

EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA EN EL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE LA CUN



Joven huérfana en el cementerio. Eugène Delacroix. 1824

Gina Marsella Medina Plazas
Carol Yasmine López Martínez

El papel de los medios de comunicación en la construcción de opinión pública en el programa de Administración Pública de la CUN

Gina Marsella Medina Plazas¹

Carol Yasmine López Martínez²

Medina, G.M. & López, C.Y. (2015). El papel de los medios de comunicación en la construcción de opinión pública en el programa de Administración Pública de la CUN. Revista Opinión Pública, Año3 Vol. 2. Páginas 33 – 39.

Resumen

Actualmente, la participación política está ligada a los medios de comunicación de tal forma que se requiere de los dos para su funcionamiento. Es de anotar que los medios de comunicación son el sistema más influyente para que los ciudadanos sean informados. Lo que se busca con esta investigación es determinar la veracidad de los medios de comunicación, teniendo en cuenta la información que suministran, y de esta forma comparar lo que la gente conoce respecto al tema, para medir la transparencia de la misma. La iniciativa se generó por medio de un programa radial, donde se traen invitados de trayectoria política, adicionalmente, se realizan entrevistas a gente del común y a nuestros estudiantes de Administración Pública, abarcando temas como la participación política, el proceso de paz y el conflicto armado, de esta manera determinar qué tan informada se encuentra la sociedad. Hemos logrado concluir que los medios de comunicación privados no han sido lo suficientemente transparentes y claros en el momento de proporcionar una información concreta, precisa y puntual, por el contrario, han generado varios interrogantes, que nosotros hemos querido indagar, promover y resolver.

Palabras Clave: ciudadanía, CUN, medios de comunicación, opinión pública, participación política.

Abstract

Nowadays, the political participation is tied to the mass media in such a way that it is needed of the two for his functioning. It is of annotating that the mass media are the most influential system in order that the citizens are informed. What is looked by this investigation is to determine the veracity of the mass media, having in it counts the information that they supply, and of this form to compare what the people know with regard to the topic, to measure the transparency of the same one. The initiative was generated by means of a radial program, where they are brought guests of political path, additional, carry out you interview people of the common one and our students of Public Administration, including topics as the political participation, the process of peace and the armed conflict, hereby to determine what so informed is the company. We have managed to conclude

1 Decimo semestre Administración Pública. Línea de Investigación Políticas Públicas e Inclusión Social. Correo: gina.medinab@cun.edu.co

2 Quinto semestre Administración Pública. Línea de Investigación Políticas Públicas e Inclusión Social. Correo: carol.lopez@cun.edu.co

that the private mass media have not been it sufficiently transparent and clear in the moment to provide a concrete, precise and punctual information, on the contrary, they have generated several questions, which we have wanted to investigate, to promote and to resolve.

Keywords: citizenship, CUN, mass media, political participation, public opinion.

Introducción

La investigación que se presenta en este artículo se basa en el semillero Opinión Pública Radio. En este caso se busca destacar los medios de comunicación en función de la opinión pública y la veracidad de la información que se suministra; ello se compara con la opinión de los estudiantes de la CUN, y de los diferentes invitados del programa alrededor del programa de administración pública.

La política se desenvuelve en medio de las democracias, buscando una relación entre ciudadanos, políticos, organizaciones políticas, e instituciones. Esta relación se produce en la sociedad y se ha convertido en un elemento fundamental gracias a los medios de comunicación.

