

## Información Importante

La Universidad de La Sabana informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad de La Sabana.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le de crédito al documento y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, La Universidad de La Sabana informa que los derechos sobre los documentos son propiedad de los autores y tienen sobre su obra, entre otros, los derechos morales a que hacen referencia los mencionados artículos.

**BIBLIOTECA OCTAVIO ARIZMENDI POSADA**  
UNIVERSIDAD DE LA SABANA  
Chía - Cundinamarca

**TWITTER COMO HERRAMIENTA DE CONTROL POLÍTICO EN  
COLOMBIA**

**LINA MARÍA ARANGURE BURGOS**

**Trabajo de grado presentado para optar al título de  
Comunicador Social y Periodista**

**Asesor:**

**RICARDO LLANO GONZÁLEZ  
COMUNICADOR SOCIAL Y PERIODISTA**

**UNIVERSIDAD DE LA SABANA  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN  
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO  
CHÍA, MARZO 2013**

*A Santiago, por su apoyo incondicional y paciencia.*

*A Martina, por su tranquila y dulce compañía.*

*A Ricardo, asesor de esta investigación, por su tiempo, colaboración y amistad.*

*A Eduardo Rojas, porque sin él este título no hubiera sido posible.*

## ÍNDICE

<b>I.</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>Página 6</b>
<b>II.</b>	<b>MARCO TEÓRICO</b>	<b>Página 9</b>
	1. ¿Qué es Twitter?	Página 9
	2. ¿Qué es control político?	Página 34
	3. ¿Qué es la agenda pública y cómo se establece?	Página 47
<b>III.</b>	<b>CASOS</b>	<b>Página 55</b>
	1. Caso Merlano	Página 57
	2. Caso Contrarreforma	Página 68
<b>IV.</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>Página 76</b>
<b>V.</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>Página 79</b>
<b>VI.</b>	<b>ANEXOS</b>	<b>Página 90</b>
	1. Entrevista 1	Página 90
	2. Entrevista 2	Página 94
	3. Entrevista 3	Página 98
	4. Denuncias ciudadanas dirigidas a @renunciesenador	Página 102

**ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS**

1.	Gráfico 1: <i>Top 20</i> países con más cuentas en Twitter	Página 16
2.	Gráfico 2: Actividad de las cuentas en Twitter para 20 países	Página 17
3.	Gráfico 3: Usuarios activos en Twitter	Página 18
4.	Gráfico 4: iRedes. Mapa de las redes sociales. Versión 3	Página 20
5.	Gráfico 5: Publicaciones en Twitter por día de la semana y hora del día en Colombia	Página 24
6.	Gráfico 6: Temas de los <i>tweets</i> en Colombia	Página 27
7.	Tabla 1: Políticos colombianos en Twitter	Página 30
8.	Tabla 2: Alcance de los casos de estudio seleccionados	Página 55

## **RESUMEN**

Twitter, la plataforma de *microblogging* más utilizada en la actualidad, está cambiando las dinámicas de comunicación entre gobernantes y gobernados, permitiendo un acercamiento entre estos actores y fortaleciendo, de esta manera, el sistema democrático del país. Es por eso que la siguiente monografía pretende examinar cómo el uso de esta plataforma ha promovido que los ciudadanos conectados ejerzan, de una forma diferente, el ejercicio del control político en Colombia.

## **ABSTRACT**

Twitter, the most used microblogging platform today is changing the dynamics of communication between political active citizens, allowing them to get closer together and strengthen its capacity to perform in our country's democratic system. That's why the following paper aims to examine how the use of this platform has encouraged connected citizens to exercise, in a different way, the activities of political control in Colombia.

## INTRODUCCIÓN

En Colombia el ejercicio del control político se ha modificado sustancialmente en los últimos años, a partir de la promulgación de la Constitución de 1991, pero también gracias al advenimiento de novedosas herramientas y canales de comunicación que han permitido una interacción nueva entre la ciudadanía y las instituciones propias de la democracia colombiana. Internet, fenómenos como el *microblogging* y el uso cada vez más extendido de las redes sociales, a la par con crecientes índices de conectividad, han sido catalizadores de dichas modificaciones en el ejercicio de lo político.

