

Redes sociales: el nuevo poder de los medios independientes

MATEO YEPES SERNA¹ Y NÉSTOR JULIÁN RESTREPO ECHAVARRÍA²

Resumen

Colombia ha estado inmersa en un estallido social sin precedentes en los últimos años. Miles de colombianos han salido movilizarse para mejorar sus condiciones de vida y para exigirle al gobierno de turno que no firmara leyes, reformas y políticas, y en tiempos de desafíos, como los de la pandemia por Covid-19. Pero recientemente las movilizaciones han sido, además, para confrontar la labor de los medios de comunicación tradicional. Estos, históricamente poderosos, han informado desde una perspectiva privilegiada, comúnmente cercana al poder de turno. Por lo tanto, las protestas han sido en contra de dos poderes: el institucional y el de los medios de comunicación. Con eso, los manifestantes multiplicaron los canales de difusión de contenidos, innovaron en la inmediatez que las redes sociales permitían y se concentraron en los medios indepen-

1 Comunicador social, Pontificia Universidad Javeriana. Universidad EAFIT. Contacto: myepess1@eafit.edu.co

2 Doctor en Política, Comunicación y Cultura, Universidad Complutense de Madrid. Profesor titular, Universidad EAFIT. Contacto: nrestr12@eafit.edu.co

dientes y comunitarios, para dar a conocer lo que sucedía en las calles. Quienes estaban en casa se enteraron por “en vivos” de Instagram e hilos de Twitter lo que sucedía en las múltiples jornadas de movilización que llenaron las principales ciudades del país. ¿Cómo se efectuó ese cambio en las lógicas de poder que antes pertenecía a los medios tradicionales de comunicación? ¿Por qué los ciudadanos no confían en dichos medios? ¿Qué consecuencias tiene para el periodismo este cambio de paradigma? Esta investigación plantea revisar, con experiencias de medios independientes y con base en recursos bibliográficos, cómo cambió el modo de informar durante el paro nacional de 2021, y qué particularidades hubo en el consumo desde unas audiencias cada vez más diversas.

Palabras clave: redes sociales, poder, medios de comunicación, movilización social, periodismo ciudadano.

Tema central

El 28 de abril de 2021 empezó en Colombia un paro nacional que tuvo un despliegue en el ámbito digital que rompió los esquemas tradicionales de la protesta en el país y cambió la configuración de poder que, hasta ese momento, ostentaban los medios tradicionales.

El presente es el resultado de una investigación que se propuso establecer cómo los medios independientes y las redes sociales empeoraron la crisis de los medios tradicionales y les quitaron la poca legitimidad que aún tenían. Esto sucedió por un descontento de los actores sociales en dos vías. La primera tuvo que ver con un descontento general con el

manejo del Gobierno colombiano a los principales problemas del país. El segundo tuvo que ver con la forma como los medios de comunicación, usualmente afines a poderosos grupos económicos, difundían las noticias con un encuadre que beneficiaba a sus principales inversionistas.

Entonces, mientras la desinformación abundaba en las radios, los televisores y los periódicos de siempre, los nuevos medios y personas del común se tomaron las redes sociales y las convirtieron en plataformas de difusión de contenidos que no pasaban por el filtro de un poderoso. Fueron cientos los “en vivo”, las fotos y los videos que impusieron un poder *contrainformativo*, y que se alejaron del discurso institucional, que cada vez tenía menos legitimidad.

Así cambió la construcción de poder desde el manejo noticioso durante el paro nacional de 2021. Hubo, desde los medios tradicionales, un intento por perpetuar la dominación institucional mediante el encuadre con el que presentaban las noticias, pero también hubo, desde las calles, un intento por luchar en contra de ese discurso.

Así lo explica Castells (2009):

Los procesos de construcción de poder deben contemplarse desde dos perspectivas: por un lado, pueden aplicar la dominación existente o adquirir posiciones estructurales de dominación; por el otro, también hay procesos de resistencia al poder, en nombre de intereses, valores y proyectos excluidos o subrepresentados en los programas y composición de las redes. (p. 78)



Con todo esto, el presente artículo busca responder cómo cambió la configuración de poder de los medios en Colombia y, además, qué estrategias implementaron los independientes para alcanzar una audiencia descontenta con los medios tradicionales.

Fundamentación conceptual

Esta ponencia se hizo con base en las teorías expuestas por Manuel Castells (2009; 2012) sobre configuración de poder; sobre todo, en medios de comunicación. Tal enfoque sirvió para demostrar cómo, gracias a las redes y a la movilización social, los medios tradicionales de comunicación perdieron unas agendas que antes poseían.

