lo menos una vez de algunas elecciones nacionales o locales. Otra de las características de los participantes es que deben ser estudiantes y estar activos en su proceso académico sin importar la etapa en la que se encuentren.

3.2.2 TIEMPO Y ESCENARIO

El presente proyecto tendrá una duración de dos semestres académicos, lo que es el equivalente a ocho meses aproximadamente, de igual forma todo el proyecto será desarrollado en la ciudad de Medellín.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Como bien es sabido, en esta investigación se plantean tres objetivos específicos que serán la ruta hacia el objetivo general; para ello, sin embargo, se debe trazar una ruta que nos lleve a la consecución de esos tres objetivos. En consecuencia, a continuación, se describen una serie de metas, acciones y tareas, por objetivo, que serán el camino de llegada.

Para el objetivo número uno, *identificar el nivel de conocimiento que tienen los jóvenes sobre los mecanismos de participación ciudadana*, se escribieron algunas metas de las cuales destaco: producir un texto sobre la opinión política de los jóvenes y escribir un artículo informativo sobre los mecanismos de participación. En aras de desarrollar dichas metas, se realiza un plan de acciones que contempla momentos como: analizar el contexto político colombiano, leer sobre las leyes que regulan los mecanismos de participación,

hablar con los jóvenes sobre su participación política, entre otros. De acuerdo con ello, hay una larga lista de tareas que serán la base de toda la investigación; a partir de las pequeñas acciones cada objetivo se fortalecerá y tomará forma para darle sentido a la investigación.

El segundo objetivo, examinar la relación entre el conocimiento sobre los mecanismos de participación y el consumo de medios, me impulsa a investigar el consumo de medios en Colombia y a conocer el interés de los jóvenes sobre los medios tradicionales. De acuerdo con esas metas, algunas acciones fundamentales para cumplirlas será realizar lecturas referentes a la historia de los medios en Colombia, reflexionar sobre el papel de los medios en la política y comparar la forma en la que se informaba antes y cómo se hace ahora.

Finalmente, para lograr el tercer objetivo, interpretar el nivel de participación de los estudiantes universitarios mayores de edad en épocas electorales, hay que comprender el nivel de interés de los jóvenes en política y elaborar estrategias para que los jóvenes participen en las mismas. De este modo, es fundamental analizar el conocimiento que tienen sobre política, analizar el conocimiento que tienen sobre los mecanismos de participación, recopilar datos de los últimos eventos electorales, entre otras acciones que van ligadas a la realización de este objetivo.

3.4 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Se puede decir que la observación es la base de toda investigación sin importar el tipo u objetivo. Para el caso, daremos un breve repaso a los tipos de observación en la investigación, pues esta será la principal herramienta para generar información.

De acuerdo con Campos y Lule (2012), “la observación es la forma más sistematizada y lógica para el registro visual y verificable de lo que se pretende conocer”. Esto quiere decir que es la técnica de mayor conveniencia y accesibilidad para abordar los retos investigativos; para ello, sin embargo, hay

que esclarecer los tipos de investigación y seleccionar el que más se adapte a nuestro trabajo.

Para clasificar la observación, es muy importante considerar la postura que el investigador va a tomar, teniendo sumo cuidado con las intervenciones que puedan corrompen los resultados. Teniendo eso en la cuenta, y basado en lo expuesto por Guillermo Campos y Nallely Lule, la observación se puede clasificar en: Observación de laboratorio, observación no participante, observación participante, observación no estructurada y observación estructurada.

La primera se refiere a la que es desarrollada en espacios que propician la reproducción de los hechos y hay control sobre lo que puede pasar.

La segunda, observación no participante, que es la que tomaremos para esta investigación, consiste en no intervenir de ningún modo en el lugar de los hechos, es así que no habrá relación alguna con los sujetos y solo se realizarán anotaciones que nos ayude a lograr los objetivos.

En cuanto a la tercera, observación participante, “el investigador se involucra dentro de los procesos de quienes observa, y este es plenamente aceptado, por lo tanto, se estima que lo observado no se ve afectado por la acción del observador” (Padua, 1987, citado en Campos y Lule, 2012).

La observación no estructura consiste en una observación libre, que no tiene el control de los acontecimientos y no se interesa por las categorías o los indicadores. Generalmente es empleada en investigaciones piloto o cuando no se conoce del todo el sujeto de estudio.

Finalmente, la observación estructurada es la que tiene instrumentos como apoyo con el fin de controlar, clasificar y sistematizar la información.

Ahora bien, las técnicas de recolección de información son aquellas herramientas que nos ayudarán a extraer la información de nuestro objeto de

estudio, para luego realizar el respectivo análisis. Para el caso de esta investigación, las herramientas empleadas son el sondeo de opinión y la entrevista semiestructurada.

De acuerdo con Laura Díaz, las entrevistas son conversaciones que permiten obtener información de forma más directa e indagar en los aspectos que no queden claros. En el caso de la entrevista semiestructurada, estas “presentan un mayor grado de flexibilidad (...) Su ventaja es adaptarse a los sujetos con enormes posibilidades” (Díaz Bravo, *et al.*, 2013). Esto nos quiere decir que podremos tener una mayor cercanía con el entrevistado sin perder la rigurosidad del ejercicio.