Ante esta realidad es importante establecer de qué manera Twitter, la plataforma de *microblogging* más utilizada en la actualidad, ha promovido en el país espacios de control político por parte de la ciudadanía, transformando, de esta manera, la interacción entre gobernantes y gobernados y, partiendo de ello, describir a través de casos específicos, en qué han consistido dichos nuevos escenarios y cómo han impactado el ciclo de lo político y de lo comunicativo, desde el establecimiento de la agenda hasta el ejercicio del control.

Así, esta investigación servirá para determinar de qué manera Twitter, sin ser un medio de comunicación convencional, se convierte en una nueva tecnología de la información que está siendo utilizada como canal para que gobernados puedan dirigirse a sus gobernantes sin intermediarios, sustituyendo a los tradicionales esquemas de comunicación, para realizar funciones de veeduría como mecanismo de control político.

Además, servirá también para la verificación de nuevas pistas que ayudarán a identificar y a entender cómo, en la actualidad, se están formando nuevos modelos de opinión pública a partir de medios no tradicionales.

Por eso, esta investigación se pregunta si a través de Twitter se ha promovido un nuevo espacio de control político en el país por parte de la ciudadanía colombiana y plantea, mediante una metodología analítica y deductiva, que en Colombia esta plataforma ha estimulado y generado nuevos ejercicios de control por parte de actores que antes no encontraban métodos ni herramientas de comunicación adecuados y eficaces para hacerlo.

Con el fin de desarrollar dicha hipótesis, la siguiente investigación está estructurada de la siguiente manera: una primera parte, que constituye el marco teórico, en la que se definen tres conceptos fundamentales como Twitter, control político y agenda pública. En una segunda parte se hará la descripción y el análisis de dos casos relevantes para verificar si la hipótesis planteada se valida a la luz de los hechos ocurridos y de las constataciones teóricas hechas previamente. Dichos casos, para efectos de esta investigación, se denominarán Caso Merlano y Caso Contrarreforma. El primero tiene que ver con el escándalo que desató la negación del senador de la República Eduardo Merlano a hacerse una prueba de alcoholemia luego de ser requerida por policías en la ciudad de Barranquilla. El segundo, analiza lo ocurrido con el fallido proyecto de ley de la reforma a la justicia presentado por el Gobierno ante el Congreso de la República.



Las fuentes utilizadas corresponden a textos, videos, fragmentos de audio y documentos propios de interacciones derivadas del uso de Twitter, así como a algunos referentes impresos que fortalecen principalmente el marco teórico.

Igualmente, se realizaron tres entrevistas a líderes de los procesos de control político reseñados: uno de ellos, que a pesar de no estar relacionado con la política, actuó como ciudadano y promotor desinteresado al sentirse indignando por una actuación específica de un miembro del Congreso, promoviendo que otros se unieran a dicha causa; el segundo, politólogo y filósofo, funcionario público del nivel distrital sin una filiación partidista específica, que reaccionó para manifestar su desacuerdo y lograr detener el proyecto de ley de la reforma a la justicia, uniéndose a otros ciudadanos que compartían su mismo rechazo; y el tercero, estudiante de Relaciones Internacionales y cofundador de Manos Limpias, un movimiento ciudadano soportado en las redes sociales que apoyó la movilización generada a partir de los dos casos que se exponen en esta investigación.

## CAPÍTULO 1

### ¿QUÉ ES TWITTER?

Twitter es una plataforma que le permite a sus usuarios compartir y recibir cualquier tipo de información que puede ser publicada a través de mensajes escritos de no más de 140 caracteres, fotografías o enlaces a otros sitios Web. Basada en el servicio de *microblogging*, Twitter permite la posibilidad de “[conectarse en tiempo real] con las últimas historias, ideas, opiniones y noticias” (Twitter, 2013), de acuerdo a los intereses de cada usuario.

El éxito de esta red radica en que un mensaje, *tweet* o trino puede ser visto, e incluso compartido, de manera masiva, sin necesidad de seguir al autor de la publicación, a pesar de que la plataforma cuenta con una opción de seguridad que le brinda a sus usuarios la posibilidad de bloquear el contenido de sus mensajes, con el fin de que estos únicamente puedan ser leídos por los seguidores de cada uno de ellos.