En relación con el comportamiento de los actores políticos que participaron en el paro nacional de 2021, los conceptos de *framing*, periodismo *transmedia* y periodismo ciudadano dan a entender cómo las redes sociales ayudaron a una difusión aún más masiva de los sucesos en las movilizaciones. Su enfoque participativo e interactivo les dio a los medios independientes y comunitarios las herramientas para lograr un mayor alcance y más reconocimiento. Como estudio de caso, se agrega la experiencia del medio independiente Baudó Agencia de Prensa.

Enfoque y metodología

Para demostrar el cambio de la configuración de poder de los medios de comunicación en Colombia durante el paro de 2021, nos remitimos a identificar cómo desde el Gobierno nacional y desde los medios tradicionales se difundía la información.



Identificamos que el Gobierno colombiano informó unilateralmente, sin derecho a réplica por parte de los medios. Además, los medios de comunicación tradicional, como RCN, difundieron noticias con un encuadre específico que en ocasiones desinformaba.

La cubeta de huevos que cocinó el paro

Un hecho en específico cocinó las movilizaciones en Colombia: el entonces ministro de Hacienda, Alberto Carrasquilla, dijo en medios que una cubeta de huevos costaba 1800 pesos colombianos, en plena coyuntura por la propuesta de una reforma tributaria.

Manuel Castells (2012) explica que “los movimientos sociales suelen desencadenarse por lo general por emociones derivadas de algún acontecimiento que ayuda a los manifestantes a superar el miedo y desafiar el poder” (pp. 209-210). Esa declaración del ahora exministro podría entenderse como el acontecimiento que exacerbó las emociones de los manifestantes.

Desde esa misma perspectiva, Martí *et al.* (2002) definen a los movimientos sociales

[...] como un actor político colectivo de carácter movilizador [...] que persigue objetivos de cambio a través de acciones [...] y que para ello actúa con cierta continuidad, a través de un alto nivel de integración simbólica y un bajo nivel de especificación de roles, a la vez que se nutre de formas de acción y organización variables. (p. 4)

Las palabras del presidente

Al tiempo que avanzaban las movilizaciones Iván Duque Márquez, presidente de Colombia, tenía cada noche un encuentro con su audiencia. El programa *Prevención y Acción* fue el canal de comunicación directo entre los colombianos y el presidente Duque.

Este se emitió desde marzo de 2020 hasta el 4 de mayo de 2021, sin preguntas ni contrapreguntas, en horario *prime* del Canal Institucional, adscrito al Sistema de Medios Públicos de Colombia. Otros medios, públicos y privados, también lo emitieron. Bajo esa lógica, Martí et al. (2002) explicaron: “De esta forma, los mismos medios no solo se han ido autonomizando de la lógica partidaria, sino que han ido cobrando importancia hasta el punto de que han ido marcando el debate, cercenando la pluralidad de opiniones y silenciando determinados sectores” (p. 3).

Esa omnicanalidad en las comunicaciones del presidente no fue bien recibida por la ciudadanía. Primero, por lo costoso que resultaba, y segundo, porque limitaba la libertad de expresión. La Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) (2020), criticó el programa oficial por difundir información institucional sin ningún contrapeso:

Una de las estrategias más evidentes del Gobierno Duque tuvo que ver con el uso de las tecnologías de información para el control del debate público y de su propia imagen y la forma como, acudiendo a la potestad comunicativa del Estado, invirtió cifras históricas de recursos públicos en publicidad oficial. (p. 41)

Audiencias, cada vez más diversas y cansadas³

El comportamiento de los medios de comunicación tradicionales, aunado a la falta de claridad en las comunicaciones del Gobierno, incrementó el disgusto en la sociedad civil y motivó la creación de nuevos canales, medios y formatos para difundir los acontecimientos del paro nacional. Videos, hilos y *posts* vincularon los mundos virtual y real, y contribuyeron, aún más, a volver masiva la movilización social de 2021 en Colombia.

Para Ómar Rincón (2021), las redes sociales y los ciudadanos en general les ganaron a los medios de comunicación por dos razones. Una de ellas es porque en las redes sociales no se siguen libretos predeterminados. Esa libertad narrativa les dio a ciudadanos, *influencers* y medios independientes el poder para contar lo que quisieran, y como quisieran. La otra razón es que existe un disgusto con los medios tradicionales.

Un ejemplo fue la emisión de una noticia en RCN sobre la supuesta celebración masiva, en Cali, de la caída de la reforma tributaria. El 1 de mayo, el medio de comunicación publicó a las 11:30 p. m. que manifestantes celebraban haberla tumbado, pero no era así.