Los medios de comunicación democráticamente se encargan de difundir la caracterización de cada partido político, por consiguiente, sin los medios sería difícil el comportamiento político de la sociedad, Downs (como se citó en Villafranco 2015) “estableció que en una democracia los partidos políticos formulan su política estrictamente como medio para obtener votos” y concluye que por una parte la información transmitida por los medios de comunicación siempre va a ser parcial e irracional y que la mayoría de los ciudadanos adquieren información política con propósito de voto. Actualmente, las campañas se mueven por las encuestas de opinión, las cuales son manejadas y manipuladas por los medios de comunicación, dado que en muchos casos hay intereses particulares de poder, que buscan un beneficio propio, por ende, se parcializan las encuestas y la información se vuelve irracional y poco veraz (Castells, 2006). Las instituciones

políticas exigen encuestas de opinión porque éstas establecen elementos importantes para saber dónde ubicar sus acciones. Los partidos políticos hacen sus campañas a través de los medios de comunicación, ya que en la actualidad son los principales transmisores de información y la mejor forma de llegar a sus votantes, lo que ha dejado de lado, mítines, reuniones y encuentros personales.

Partiendo de la relación que actualmente tienen los medios de comunicación con los procesos políticos y el poder que ejercen sobre el ejercicio democrático, se da por hecho que actualmente está produciendo efectos negativos en la información que el ciudadano recibe, dado que es muy limitada y ajustada a los intereses de un grupo en particular, de hecho, se está volviendo más un negocio que un derecho a la información y la libertad de expresión.

Debido a esto existe parcialidad y presión en los medios de comunicaciones tradicionales; la televisión la radio, el periódico etc...(Bourdier, 1996), la gente ha buscado otro tipo de medios de comunicación para ser informados como redes sociales. Por esto que es importante aportar a espacios de información como las universidades u otros medios que no tengan ningún tipo de interés de ningún partido, para poder identificar las respuestas reales y el conocimiento de la gente sobre el tema de la participación política.

Robert Dahl (como se citó en Villafranco 2015) consideró que:

El problema de la democratización es una brecha existente entre conocimientos de las élites de la política pública y de los ciudadanos; para resolver este problema ha establecido condiciones

que contribuyan a ampliar la democracia por lo cual es necesario la existencia de comprensión, control de agenda, acceso a fuentes alternativas de información, consenso informado, transparencia y comprensibilidad. Para cumplir estas condiciones de Dahl es importante ampliar la cantidad y la calidad de información que los medios de comunicación transmiten, de ellos depende la posibilidad de acceso; en contraste, y a medida que crece la influencia de los medios como transmisores, la información se reduce. (p.9)

Para poner a prueba lo anterior, la CUN ha tomado la iniciativa con el programa Opinión Pública Radio.

Marco teórico

El Marco Teórico ha sido construido a partir de la indagación sobre tres conceptos clave para el proyecto, uno, identificar el escenario geográfico en el que nos movemos como proyecto, el cual es el programa de administración pública de la CUN; dos, indagar a través de la revisión bibliográfica el concepto de información pública, y de esta manera aproximarnos al concepto de veracidad y transparencia de los diferentes modelos de comunicación que actualmente se mueven alrededor la participación política; y tres, caracterizar el concepto de sociedad red, el cual expresa los modos de vida de la sociedad actual.

Administración Pública - CUN

La Corporación Unificada Nacional de Educación Superior – CUN es una institución de carácter privado, constituida como persona jurídica de utilidad común, sin ánimo de lucro, con una trayectoria de más de treinta años en el mundo de la educación superior en Colombia, en los cuales ha consolidado un Proyecto educativo (Proyecto Educativo Cunista PEC) en el que está transformando permanentemente el aprendizaje de sus estudiantes con innovación

tecnológica para hacer de esta una formación integral de líderes con visión empresarial global (Anónimo, 2015).

El programa de Administración Pública es un programa donde se capacita al estudiante de acuerdo al nivel que hoy en día la globalización exige a quienes laboran en pro del desarrollo de los organismos y entidades del orden nacional, permitiéndoles adquirir ciertas habilidades, destrezas y aptitudes propias para la creación de un excelente perfil ocupacional y profesional (Universia, 2015).