Para acceder a Twitter basta con crear una cuenta. No es necesario publicar información constantemente pues ya “sea twitteando 100 veces al día o nunca, [se sigue] teniendo acceso a las voces y la información que [rodea] todo lo que interesa [a los usuarios conectados]” (Twitter, 2013).

Twitter utiliza diferentes componentes que enriquecen no solo la información que allí se publica sino también la interacción entre sus usuarios. Por ejemplo, a través del símbolo @ seguido del nombre de la cuenta, los ‘tuiteros’ pueden mencionarse

públicamente entre sí. Así mismo, con el símbolo # se pueden crear etiquetas o *hashtags* “para enfatizar el contenido [del] mensaje y hacer que se propague mejor por la Red”. (Congosto, Aragón, s.f., p. 4). También es posible retransmitir un *tweet* de otro usuario escribiendo la marca ‘RT’ seguida del mensaje original, si se hace de manera manual, o simplemente utilizando el botón indicado para esta función que se encuentra en la plataforma. “Generalmente se retransmiten los mensajes con los que se está de acuerdo, por este motivo en la red formada por los [*retweets*] RTs emergen las comunidades de usuarios de ideología afín” (Congosto, Aragón, s.f., p. 19-20).

Todos estos elementos colaboran a que la información que se publica en Twitter sea propagada de manera inmediata y a millones de usuarios en el mundo. Por eso uno de sus creadores, Jack Dorsey, fue claro cuando definió a Twitter como “una corta e inconsecuente explosión de información a la manera de chirridos de pájaros”. (Shiels, 2011). Sin embargo, después de más de cinco años de haber sido creada esta red y alejándose un poco de su intención original, varios de los contenidos que circulan en forma de *tweets* hoy carecen de inconsecuencia pues se han convertido en “una fuente de información indispensable para los medios masivos de comunicación, que luchan infructuosamente por equiparar la inmediatez con que las primicias saltan al ciberespacio en titulares de 140 caracteres” (Gómez, S., 2012, p. 8).

Y aunque si bien es cierto que la publicación de contenidos en Twitter no está ligada a algún tema en específico y que los trinos allí escritos gozan de la libertad de expresión de quien los comparte, “Twitter no es (...) como Facebook o MySpace que pide la

información biográfica de cada usuario y una cuidadosa selección de los "amigos" para rellenar el sitio" (Hill, 2010, p.1).

Para algunos expertos Twitter no es considerada una red social debido a que los hilos de comunicación entre los usuarios y la forma de interacción entre ellos son diferentes al prototipo de las demás redes sociales que existen en la Web. De acuerdo a

un estudio realizado por cuatro investigadores coreanos [se concluyó] que Twitter, la popular plataforma de *microblogging* basada en mensajes de 140 caracteres, no es una red social sino un canal de comunicación más parecido a los medios tradicionales (...) [ya que] las relaciones que se establecen en esta plataforma no son siempre recíprocas (...), los usuarios consumen y distribuyen contenidos sobre temas pegados al momento, a la actualidad informativa; [y pocos] usuarios llegan a una gran audiencia de forma directa (como fuentes de noticias), si bien una mayoría logra llevar su mensaje a muchos (básicamente a partir de los «retuits») (ABC, 2010).

Por su parte, la mexicana Laura Gómez, gerente de la internacionalización de Twitter, cree que esta "no es una red social, [sino que] es una red de información abierta, ya que para ser una red social [se debe] tener una relación mutua" (Gómez, L., 2011).

Y complementando lo anterior, su fundador Jack Dorsey considera que

en Twitter, no [se sigue a] una persona, sino lo que ella produce. No es estrictamente una red social y por tanto no hay presiones sociales inherentes que (...) obliguen a

considerarlos como amigos, porque no [se interactúa] con ellos sino con lo que tuitean (Los Angeles Times, 2009).

Pero más allá de ahondar la discusión sobre si es o no Twitter una red social, debate que puede ser interesante, tal y como lo plantea Jason Fry en un artículo en Nieman Journalism Lab, (Fry, 2010), lo cierto es que se ha convertido en un canal que constantemente establece lazos de conectividad entre usuarios que no necesariamente comparten los mismos intereses y que pueden generar empatía o discrepancia gracias a la información divulgada en no más de 140 caracteres, “lo que convierte a Twitter en un “medio multilingüístico, multimedial, multidisciplinario y promotor de la transmisión de heterogeneidades que, paradójicamente, terminan moldeando la opinión pública conectada” (Gómez, S., 2012, p. 10).