Para comprender este fenómeno me referiré al concepto de noticia de Tuchman (1978, citada por Ardèvol-Abreu, 2015), para después relacionarlo con el de *framing*, de Entman (1993, citado también por Ardèvol-Abreu (2015).

3 Parte de este capítulo ya ha sido publicada en Restrepo, N. y Yepes, M. (2022). El auge de las redes sociales en la explosión social en Colombia, el nuevo poder de los medios de comunicación independientes y ciudadanos. *Revista F-ILIA* (6), 129-147.



Tuchman define a la noticia como “una ventana cuyo marco delimita la realidad a la que se tiene acceso, limitando la percepción de otra realidad diferente y centrando la atención en ese fragmento específico” (2015, p. 424). Como consecuencia, la noticia limita la realidad, pues unos hechos pueden ser más prominentes que otros.

De este concepto se desprende la idea de Entman (1993), quien explicó la teoría del *framing*, que definió así, de acuerdo con Ardèvol-Abreu (2015):

Puede definirse como un proceso en el que se seleccionan algunos aspectos de la realidad, a los que les otorgará un mayor énfasis o importancia, de manera que se define el problema, se diagnostican sus causas, se sugieren juicios morales y se proponen soluciones y conductas apropiadas a seguir. (p. 424)

Los trinos y los videos hechos por ciudadanos y manifestantes sirvieron como insumo para que los medios de comunicación verificaran si salía al aire o no una noticia falsa. A continuación analizaremos el periodismo ciudadano y cómo este ha ayudado a quitarles la agenda a los medios tradicionales, que ahora se encuentran en crisis.

La crisis de los grandes medios

El periodismo ha entrado en una crisis de la que le ha costado salir. Han sido pocos los medios de comunicación que han superado las barreras que el mundo digital ha puesto en el camino. En una sociedad conectada en todo momento con redes sociales a la mano y con un dispositivo



móvil, la labor del periodista —y la del periodismo— se ha transformado (Restrepo y Yepes, 2022).

Estas redes, en términos de Tejedor-Calvo (2010), son un tipo de plataforma de la Web 2.0 que han tenido un impulso muy rápido pues “han pasado de ser sistemas dedicados a la formación de comunidades online a tener un protagonismo destacado dentro de los propios cibermedios” (p. 613).

El problema de los medios, entonces, es económico y de legitimidad, pero hoy nos ocuparemos del segundo. El ejemplo de RCN, y la reacción que tuvo en redes sociales, sirve para demostrar que su audiencia es cada vez más reducida. La legitimidad perdida con noticias encuadradas (*framing*) les ha costado caro.

La respuesta de la ciudadanía y de la sociedad civil —por lo menos, en el marco del paro nacional de 2021— fue tomar la vocería por medio de las redes sociales, sin necesidad de algún intermediario. Como expliqué al principio, el presente trabajo busca estudiar los cambios no solo en la configuración de poder en las instituciones oficiales, sino también, en los medios de comunicación. El periodismo ciudadano lo demuestra.

Redes sociales y periodismo ciudadano

Dan Gillmor (2005), citado por Renó y Ruiz (2012), define así al periodismo ciudadano: “[...] Proceso de difusión de información por los ciudadanos y para los ciudadanos; es decir, no hay criterios ni agencias de regulación, y tampoco existe un lenguaje previamente definido por alguien [...] Es una forma anárquica de publicar noticias” (p. 54).

Además del periodismo ciudadano y de la anárquica forma como manifestantes deciden difundir sus ideas, el paro nacional creó nuevos periodismos. Ómar Rincón (2021) explicó que no hay un solo tipo de periodismo, sino muchos periodismos. Uno es el de referencia, que en este artículo denominamos *tradicional*, y el otro es el *autónomo y digital*.

Las nuevas formas de periodismo conformaron su agenda desde la ciudadanía y la indolencia del Gobierno, y se acercaron más a los actores sociales comunes en las manifestaciones: mujeres, jóvenes, la ciudadanía de abajo. Esto hizo que fueran un objetivo más de las fuerzas de poder, según la FLIP, que registró 224 agresiones a periodistas desde las movilizaciones de 2019.

Resultados relevantes

Para contrastar los conceptos de poder, periodismo ciudadano y periodismo *transmedia* con un caso real, tomamos como estudio de caso al medio de comunicación independiente Baudó Agencia de Prensa, ubicado en Pereira, Risaralda.

En conversación con Víctor Galeano, editor y cofundador de Baudó, descubrimos que este medio se valió de las redes sociales y de las aplicaciones de mensajería instantánea para producir contenidos que interesaran a sus audiencias. En principio, eran familiares y amigos quienes se comunicaban con ellos, para confirmar o desmentir sucesos de su ciudad, pero eso luego tomó un enfoque profesional, y lo convirtieron en su enfoque de cubrimiento del paro nacional.