Por otro lado, si de obtener información de primera mano se trata, en pro de conocer el tipo de opinión de la población objeto de estudio, el sondeo es la herramienta adecuada que nos permitirá abordar dicha opinión y completar la información previamente obtenida con el grupo focal.

3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Cuando hablamos de análisis de información hacemos alusión a la manera en la que vamos a abordar la interacción, los datos, elementos, entre otros productos, que surjan de nuestra misión en el trabajo de campo recolectando información. Para ello tendremos en cuenta las herramientas utilizadas para llegar hasta este punto, es decir los autores, instrumentos y, por supuesto, los objetivos.

Un autor fundamental, casi imperdible en cualquier trabajo de investigación cualitativa, es Hernández Sampieri. El en capítulo 14 Recolección y análisis de los datos cualitativos, de su libro Metodología de la investigación, aporta un amplio bloque de información que será la guía fundamental que para el análisis de los resultados encontrados.

“La acción esencial consiste en que recibimos datos no estructurados, a los cuales nosotros les proporcionamos una estructura” (Hernández Sampieri,

Fernández y Baptista, 2014). De acuerdo con lo expresado por Sampieri, una forma de estructurar esos datos, es haciendo un análisis al tiempo que se recolecta la información. De este modo evitamos perder información y hacemos una revisión constante sobre el proceso que se está ejecutando.

Asimismo, se abordarán los objetivos para garantizar su cumplimiento y posteriormente dar respuesta a la pregunta central de esta investigación.

3.6 PARTICIPANTES

Como se ha expresado anteriormente los participantes de esta investigación serán jóvenes, estudiantes, entre los 18 y 25 años de edad, que estén cursando su pregrado en la Universidad de Antioquia y Universidad EAFIT. Teniendo en cuenta el tipo de trabajo y que la población de universitarios estudiantes es tan amplia, se decidió realizar un sondeo de opinión en el que trabajé con una muestra menos cuantiosa; además también se realiza una entrevista como fuente de recolección de información.

Los instrumentos de recolección de información fueron escogidos acordes a los objetivos y las variables de investigación. Es por ello que el sondeo nos permitirá dar una primera mirada a la opinión que tiene la muestra en cuestión, y con la entrevista encontramos la justificación a esa opinión.

El sondeo de opinión fue aplicado a 15 estudiantes de la Universidad de Antioquia y 15 de la Universidad EAFIT. Por su parte, la entrevista semiestructurada fue aplicada a 5 estudiantes (diferentes de los consultados en el sondeo) de la Universidad de Antioquia y 5 de la Universidad EAFIT.

3.7 PLAN DE TRABAJO

| EL USO DE MEDIOS MASIVOS DE INFORMACIÓN, FRENTE A LOS MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA | | | |
|---|---|---|--|
| Estudio de caso: estudiantes entre 18 y 25 años de la Universidad de Antioquia y la Universidad EAFIT | | | |
| Fecha | Objetivo | Estrategia | Evaluación |
| mar-22 | Identificar los mecanismos de participación ciudadana. | Sondeo de opinión a los participantes de la investigación | Análisis de datos de las repuestas obtenidas |
| mar-22 | Examinar la relación entre el conocimiento sobre los mecanismos de participación y el consumo de medios masivos de información. | Sondeo de opinión a los participantes de la investigación | Análisis categorial de las repuestas obtenidas |
| abr-22 | Interpretar el nivel de participación de los estudiantes universitarios mayores de edad en épocas electorales. | Realizar una entrevista semiestructurada | Análisis categorial de las repuestas obtenidas |

Tabla 1

3.8 PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN

El presupuesto de esta investigación considera los siguientes aspectos: gasolina y parqueadero, para desplazamiento entre las universidades; manutención del equipo que estoy usando para la redacción del trabajo; plan de datos básico. Lo anterior representa un valor estimado de \$250.000 pesos.

4 SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

4.1 ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA EL ANÁLISIS

El objetivo general de esta investigación es analizar la opinión de los estudiantes universitarios mayores de edad, de acuerdo con el uso de medios masivos de información, frente a los mecanismos de participación ciudadana; por ello, los instrumentos de generación y recolección de información escogidos fueron el sondeo de opinión y la entrevista semiestructurada.

En un primer momento se realizó el sondeo de opinión, a través de un formulario con 13 preguntas (5 demográficas y 7 investigativas), a 30 estudiantes

en total que fueron seleccionados de manera aleatoria. Durante la recolección se procuró que hubiese una paridad entre mujeres y hombres, además de abarcar estudiantes en diferentes carreras.

Finalmente, se llevaron a cabo 10 entrevistas semiestructuradas en las que cada participante contestó 2 preguntas referentes al consumo de medios y cómo estos puede generar una opinión frente a los mecanismos de participación ciudadana.