A través de Twitter es posible saber cuáles son los temas de los que se está hablando en el país y en el mundo, detectar tendencias de consumo o información e incluso generar negocio (Juste, 2013), pero también sirve como herramienta de comunicación para la práctica y el ejercicio de actividades como el periodismo y la política, pues “profundiza la tendencia a la reterritorialización de los intercambios informativos, dando paso a una nueva esfera de relación entre lo público y lo privado, en la que se destaca la libertad de expresión con inclusión, transparencia y universalidad” (Gómez, S., 2012, p. 9). Así mismo, sirve “para difundir noticias prácticamente al momento de su suceso y valorar la respuesta social de medio mundo al instante” (Juste, 2013).

Twitter fue creado el 21 de marzo del 2006 por Jack Dorsey, un norteamericano quien antes de alcanzar el éxito con este servicio de *microblogging*, trabajaba como desarrollador en Odeo Inc., empresa de transmisión de *podcast* en la Web. Dorsey, quien para la época estaba pronto a cumplir sus 30 años de edad luego de realizar sus estudios en la Universidad de Ciencia y Tecnología de Misuri y en la Universidad de Nueva York, “desarrolló el programa para Twitter mientras buscaba crear una plataforma que ayudara a los usuarios a mandar mensajes SMS de manera más rápida y efectiva a través de la red” (Universidad Marista de Mérida, 2012).

Es así como surgió esta herramienta, en cuya realización y desarrollo también participaron Evan Williams, creador y fundador de Blogger, y Biz Stone, aunque fue Dorsey el encargado de publicar el primer *tweet* y de seguir al mando de esta empresa pues hoy en día, el también creador de Square, un servicio de pago electrónico a través de teléfonos móviles, es el único jefe de producto de Twitter.

En cuanto a su sostenimiento económico, la compañía obtuvo ingresos por publicidad hasta el 2009 a través de AdSense de Google, pero “actualmente se financia por tuits promocionados” (Universidad Marista de Mérida, 2012).

El crecimiento de Twitter en el mundo ha evolucionado de manera interesante, alcanzando cifras que en ocasiones han puesto en problema a la compañía, pues ante el incremento acelerado de número de cuentas registradas, la plataforma ha tenido que permanecer fuera de servicio durante algunas horas, impidiéndole a sus usuarios revisar

los mensajes publicados y compartir sus contenidos. Así ocurrió a comienzos de 2013, por ejemplo, caída que

para muchos (...) [tiene] que ver con el crecimiento que ha experimentado en los últimos meses, pues si bien Facebook sigue siendo la red social preferida en el mundo, la plataforma (...) ha registrado un crecimiento en usuarios activos (los que entran a la plataforma al menos una vez al mes) del 40% entre el segundo trimestre de 2012 y el cuarto trimestre, según un estudio de la consultora Global Web Index (@altonivel, 2013).

Y es que si en el 2007 se hablaba de miles de usuarios registrados en Twitter, actualmente la cifra se ha elevado a millones. Por lo menos así lo registró en noviembre del 2012 “un análisis independiente de la empresa SYS-CON Media [que] había estimado (...) en más de 465 millones el número de cuentas creadas en la red social, con un volumen de mensajes superior a los 175 millones al día” (AFP, 2012).

Si se comparan estas cifras con las del 2011, que indicaban que “más de 140 millones de tweets [eran] enviados cada día, [es decir] alrededor de mil millones a la semana” (Shiels, 2011), se evidencia un aumento del 25%, por lo menos en cuanto a mensajes publicados se refiere.

Por otro lado, y de acuerdo a datos publicados por la misma compañía a finales del 2012 y a través de su cuenta @Twitter, se aseguró que la cifra de usuarios activos superaba los 200 millones.



**Fuente:** @Twitter en [twitter.com/twitter](https://twitter.com/twitter)

Debido a que Twitter “no cotiza en bolsa y por tanto no tiene la obligación de proporcionar información sobre sus actividades” (AFP, 2012), firmas especializadas en redes sociales como SemioCast se han atrevido a dar cifras mucho más elevadas. Para mediados del 2012, esta empresa estimó que la red de *microblogging* superaba los 500 millones de cuentas, aunque sin asegurar que todas estas estuvieran activas.