Opinión pública

Podemos destacar que la Opinión Pública es un factor determinante dentro de lo público (Chomsky & Barsamian, 2002), la cual se desenvuelve en diferentes formas y se puede asumir desde una perspectiva amplia y popular que la define como el acuerdo de todos sobre los asuntos que a todos aquejan (Gómez, 2009), o de otro modo la opinión del pueblo sobre lo público, bien sea como expresión popular, crítica, forma, aparato, método o concepto, por lo tanto, la opinión Pública sería a base para la igualdad entre individuos de la misma sociedad, pero también depende de la interacción de estos con su entorno, y de las críticas por la mismas relaciones de fuerza entre las distintas opiniones y de la disposición a manifestar públicamente un punto de vista (Habermas, 1981).

Entre diferentes autores podemos destacar la opinión de Voladeras, 2001, sobre la relación que establece “Habermas” entre la opinión pública y el espacio público donde este se entiende como un ámbito de la vida social, en el que se puede construir opinión pública.

Medios de comunicación

Los medios de comunicación son aquellos que se utilizan para transmitir una idea o mensaje (Qué son los medios de comunicación, 2015) (Fondos

abiertos de autores colombianos, 2015). Hoy en día, el concepto se relaciona con varios instrumentos o canales alternativos de información, como son los diarios o periódicos, la televisión, la radio, internet, las publicaciones gráficas. Según Jeremiah O` Sullivan (como se citó en Osorio 2015) los medios de comunicación: “Implican el intercambio constante y bidireccional de información entre personas, que se realiza al utilizar los recursos tecnológicos existentes, con el objeto de generar respuestas a las interrogantes que puedan existir en un momento determinado”.

Metodología

El proceso de trabajo del semillero se enmarca en la investigación formativa, en la cual buscamos que los estudiantes compartan con el programa de Administración Pública opiniones sobre diferentes temas coyunturales actuales, y de esta manera evaluar la información que reciben a través de los diferentes canales de comunicación. Este proceso se da por medio de entrevistas, donde se realizan preguntas de carácter histórico sobre guerrillas y el actual tratado de paz. Adicionalmente, se traen docentes invitados que comparten sus conocimientos y trayectoria académica por medio del programa radial, y de esta manera se hace un comparativo entre lo que comúnmente se escucha en los medios de comunicación tradicionales y en el verdadero trasfondo de la información suministrada.

En esta dirección, este proyecto es de tipo cualitativo y cuantitativo, expresado en el trabajo de campo que permite la recopilación de información y el análisis en la construcción de la opinión. Por lo tanto, primero se ha iniciado con la conceptualización de la opinión pública; segundo, identificación de intereses del escenario de trabajo; tercero, elaboración de propuesta de estructura radial; y para finalizar, definición de temas y acciones prácticas que permitan analizar y proyectar el ejercicio.

Resultados

Construcción del programa Opinión Pública Radio Cun:

Se ha construido la siguiente propuesta de programa radial, en la que se identifican elementos mínimos que debe poseer nuestro programa.

Debemos pensar en la audiencia a la cual llegaremos, estos serán nuestros oyentes que estarán del otro lado. El objetivo del trabajo se enmarca en la posibilidad de llegar a un mayor número de oyentes, en especial de personas en proceso de formación académica, esto con el fin de dar a conocer las noticias políticas de una forma distinta y generar investigación a través de ella.

El programa debe tener la capacidad para identificar tendencias, y construir paisajes sociológicos actualizados. El actual proceso de globalización tiene su origen en factores económicos, políticos y culturales, pero se le adiciona otro y es el de los medios de comunicación, los cuales llegan a todos los rincones del planeta, gracias a la globalización del internet el cual es un fenómeno masivo, por su cantidad mas no por su calidad, esto sería una clave para nuestra propuesta de radio virtual. Pues este medio de comunicación así sea virtual debe llegar y sensibilizar en el ámbito que queremos, y es el de transmitir un interés a ir más allá de lo que sucede, es decir, motivar a la investigación, para ser más críticos y constructivos a la hora de actuar en nuestras profesiones. Esto debe ser un espacio para construir conciencia desde la academia, fuera de las aulas; todo profesional lleva una “responsabilidad social” sobre sus hombros, y debe ser transmitida con el sentido de pertenencia que le demos a nuestra profesión y la importancia de la ética y la transparencia con la que llevemos nuestro cargo como funcionarios, demostrándolo a través de la

información que brindemos y gestionemos ante nuestra ciudadanía.