4.2 ANÁLISIS CATEGORIAL

4.2.1 Análisis categorial por autores

Continuando con la investigación, es momento de contrastar la información obtenida a través de los instrumentos de recolección con lo que dicen los teóricos presentados anteriormente. Para ello, primero se va analizar el sondeo de opinión y luego la entrevista semiestructurada.

4.2.1.1 Sondeo de opinión

La primera pregunta “¿Cuál es su opinión sobre los medios masivos de información (televisión, radio, prensa escrita y redes sociales), teniendo en cuenta la forma en la que comunican?” arrojó información bastante interesante, pues la mayoría de los encuestados – el 46.7% – respondieron desfavorable. Esta opinión puede estar ligada al fenómeno que se vive en Colombia de que los medios más reconocidos están a disposición – o son operados – por grupos políticos

Al respecto, el Observatorio de la democracia de la Universidad de los Andes, en su artículo “¿Cómo perciben los colombianos a los medios de comunicación?”, presentó una gráfica en la que demuestra como la confianza en los medios de comunicación va descendiendo año tras año, y un factor influyente en esta “crisis de medios” es la ideología política.

Sobre esta situación presentada en los últimos años, y que de momento parece que no va a mejorar, considero que debería haber un refuerzo ético en la formación de los profesionales que se van a involucrar en los medios de comunicación, además que, como sociedad, deberíamos exigir más y mejores garantías para asegurar que los medios estén al servicio de la sociedad y cumplan con los objetivos de informar y educar.

En la segunda pregunta ¿Está usted de acuerdo con la frase "Los mecanismos de participación ciudadana son transparentes"?, nuevamente encontramos resultados sorprendentes, ya que la mayoría de los encuestados – el 66.7% – no están de acuerdo con dicha frase.

Si bien no se encontraron teóricos que hablen sobre este tema, el resultado se puede atribuir al conocimiento que tienen los ciudadanos sobre los mecanismos – pregunta que será abordada más adelante –, y al papel educativo que juegan los medios – también lo abordaremos en una próxima pregunta –.

Con la tercera pregunta “¿Cree usted, según la información obtenida a lo largo de su vida a través de los medios masivos de información (televisión, radio, prensa escrita y redes sociales), que los mecanismos de participación ciudadana son útiles?” encontramos un contraste llamativo respecto a la anterior. Casi la mitad de los encuestados – el 48.9% – creen que los mecanismos de participación ciudadana son útiles; es interesante comparar esta información, ya que podemos encontrar una mediación entre la confiabilidad y la utilidad.

También podríamos hablar sobre la influencia de los medios en estas herramientas políticas. Bernadette Califano, afirma que todos los medios tienen una influencia – positiva o negativa – como actores políticos. En su estudio Califano hace una reflexión muy importante sobre la prensa, pues afirma que tiene tres funciones fundamentales desde la mirada del proceso político, estas

funciones se basan en: observación, participación y catalizar. Estas tres funciones le permiten una visión total en los momentos fundamentales del sistema político: donde puede compartir los distintos conflictos sin involucrarse, puede crearlos y discutirlos, y finalmente influir sobre los personajes activos del proceso políticos.

Teniendo en cuenta lo que dice Califano y el resultado encontrado en el sondeo de opinión, es evidente que se requiere de una sociedad crítica y consciente para hacer frente a los grandes medios y cuestionarlos desde los argumentos. Ahora bien, si partimos del principio de libertad, será menester de cada habitante de la sociedad ser un actor político activo o no serlo, en ambos casos asumiendo las consecuencias de su rol.

Con la cuarta pregunta “¿Cuál de los siguientes mecanismos de participación ciudadana conoce? Puede seleccionar varias respuestas”, vamos a retomar lo mencionado anteriormente en el análisis de la segunda, no sin antes compartir los resultados en el siguiente gráfico:

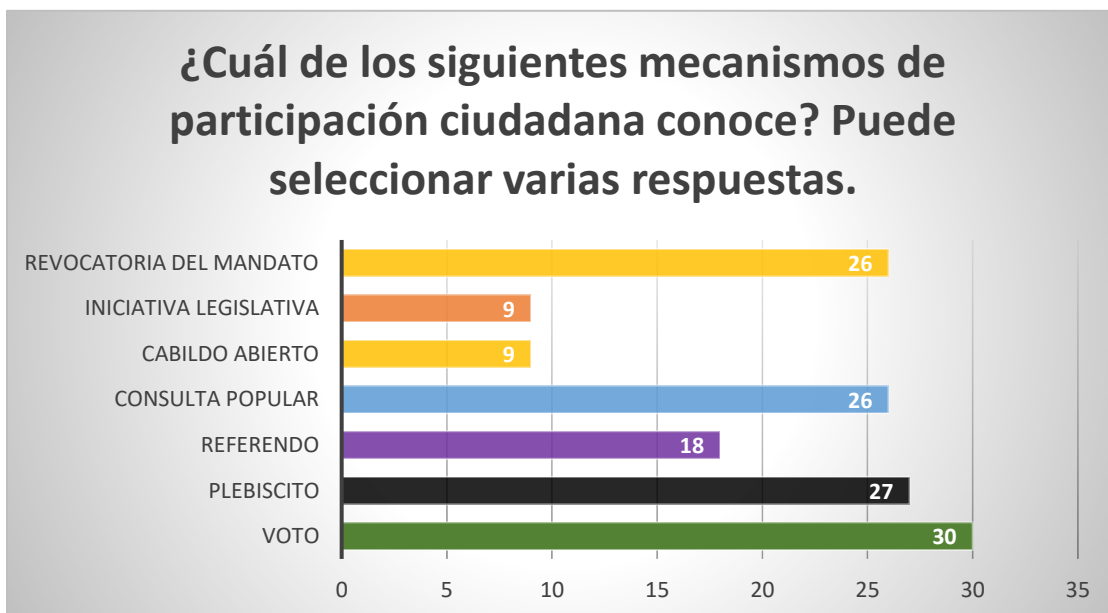


Gráfico 1

Como podemos observar, el mecanismo de participación ciudadana más conocido es el voto, seguido del plebiscito y luego la revocatoria al mandato que comparte lugar con la consulta popular.

Anteriormente mencioné que la mayoría de los encuestados no creen que los mecanismos de participación ciudadana sean transparentes, y planteé la hipótesis de que esto se debiera al conocimiento que se tiene sobre ellos. Al respecto, María Laura Eberhardt, en su tesis “Participación política directa en las democracias representativas contemporáneas: los mecanismos de participación ciudadana en la ciudad de Buenos Aires”, plantea que los ciudadanos no se ven representados en la política por el desconocimiento de los mecanismos de participación ciudadana.

Si bien los medios masivos de información no son los completos responsables sobre este desconocimiento, si cumplen un papel fundamental en la tarea de educar a la ciudadanía en esta materia. Es así como introduzco la siguiente pregunta “¿Considera usted que los medios masivos de información (televisión, radio, prensa escrita y redes sociales) educan de manera adecuada sobre los mecanismos de participación ciudadana?”.

Los resultados son contundentes, casi todos los encuestados – el 82.2% – no consideran que los medios masivos de información eduquen de manera adecuada sobre los mecanismos de participación. Pese a que las personas se están informando “a través de una combinación de medios” (Arriagada, A., & Schuster, M. 2008), esto no garantiza la veracidad y calidad de la información.

Arriaga y Schuster también plantean en su estudio que hay que dar un papel más determinante a los nuevos medios de información – redes sociales –, porque es allí donde los jóvenes están creando opinión y participando activamente. Ahora, considero que desde los medios hay que reestructurar las agendas temáticas y las maneras en las que están informando; la adaptación

a los nuevos formatos y plantear discusiones de interés son una tarea pendiente para promover el consumo de medios y la participación ciudadana.

Teniendo en cuenta lo que se acaba de plantear, podemos pasar a la siguiente pregunta reflejada en el gráfico:

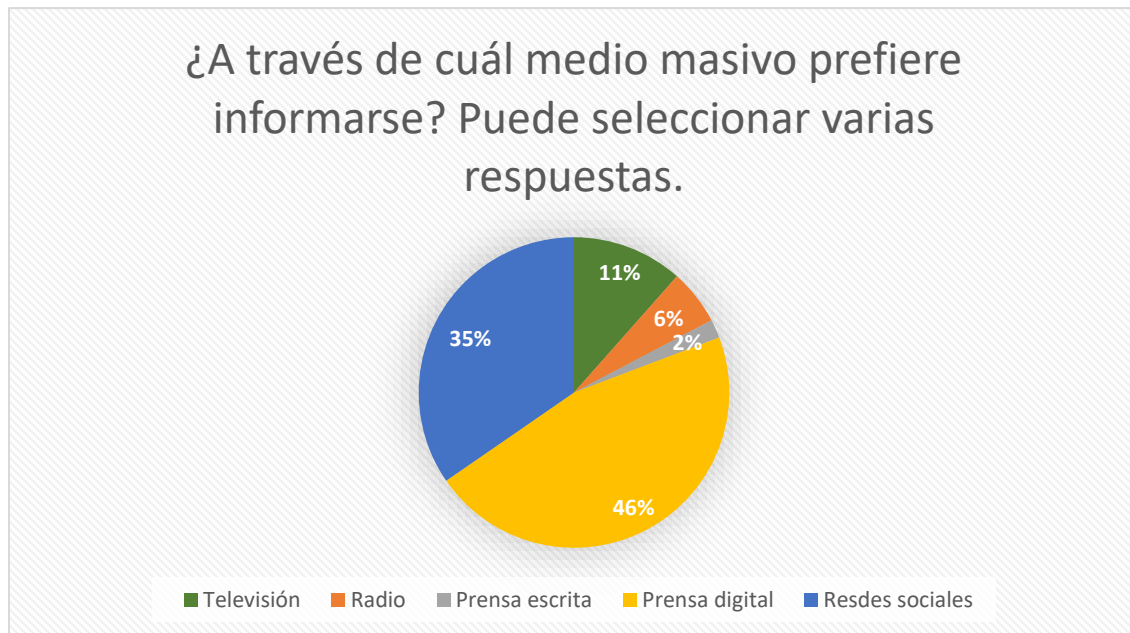


Gráfico 2

Como podemos observar, la mayoría de los jóvenes prefiere informarse a través de los nuevos formatos y medios de información. Por ello, quiero traer a colación nuevamente el artículo de Sergio Villanueva, Carlos Aguilar y Lydia Sánchez, “Participación Política, Medios de Comunicación y Redes Sociales en los Adolescentes Catalanes”, donde concluyeron que hay que dar una mirada profunda a los nuevos medios, pues en su investigación encontraron que aquellos jóvenes que consumen los medios tradicionales están más dispuestos a participar en política que aquellos que están inmersos en los nuevos medios masivos de información.