Pero las cifras no solo arrojan datos sobre el número de cuentas existentes en Twitter sino también sobre el posicionamiento de esta red entre los usuarios de diferentes países del mundo. A comienzos del 2012, SemioCast también ofreció un estudio que revela cuáles son los países con mayor presencia en esta plataforma y cómo es su actividad.

Los resultados fueron obtenidos de acuerdo al análisis que hizo la firma a

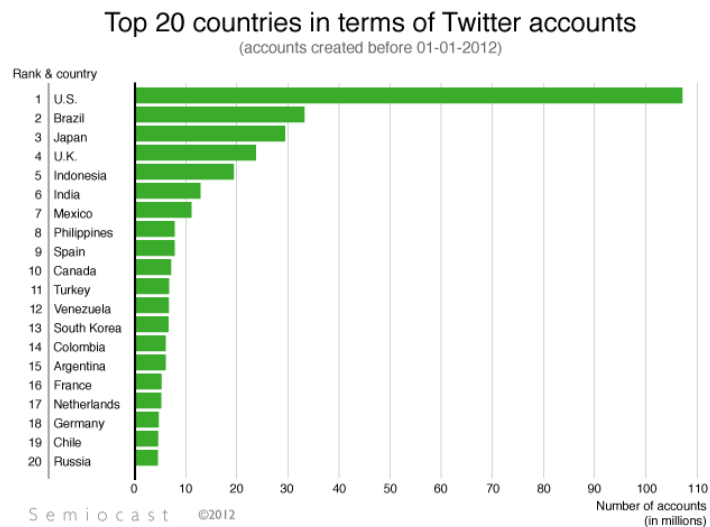
383 millones de perfiles de usuarios de Twitter creados antes del primero de enero del 2012. SemioCast utilizó sus propias plataformas, bases de datos y herramientas para



procesar los perfiles de los usuarios con el fin de determinar su ubicación, utilizando toda la información disponible (localización publicada en el perfil del usuario, la zona horaria, el idioma utilizado para publicar tweets y coordenadas GPS) (Semiocast, 2012).

El análisis demostró, por ejemplo, que el 28.1% de los usuarios que hay en Twitter, correspondiente a 107.7 millones de cuentas, son de Estados Unidos.

**Gráfico 1: Top 20 países con más cuentas en Twitter**



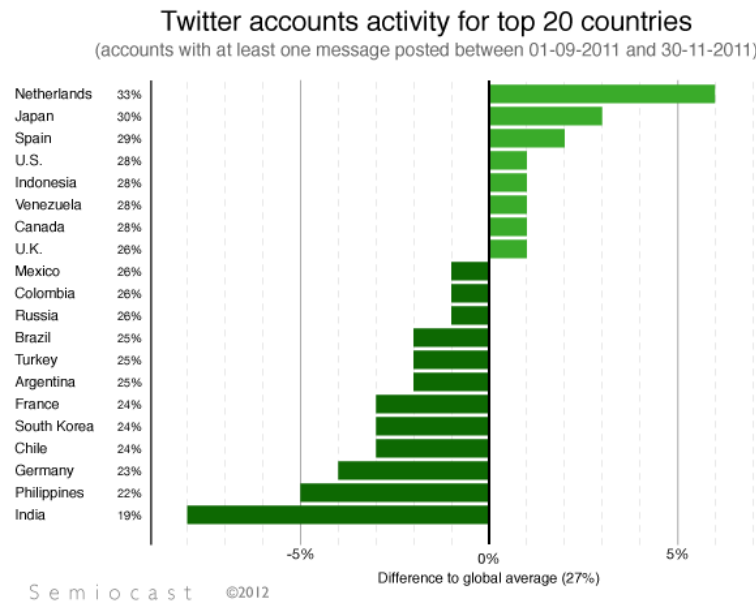
**Fuente:**

[https://semiocast.com/publications/2012\\_01\\_31\\_Brazil\\_becomes\\_2nd\\_country\\_on\\_Twitter\\_supersedes\\_Japan](https://semiocast.com/publications/2012_01_31_Brazil_becomes_2nd_country_on_Twitter_supersedes_Japan)

También reveló que los usuarios más activos en Twitter provienen de los Países Bajos (Gráfico 2) ya que “el 33% de las cuentas [de este lugar] compartieron al menos un mensaje público entre el primero de septiembre del 2011 y el 30 de noviembre del 2011” (Semiocast, 2012), superando a países como Japón, cuyo número de cuentas en

Twitter es mucho más alto y por ello se ubica en la tercera posición, por debajo de Brasil que tiene más de 30 millones (Gráfico 1).