Debemos ser constructores de conciencias, no de hombres, para ello nuestro programa radial que sería totalmente neutro; en él no nos debemos a ninguna tendencia política, “como los otros medios”, en donde la información sería real, y uno de sus objetivos, a parte de informar, es transmitir y generar una tendencia real a la investigación.

Cuando Giovanni Sartori advierte:

Un mundo concentrado sólo en el hecho de ver es un mundo estúpido. El homo sapiens, un ser caracterizado por la reflexión, por su capacidad para generar abstracciones, se está convirtiendo en un homo videns, una criatura que mira pero que no piensa, que ve pero que no entiende (1988)

Vemos en ello una oportunidad de cambio y de trabajo social. Esta oportunidad debe ser aprovechada por nuestro objetivo, y es hacia esa transformación que debemos trabajar.

Nuestra estructura es la de analizar los temas de coyuntura, replicarlos y velar porque a todos les llegue esta información y sensibilización.

Estructura del programa:

1. Se analizan los temas, la estructura, la temporalidad, el nombre del programa radial, los roles, entre otros.
 - a. Nombre programa radial: opinión pública radio
 - b. Tema para el programa radial. Discusión grupal
 - c. Se elige un invitado al programa. Acorde a la temática definida
 - d. Se recolectan opiniones de los estudiantes frente al tema
 - e. Se elabora cuestionario para el invitado
 - f. Se definen roles (periodistas, entrevistadores, musicalización)
 - Recursos: cabina radial sábados de 11:00 am a 1:00 pm, pc sala de profesores, emisora virtual de la institución.
2. Se eligen los temas mediante votación, los cuales se trataron en el siguiente orden:
 - **Participación política**
 - **Postconflicto**
3. Se realiza una campaña de expectativa para ser escuchados e ir creciendo en sintonía y participación.
4. En el proceso de investigación realizado por el semillero, se sacaron al aire 2 programas radiales, donde se precisaron temas coyunturales, en los cuales se habló sobre la historia de las guerrillas, el acuerdo de paz en la Habana, entre otros; por medio de este ejercicio lo que se busca es determinar el nivel de influencia de los medios de comunicación, como lo son RCN y Caracol, alrededor del programa de administración pública de la CUN.

Dado lo anterior, se generó un cuestionario con cinco preguntas de las cuales dos de ellas se realizaron a los estudiantes del programa de administración pública de la CUN, para poder determinar si sus opiniones se basan en lo que escuchan a través de los diferentes medios de comunicación o, por el contrario, van más allá de la información suministrada.

Estas son algunas de las opiniones de los estudiantes:

Histórica

Una de las causas del surgimiento de las guerrillas era una mayor participación política por parte de las comunidades campesinas. ¿Considera que estas condiciones se mantienen?

- No, porque al inicio ellos se formaron para defender los derechos de los campesinos, pero al pasar el tiempo llegó el narcotráfico, cuando entra la avaricia de armas y el manejo de la tierra, se ve que la ideología del movimiento se perdió y pierden el fundamento.
- Cuando llegó el desarrollo, las condiciones de participación de los campesinos desde el punto de vista económico y social era mínimas, casi nulas. Sin embargo el ideal de los grupos armados era precisamente hacerlos partícipes, pero la realidad sigue siendo la misma.

Acuerdo de paz:

De lograrse la firma del acuerdo final para la paz y con ella permitir la participación en política de movimientos insurgentes ¿Usted votaría por algún representante directo o indirecto de estos movimientos?

- Me parece importante un programa que trate este tipo de temas coyunturales, más que hablar de movimientos, me gustaría hablar de las FARC, que es el movimiento que en este momento se encuentra en negociación con el gobierno, y creo que no daría mi voto a alguien que hizo parte de las filas de las FARC, si bien, ellos hicieron parte de un movimiento de lucha y desigualdad en el país, es importante reconocer que son un grupo armado que más adelante generarían un conflicto peor.