Me sumo a la conclusión presentada por los autores españoles, pues en Colombia también evidenciamos ese fenómeno en el que los jóvenes

consumen las redes sociales como medio de información, además de participar activamente en estas, pero no se sienten representados políticamente y por ende no participan.

Para cambiar ello, vuelvo a plantear la sugerencia anterior: los medios deben dar un paso hacia los nuevos formatos y plantear discusiones de interés con la población joven, esto con el fin de generar un sentido de pertenencia al estar informado y participar activamente en política.

He de aclarar que ese consumo de medios tiene que ser responsable; nuevamente, la culpa no recae totalmente en los medios. Cuando hablo de responsabilidad en el consumo de medios me refiero a lo primero que enseñan en las facultades de comunicación y periodismo, a verificar la información.

De este modo presento la última pregunta del sondeo de opinión, “¿Con que frecuencia verifica usted la información obtenida de los medios masivos de información?”. Los resultados encontrados indican que un poco más de la mitad de los encuestados verifica frecuentemente la información que obtiene a través de los medios. Esto podría indicar que los jóvenes están haciendo bien el ejercicio de informarse; es preocupante, sin embargo, el fenómeno de las *fake news* con respecto al porcentaje de jóvenes que ocasionalmente o nunca verifican la información.

Para generar la discusión quiero traer el autor Mario Díaz Vicente, quien presenta una investigación sobre “El fenómeno *fake news* en la opinión adolescente”. Dentro de un completo informe que abarca unas categorías más que interesantes, Díaz plantea una conclusión que es fundamental para entender la desinformación, “la sociedad es afectada por la desinformación y a todos nos preocupa. Pero claro, que se ocupen otros de combatir esto”. (Díaz-Vicente, M. (s.f)).

El autor llega a esta conclusión porque encontró, por medio de los instrumentos, que hay personas que conscientemente difunden información

falsa, y hay otras que reconocen su existencia, pero no toman acciones al respecto.

Es fundamental que, como ciudadanos y profesionales de la comunicación, tomemos acciones al respecto y evitemos la propagación de la desinformación. Este es un paso fundamental de cara a una sociedad consciente e interesada por su entorno.

4.2.1.2 Entrevista semiestructurada

La primera que se le planteó a los entrevistados fue “¿Cuál es su opinión sobre los medios masivos de información (televisión, radio, prensa escrita y redes sociales)?”. Al respecto todos expresan cierta aprobación en cuanto a la importancia y el rol que cumplen, pero con cierta desconfianza y matices revisar como lo es revisar y contrastar la información que están compartiendo. Emmanuel Ortega, estudiante de la Universidad de Antioquia, utilizó una frase que me gustaría destacar y que puede resumir las respuestas de los demás participantes: “Ofrecen un buen servicio – los medios –, pero este debe ser tomado con pinzas”.

Para contrastar esta información, comparto las cifras presentadas por El Barómetro de la Reconciliación, un grupo de investigadores, del Programa de Alianzas para la Reconciliación, una iniciativa de las agencias estadounidenses USAID y ACDI/VOCA. La encuesta tenía como objetivo conocer el nivel de confianza de los colombianos en diferentes instituciones, para el caso nos centraremos en los medios de comunicación, donde los datos arrojaron un 83.9% de desconfianza.

El informe mostraba que no solo los medios de comunicación, sino también la iglesia, el ejército y la policía, están en un declive constante con el pasar de los años. Esto es cuanto menos preocupante, sobre todo cuando estamos en épocas electorales y es cuando más deberíamos confiar en las instituciones que están al servicio de la sociedad.

Concluyendo con este punto, considero que las cifras no son del todo malas si se observan desde el lado de la sociedad. Esto da cuenta de un despertar, como grupo están haciendo la tarea de presionar e investigar para encontrar todo lo que está mal, a la larga estas acciones harán que los diferentes medios replanteen su ruta de trabajo y sirvan a la sociedad.

Ahora me gustaría dar paso a la segunda pregunta que respondieron los participantes de la entrevista, “¿Considera que la participación ciudadana está ligada al consumo de medios masivos de información?”. Nuevamente encontramos que los participantes coinciden en que la participación ciudadana está ligada al consumo de medios masivos de información, además de que los medios son muy importantes para este ejercicio; sin embargo, cada uno presentaba un punto de vista diferente.