**Gráfico 2: Actividad de las cuentas en Twitter para 20 países**



**Fuente:**

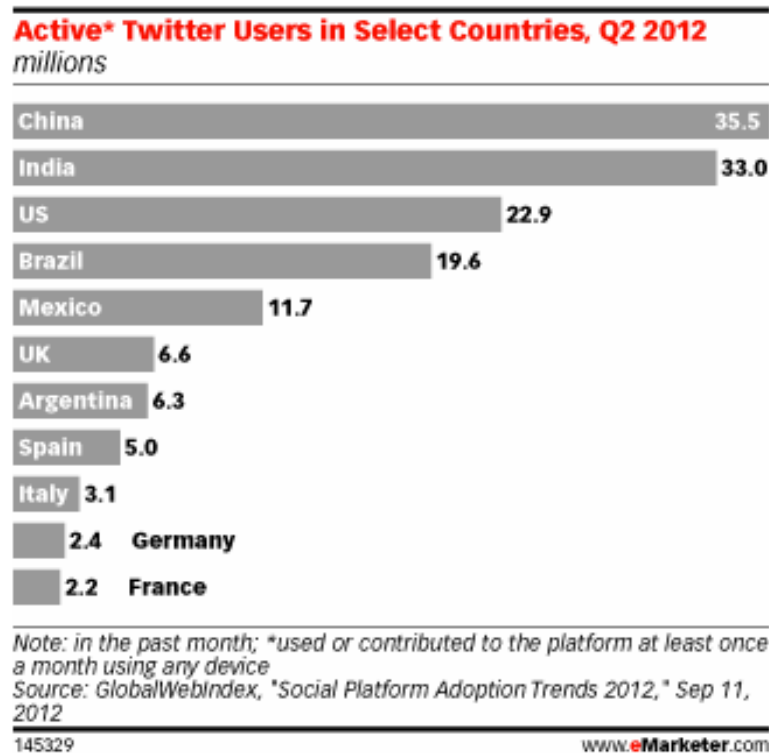
[https://semioCast.com/publications/2012\\_01\\_31\\_Brazil\\_becomes\\_2nd\\_country\\_on\\_Twitter\\_supersedes\\_Japan](https://semioCast.com/publications/2012_01_31_Brazil_becomes_2nd_country_on_Twitter_supersedes_Japan)

A partir del análisis, Semiocast también estableció que “el japonés es el segundo idioma más usado en Twitter, luego del inglés” (Semiocast, 2012).

Por su parte, en septiembre del 2012, un estudio realizado por la empresa Global Web Index registró que el país con mayor número de usuarios activos en Twitter era China con un total de 35.5 millones, seguido por India con 33 millones y luego Estados Unidos

con 22.9. Así mismo y según esta muestra, el país latinoamericano que lideró la lista fue Brasil con 19.6 millones de usuarios activos y un poco más atrás, situado en la séptima posición, estuvo Argentina con 6.3 millones.

**Gráfico 3: Usuarios activos en Twitter**



**Fuente:** <http://www.emarketer.com/Article/Twitter-Grows-Stronger-Mexico/1009370>

De manera que, de acuerdo a estas cifras, está claro cómo Twitter ha ido aumentando su presencia en diferentes países, pero sobre todo cómo esta se ha incrementando considerable y rápidamente en los últimos años. En el 2010, “Twitter ocupaba la posición número doce en sitios Web visitados en el mundo, detrás de Google, Facebook y Youtube que se situaban en la primera, segunda y tercera posición, respectivamente”