Lucas Villa: el antes y el después del cubrimiento de Baudó

En la noche del 5 de mayo de 2021, tras una de las tantas jornadas de movilización del paro nacional, que ese día completaba una semana, dos hombres atentaron contra manifestantes en Pereira, Risaralda. Lucas Villa, quien quedó herido de gravedad, y murió días después, se convirtió en uno de los personajes más emblemáticos de la protesta social, no solo en su ciudad, sino en todo el país.

Para los periodistas de Baudó, un medio de comunicación digital e independiente ubicado en Pereira, ese atentado marcó un antes y un después en el cubrimiento del paro:

[...] Pasamos de desmentir que habían tumbado un semáforo a estar cubriendo judiciales dentro [MYS3] del paro y entonces se complicaba más. Si no estábamos preparados para cubrir, por temas de volumen, noticias del día a día, tampoco estábamos preparados para cubrir eso. (2021)

Ese hecho demostró que los medios independientes, por sus condiciones económicas y humanas, no tienen la envergadura ni el músculo para cubrir situaciones como un paro nacional, desde todas las aristas. Por eso acostumbran a enfocarse en unos nichos muy especiales. Pero en el paro nacional tuvieron que dejar a un lado esa idea y acomodarse a lo que las calles y sus manifestantes exigían.

Para Baudó, el cubrimiento empezó como un ejercicio de verificación de datos. Víctor Galeano, su editor, contó que, tras una semana del

paro, sus amigos, sus familiares y sus conocidos le escribían por WhatsApp preguntándole sobre la veracidad de los hechos. Confiaban en Baudó, un medio que no es noticioso, pero aplica narrativas *transmedia* para producir sus contenidos.

Rost *et al.* (2016) definen al periodismo *transmedia* como la “forma de narrar un hecho de actualidad que se vale de distintos medios, soportes y plataformas, donde cada mensaje tiene autonomía y expande el universo informativo” (p. 14). Y sentencia, a continuación, que son los usuarios quienes contribuyen de manera activa a la construcción de las historias.

Los mensajes en WhatsApp de amigos, familiares y conocidos pueden considerarse participación de usuarios, porque, con base en eso, desde el medio decidieron aplicar estrategias de periodismo de verificación, y así producir contenidos en su sitio web y en redes sociales.

Conclusiones

El paro nacional de 2021 en Colombia les dejó unas lecciones a los medios de comunicación, tradicionales e independientes, en cuanto a cómo cubrir la movilización social y acercarse a las audiencias, cada vez más diversas.

Para el periodismo tradicional queda una tarea, y es salirse de los libretos predeterminados, algo que tienen muy claro los medios independientes. La conclusión principal de esta ponencia, consolidada gracias a teorías del poder, del *framing* y del periodismo ciudadano y *transmedia*, es que los medios independientes, como Baudó, supieron darles un uso

a las redes sociales, no solo para construir historias, sino para ampliar la participación de sus usuarios y audiencias.

Al tiempo, los demás actores políticos, como organizaciones sociales, encontraron en las redes sociales unas plataformas para difundir sus ideas y sus contenidos sin la necesidad de pasar por el filtro, a veces largo, de los medios de comunicación. Eso explica la referencia a que el periodismo ciudadano es una forma anárquica de publicar noticias, según Renó y Ruiz (2012).

Referencias

- Ardèvol-Abreu, A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latinoamericana de Comunicación Social*, 70, 423-450.
- Bergero, F., Bernardi, M. y Rost, A. (2016). *Periodismo transmedia. La narración distribuida de la noticia*. Laboratorio Transmedia de la Patagonia.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Alianza Editorial.
- Fundación para la Libertad de Prensa. (2020). Sin tratamiento ni vacuna. *Páginas para la libertad de expresión*, 1, 38-43.
- Gomá, R., Ibarra, P. y Martí, S. (2002). *Creadores de democracia radical. Movimientos sociales y redes de políticas públicas*. Editorial Icaria.
- Porto Renó, D. y Ruiz, S. (2012). Reflexiones sobre periodismo ciudadano y narrativa transmedia. En D. Renó, C. Campalans y V. Gosciola



(Eds.), *Narrativas transmedia, entre teorías y prácticas* (pp. 49-67).

Editorial Universidad del Rosario.

Rincón, O. (2021). Nuestro mejor y peor periodismo. *Páginas para la libertad de expresión*, 2, 30-31.

Restrepo, N. y Yepes, M. (2022). El auge de las redes sociales en la explotación social en Colombia, el nuevo poder de los medios de comunicación independientes y ciudadanos. *Revista F-ILIA*, (6), 129-147.