Para el caso, traigo algunas de las palabras que más me llamaron la atención. Andrea López, estudiante de la Universidad EAFIT, considera que “lo que consuman las personas tiene repercusión en la percepción de los medios y en la participación ciudadana”, es decir que los medios no solo influyen en la decisión de querer participar, sino también en desistir de hacerlo. Otros estudiantes consideran que es importante estar informado para poder participar en la democracia, pero que no nos debemos conformar con la información presentada por los medios, pues estos suelen tener un sesgo político.

La visión de los estudiantes es confirmada por el artículo “Participación ciudadana a través de los medios de comunicación como legitimación de la democracia participativa en Colombia”, elaborado por Carlos Alberto Peña Orozco, Leonardo Herrera Delghams y Jorge Salazar Manrique. En el apartado “Medios de comunicación y democracia”, presentan el caso África, un continente que hizo una transición del modelo autoritario de gobierno, a uno democrático “gracias al creciente pluralismo mediático y el surgimiento de medios de comunicación alternativos”. (Peña-Orozco, C., Herrera-Delghams, L., & Salazar-Manrique, J. 2021)

Por ello, anteriormente afirmaba que ver las cifras de desaprobación, desde los zapatos de la sociedad, puede ser alentador en medida que esa presión va a contribuir a que los medios independientes se fortalezcan y tomen mayor relevancia en la esfera pública. Considero que a eso es a lo que le debemos apostar, como persona y profesional de la comunicación, a fortalecer y promover los medios independientes y objetivos a la hora de formar ciudadanos críticos y conscientes.

4.2.2 Análisis categorial por objetivos

Esta investigación se llevó a cabo con dos instrumentos de recolección de información, el sondeo de opinión y la entrevista semiestructurada. El sondeo abarcó los objetivos específicos uno y dos, por su parte la entrevista se utilizó para el objetivo número tres.

El objetivo específico número uno es “Identificar los mecanismos de participación ciudadana”. De acuerdo con los resultados que arrojó el sondeo de opinión, todos los encuestados conocen al menos un mecanismo de participación ciudadana – el voto –, y en promedio conocen cuatro de los siete mecanismos.

Para complementar este objetivo, a los encuestados se les preguntó si consideran que los medios educan de manera adecuada sobre los mecanismos de participación ciudadana. Allí encontramos que la gran mayoría manifestó no estar de acuerdo con ello, esto podía explicar el contraste de porque algunos mecanismos como la Iniciativa legislativa o el Cabildo abierto se queden tan atrás – referirse al gráfico 1 –.

Según la información presentada, puedo afirmar que este objetivo se cumplió; hay, sin embargo, bastante trabajo por realizar en materia de educación. No es posible que los mecanismos sean conocidos solo por el contexto político que vive la ciudad, porque podría llegar a la conclusión que, de no haber un proceso de revocatoria en curso, muchos no conocerían ese mecanismo. De igual

manera hubiese sucedido con el plebiscito, si no se llevaba a cabo ese proceso, muchos – me incluyo –, no hubiéramos conocido ese mecanismo para la época.

Cierro con la reflexión que he planteado varias veces a lo largo de esta investigación, los medios deben estar al servicio de la sociedad, por ende, deben cumplir con dos objetivos fundamentales: informar y educar. Hay mucho trabajo por hacer en este aspecto, quizá pueda ser un objeto de estudio para futuras investigaciones.

Continuo con el segundo objetivo “Examinar la relación entre el conocimiento sobre los mecanismos de participación y el consumo de medios masivos información”. Al respecto, encontramos que los estudiantes tienen una tendencia por informarse a través de las redes sociales y la prensa digital, los medios tradicionales como la televisión y la radio se están quedando por detrás.

Quizás esto se deba a la facilidad que ofrece la era digital para encontrar información, en tiempos pasados las personas se quedaban con lo que ofrecieran los medios, no había forma de corroborar lo que compartían. Sin embargo, el hecho de que los jóvenes conozcan los mecanismos de participación por su consumo de las redes sociales, y teniendo en cuenta lo presentado anteriormente, esto refuerza la idea de que los mecanismos son conocidos según la tendencia y contexto político que se viva.

Si bien puedo decir que este objetivo se alcanzó, no es relevante que el 81% de encuestados consuman prensa digital o redes sociales, cuando se están quedando con la información obtenida por la tendencia y no van más allá para conocer los otros mecanismos que son igual de importantes.

Para culminar con los específicos, damos paso al objetivo número tres “Interpretar el nivel de participación de los estudiantes universitarios mayores de edad en épocas electorales”, este fue abarcado por la entrevista semiestructurada. Para ello, a los encuestados se les preguntó si consideran que la participación ciudadana está ligada al consumo de medios.

Todas las personas coincidieron en que la participación si está ligada al consumo de medios, algunos de ellos expresaban que la información no solo hará que participes, sino también que desistas de hacerlo. Esta hipótesis planteada, en un principio me generaba una preocupación pues soy creyente que la democracia solo funciona cuando todos participamos de ella. He de aclarar que ninguno manifestó de manera explícita su deseo de no participar.