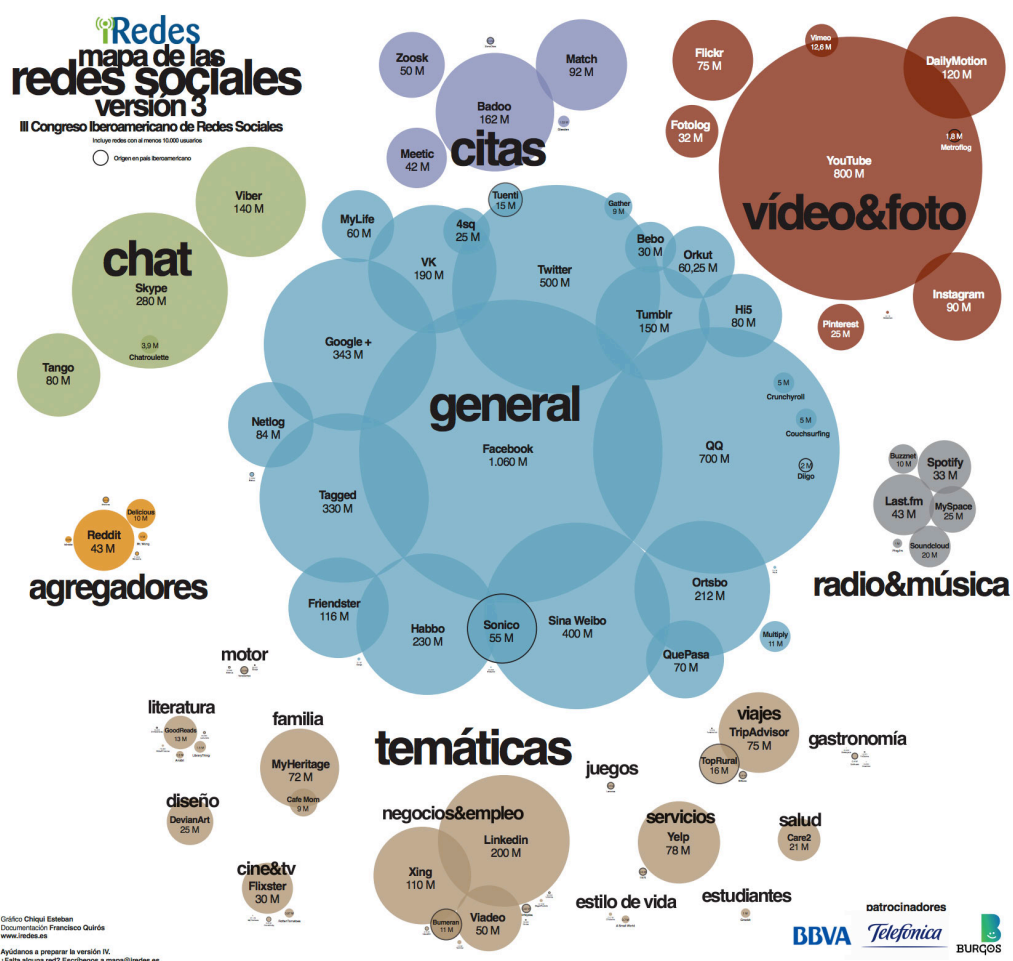
(Hill, 2010, p. 6). Ahora, para este 2013, “Twitter espera convertirse en el primer sitio de Internet con 1.000 millones de usuarios” (Levy, 2010).

Por otro lado, expertos estiman que para el 2014 Twitter podría superar a Facebook en la tasa de crecimiento de usuarios, un reto nada fácil de lograr si se tiene en cuenta que la red creada por Mark Zuckerberg cuenta actualmente con más de 1.060 millones de usuarios, según datos otorgados en el III Congreso Iberoamericano de Redes Sociales (Gráfico 4), pero tampoco imposible de cumplir ya que se ha podido evidenciar cómo Twitter, en tan pocos años, ha irrumpido en casi todos los continentes y ha puesto a ‘tuitear’ a millones de personas.

Pero estos crecimientos globales pueden también constatarse en Colombia. Si bien se ha argumentado que las redes sociales y, en general, el fenómeno de Internet no son relevantes aún para explicar comportamientos sociales en el país, al revisar las más recientes cifras de conectividad y acceso proporcionadas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, este argumento pierde relevancia.