Conclusiones

Según las entrevistas realizadas podemos concluir que los medios de comunicación han

moldeado la opinión de los estudiantes de la CUN, teniendo en cuenta que ellos dan una respuesta de acuerdo a lo que oyen y ven en televisión, radio, prensa y no se preocupan por buscar otro tipo de texto para consultar lo que está pasando.

Por ejemplo, uno de los estudiantes dice que la guerrilla perdió la ideología, pero al indagar entre las filas de la guerrilla ellos indican que su pensamiento aún permanece, la pregunta es ¿por qué el estudiante llega a esa conclusión?, por una referencia dada de una construcción que dan los medios de comunicación a la noticia o información que suministran.

Podemos deducir que la opinión de los estudiantes se basa en la información que han desarrollado los canales de información tradicional, sin buscar una fuente real más crítica, esto se da porque los estudiantes no se toman la tarea y el tiempo para consultar que tan irrefutable es la noticia transmitida por el medio de comunicación que la está proporcionando.

Por el contrario, los docentes han ido más allá y expresan sus opiniones de forma crítica, consultando varias fuentes de información alternativas y no quedándose con las más influyentes.

A partir del concepto de opinión pública nos hemos encontrado que existe una necesidad de mejorar la gestión de comunicación y transparencia informativa, considerando que se está volviendo un mercado de poder que busca el bien propio, manipulando los sistemas de telecomunicación y fuentes más recurrentes de información.

Finalmente, nosotros como miembros de la comunidad cunista, particularmente administradores públicos, hemos querido generar un programa radial que nos permita identificar como se desarrolla la opinión pública al interior del programa. Como futuros administradores

públicos el hacer parte de la puesta en marcha de un programa radial nos permite fortalecer nuevas competencias y promover escenarios de

formación integral que van más allá del currículo, y que permiten lecturas más holísticas de la realidad y la sociedad.

Referencias Bibliográficas

- Anónimo. (2015). Corporación Unificada Nacional de Educación Superior – CUN. Recuperado de <https://issuu.com/cuncomunicaciones/docs>
- Biblioteca Luis Ángel Arango (2015). Qué son los Medios de Comunicación. Biblioteca Virtual. Recuperado de <http://ticuna.banrep.gov.co:8080/cgi-bin/abnetclwo20/O8010/ID225c77a5?ACC=101>
- Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015) Fondo abiertos de autores colombianos - León de Greiff (1895 – 1976). Recuperado de <http://www.banrepultural.org/blaavirtual/fondos-abierto/autores/leon-de-greiff>
- Bourdier, P. (1996). Sobre la Televisión. Paris, Francia: Editorial Anagrama.
- Castells, M. (2006). Comunicación y Poder. Madrid, España: Editorial Alianza.
- Chomsky, N., & Barsamian, D. (2002). La Propaganda y la opinión pública: conversaciones con David Barsamian. Crítica.
- Gómez, L.A. (2009). El Estudio de la Opinión Pública. Recuperado de <https://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/ceo/article/viewFile/7497/6902>
- Habermas, J. (1981). La Historia y Crítica de la Opinión Pública. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili S.A
- Sartori, G. (1988). Teoría de la Democracia, El debate Contemporáneo. Madrid, España: Alianza Universidad.
- Universia. (2015). Orienta Universia. Recuperado de https://orientacion.universia.net.co/informacion_carreras/pregrado/administracion-publica-1590/corporacion-unificada-nacional-de-educacion-superior---cun-bogota-43.html#
- Villafranco, C. (2005). El papel de los medios de comunicación en las democracias. Andamios, 2(3), 7-21. Recuperado en 25 de mayo de 2018, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632005000200001&lng=es&tlng=es.
- Voladeras Cucurella, Margarita. 2001. La Opinión Pública en Habermas.
- Osorio, M. S. (2015). Dai Conceptos de comunicación. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/212773310/DAI-CONCEPTOS-DE-COMUNICACION-docx>