Ahora bien, otras respuestas fueron más directas, algunos encuestados manifestaron que van a participar de las elecciones sin importar la información recibida, sabiendo que es una responsabilidad que tienen.

Recapitulando la información obtenida, considero que este objetivo también se alcanzó, pese a ser más complicado por el análisis que se realizó. Creo que, a diferencia de las elecciones del 2010 con el movimiento “La ola Verde” donde gran cantidad de jóvenes se manifestaron, pero no participaron de las elecciones, para las presidenciales del próximo 29 de mayo de 2022, será diferente. En la interacción que tuve con los estudiantes, pude observar una voluntad de querer hacer algo por cambiar el contexto social que vive el país, hay una determinación en esta generación que no había visto anteriormente, esto servirá para marcar un antes y un después en la participación ciudadana de los jóvenes, en las acciones que se van a tomar para mejorar el país desde todos los ámbitos, uno de ellos, los medios masivos de información.

Finalmente, vamos a revisar el objetivo general “Analizar la opinión de los estudiantes universitarios mayores de edad, de acuerdo con el uso de medios masivos de información, frente a los mecanismos de participación ciudadana”.

Con creces puede decir que este objetivo se cumplió. Toda la información recolectada y el proceso llevado a cabo en el análisis y el contraste con los diferentes teóricos, me permitieron conocer y luego analizar la opinión de los jóvenes que participaron de esta investigación.

Pude encontrar que en general los jóvenes aceptan los medios, pero no confían en ellos, esto por el sesgo político que muchos presentan. La no confianza en los medios está relacionada a los mecanismos de participación ciudadana, pues el sesgo que estos transmiten hacen dudar de la transparencia y utilidad de los mecanismos, también la falta de educación sobre este tema puede hacer que se desdibuje la realidad de estos instrumentos políticos.

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Se puede concluir que los jóvenes están conscientes de las falencias que presentan los medios masivos de información, sin embargo, esto no los detiene en sus quehaceres cívicos.
- La opinión de los jóvenes sobre los mecanismos de participación ciudadana es neutral, pues consideran que estos son útiles pese a que no demuestran una confianza en ellos.
- Los medios masivos de información están en un declive en cuanto a su percepción, cada vez es más común escuchar y leer comentarios negativos por la manera en la que están informando.
- Los jóvenes demuestran estar interesados en la política pese a no tener confianza en las instituciones; la gran mayoría considera importante participar para cambiar este tipo de situaciones.

5.2 Recomendaciones

- Sobre el proceso académico: considero que el trabajo de investigación, por su rigurosidad e importancia, ha de ser tomado de tiempo completo. Por ello, me parece importante que desde el pensum se puedan separar las prácticas y el trabajo de grados. Mi proceso, y el de muchos de mis compañeros, fue muy complicado porque a la par de la investigación cumplíamos con las prácticas, proceso extenuante e innecesario si se quiere realizar un proceso con calidad y gusto.
- Sobre el acompañamiento docente: en la medida en la que se puedan separar las prácticas del proceso de grados, se podría mejorar los tiempos estipulados para las asesorías. En mi caso tuve un buen acompañamiento, el docente dedicó tiempo no laboral en el acompañamiento, pero esa no debería ser la regla, sino la excepción.

- Sobre el proyecto de investigación: todas las recomendaciones dadas se pueden consumir en el trabajo que tienen que hacer los medios para mejorar su imagen. No se trata de algo superficial, hay que ir al fondo de la situación y tomar acciones para que los medios estén realmente al servicio de la sociedad.
- Sobre el proyecto de investigación: el mejoramiento de los medios tiene que estar acompañado desde la academia. Es importante que, desde nuestra formación como profesionales de la comunicación, y en realidad de cualquier área porque la política debería ser interés de todos, se instruya más sobre los elementos fundamentales del sistema político del país.
- Sobre el proyecto de investigación: recomiendo seguir estudiando y profundizando este tema, en la medida que conozcamos los jóvenes podremos saber que necesitan y que se debe cambiar para asegurar un futuro con garantías. Más adelante me gustaría investigar sobre el marketing político y cómo este influye en las percepciones sociales de las personas.

6 REFERENCIAS

¿Cómo perciben los colombianos a los medios de comunicación? 31 de julio de 2017. Observatorio de la democracia. Recuperado de: <https://obsdemocracia.org>

Aristóteles (2005). *Retórica*. Alianza Editorial.

Califano, Bernadette. (2015). Mass Media, News, and their Influence over the Political System. *Revista mexicana de opinión pública*, (19), 61-78. <https://dx.doi.org/10.1016/j.rmop.2015.02.001>

Constitución política de Colombia. [Const.] (1991) 2da edición.

DeFleur, M.L., et al. (1993): *Fundamentals of Human Communication*. Mountain View (CA), Mayfield P.C

Díaz-Bravo, Laura, Torruco-García, Uri, Martínez-Hernández, Mildred, & Varela-Ruiz, Margarita. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009&lng=es&tlng=es.

Díaz-Vicente, Mario (s.f). "El fenómeno de las *fake news* en la opinión adolescente". Universidad de Murcia. Recuperado de: https://www.um.es/documents/2918258/18874499/Escrita_CCSS_IES+Floridablanca+++copia.pdf/e4e7be6b-181b-4584-9d96-119f5f23fe35

Eberhardt, M. (2007) Participación política directa en las democracias representativas contemporáneas: los mecanismos de participación ciudadana de Buenos Aires. Ed: FLASCO. Buenos Aires, Argentina.

El 84% de los colombianos desconfía de los medios de comunicación. (2019). Consultado el 9 de mayo de 2022. Recuperado de:

<https://premioggm.org/noticias/2019/10/el-84-de-los-colombianos-desconfia-de-los-medios-de-comunicacion/>

Facultad de Comunicación. (2009). ¿Existe opinión pública en Colombia? *Palabra Clave*, 4. Recuperado de <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/369>

Garcés Montoya, Ángela. (2010). A group of youth organizations: Overview of the political participation of youth. *Última década*, 18(32), 61-83. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-22362010000100004>

González, Fredy. (2005). ¿Qué Es Un Paradigma? Análisis Teórico, Conceptual Y Psicolingüístico Del Término. *Investigación y Postgrado*, 20(1), 13-54. Disponible en: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-00872005000100002&lng=es&tlng=es

Guillermo Campos y Covarrubias, Nallely Emma Lule Martínez La observación, un método para el estudio de la realidad. *Revista Xihmai VII* (13), 45-60, enero - junio de 2012

Hamui-Sutton, Alicia, & Varela-Ruiz, Margarita (2013). La técnica de grupos focales. *Investigación en Educación Médica*, 2(5),55-60. ISSN: 2007-865X. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349733230009>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. 2014. *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Interamericana editores. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Ley 27 de 1977. Por la cual se fija la mayoría de edad a los 18 años. 26 de octubre de 1977.

López, J. (2006) *Fundamentación teórica, metodológica y operativa de la línea de investigación en Comunicación – Educación* [Archivo PDF].

Medina, G. (2012) *Opinión pública: Comunicación política, democracia y medios*. Editorial Universidad de Antioquia.

Melo, J.O (2004) “La libertad de prensa en Colombia: su pasado y sus perspectivas actuales” Obtenido de: <http://www.banrepcultural.org/...>

Morgan, Michael & Shanahan, James. (1999). *Television and Its Viewers: Cultivation Theory and Research*. Michael Morgan. 10.1017/CBO9780511488924.

Morgan, Michael & Shanahan, James. (2010). The State of Cultivation. *JOURNAL OF BROADCASTING & ELECTRONIC MEDIA*. 54. 337-355. 10.1080/08838151003735018.

Olivé, León (2013). La Estructura de las Revoluciones Científicas: cincuenta años. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS*, 8(22),133-151. ISSN: 1668-0030. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=92425714007>

Osgood, C.E., (1961). *Some Terms and Associated Measures for Talking About Communication Urbana*, Illinois: Institute for Communication Research, p. 48.

Peña Orozco, C. A., Herrera Delgham, L., & Salazar Manrique, J. (2021). Participación ciudadana a través de los medios de comunicación como legitimación de la democracia participativa en Colombia. *Advocatus*, (26), 145–153. <https://doi.org/10.18041/0124-0102/advocatus.26.942>

Pérez-Tornero, J. (1996). ¿Qué es consumir medios de comunicación? Claves para su comprensión. *Comunicar*, 7, 15-18.

Ramos, Carlos (2015). Los paradigmas de la investigación científica. *Avances en Psicología*. 23 (1) 2015, p.9 – p.17. <http://revistas.unife.edu.pe>

Ruiz Medina, M. (2011) *Políticas públicas en salud y su impacto en el seguro popular en Culiacán, Sinaloa, México* [Tesis de doctorado, Universidad

Autónoma de Sinaloa] <https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/index.htm>

Schuster, Martín, & Arriagada, Arturo (2008). Consumo de medios y participación ciudadana de los jóvenes chilenos. Cuadernos de Información, (22),34-46. ISSN: 0716-162x. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97112294006>

Sola-Morales, Salomé, & Hernández-Santaolalla, Víctor (2017). Abstención política y nuevas formas de participación política de los jóvenes: Análisis comparativo entre Chile y España. Revista Latina de Comunicación Social, (72),629-648. ISSN: Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=819/81952828033>

Villanueva Baselga, S., Aguilar, C., Sánchez, L. (2017). Participación Política, Medios de Comunicación y Redes Sociales en los Adolescentes Catalanes. International Journal of Sociology of Education, 6(1), 61-84. <http://dx.doi.org/10.17583/rise.2017.2496>

Zafra Galvis, Orlando (2006). Tipos de Investigación. Revista Científica General José María Córdova, 4(4),13-14. ISSN: 1900-6586. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476259067004>

Zita, Ana (s.f.). "Tipos de investigación". *En Diferenciador.com*. Disponible en: <https://www.diferenciador.com/tipos-de-investigacion/>