A pesar de que uno de los principales problemas de la economía y el desarrollo en Colombia ha sido el atraso tecnológico y el difícil y costoso acceso a las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC), esta dificultad, generalizada en América Latina, ha ido mejorando paulatinamente con el paso de los años. Ya se observó cómo Brasil, según el estudio de la firma SemioCast (Gráfico 1) es el segundo país con mayor número de cuentas en Twitter, con lo que se podría concluir que el acceso a Internet también ha aumentado.

Gráfico 4: iRedes. Mapa de las redes sociales. Versión 3



Fuente: <http://www.iredes.es/2013/03/tercera-version-del-mapa-iredes/>

En el 2007, en América Latina “algo menos del 3 por ciento de sus habitantes [tenían] acceso a Internet de banda ancha en su hogar” (DPA, 2007) y según Martin Hilbert, vocero alemán de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), para el mismo año “las tecnologías de la información [explicaban] solo un 10

por ciento del Producto Interno Bruto en la región, en comparación con el 50 por ciento que [alcanzaba] en las naciones desarrolladas" (DPA, 2007).

Pero por fortuna este panorama ha mejorado, por lo menos en cuanto a Colombia se refiere, y así lo pone en evidencia el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones que junto con la firma Ipsos Napoleón Franco “presentaron [el año pasado] el estudio de Consumo Digital, donde se revela cómo, dónde, cuándo y cada cuánto los colombianos usan Internet” (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2012).

El estudio arroja datos importantes como por ejemplo el incremento de acceso a Internet en los estratos más bajos (1 y 2) “con un crecimiento del 17% en comparación al uso que le daban en 2010” (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2012). También evidencia que el porcentaje de las personas que se conectan a Internet desde su casa es mucho más alto que el de quienes lo hacen en cafés Internet y que “el 64% de las casas en ciudades de más de 200 mil habitantes cuenta con conexión” (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2012).

Dos de los datos más importantes que presenta esta encuesta es que “8 de cada 10 colombianos acceden a Internet, en ciudades de más de 200 mil habitantes y un promedio de edad entre 15 y 55 años de edad” (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2012), y que “el 54 por ciento de colombianos, usuarios de Internet, lo utilizan todos los días y lo hacen en un promedio de 2,6 horas al día” (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2012).

El estudio también da a conocer para qué usan Internet los encuestados, siendo el entretenimiento la razón principal de esta conectividad, pues los videos, la música, las redes sociales y los correos son los elementos de búsqueda preferidos por los navegantes entrevistados.

Por otro lado, y de acuerdo a cifras arrojadas por el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en Colombia, al finalizar el último trimestre del 2012, “el número total de suscriptores a Internet de Banda Ancha Vive Digital en Colombia fue de 6.271.038”, alcanzando el 13,5% en el índice de penetración, “lo que [representó] un aumento de 0,8 puntos porcentuales con referencia al tercer trimestre de 2012”. Así mismo, “el número de suscriptores a Internet fijo y móvil conservaron su tendencia creciente, al saltar de 7.037.241 millones (3T- 2012) a 7.256.091 millones (4T-2012), lo que representó un crecimiento del 3,11%, y con relación al mismo trimestre del año inmediatamente anterior, el crecimiento fue del 18,2%” (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones, 2013, p.7-8).

Finalmente, para marzo del 2013, la conexión a banda ancha llegó a 551 municipios, superando con creces la meta planteada por el Gobierno actual, cuyo objetivo era lograr la conexión en mínimo 226 municipios (Peñarredonda, 2013).

Ahora, una vez observadas algunas cifras oficiales sobre el uso de Internet en el país, es objeto de esta investigación analizar cuál es el comportamiento de Twitter en Colombia. De acuerdo a la encuesta citada anteriormente, “6 de cada 10 colombianos

visitan redes sociales [y de] estos, 31% tiene una cuenta en Twitter y 98% en Facebook” (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2012).

Complementado estos datos y según el análisis de la firma SemioCast, en el 2012 Colombia hizo parte del listado de los 20 países con mayor cantidad de cuentas en Twitter, ocupando la décimo cuarta posición (Gráfico 1) y ubicándose por encima de países como Argentina, Francia y Alemania. Por su parte, el estudio también demuestra que Colombia es el décimo país con mayor número de cuentas activas en Twitter (Gráfico 2), esta vez sobrepasando a otros como Rusia, Brasil y Chile.

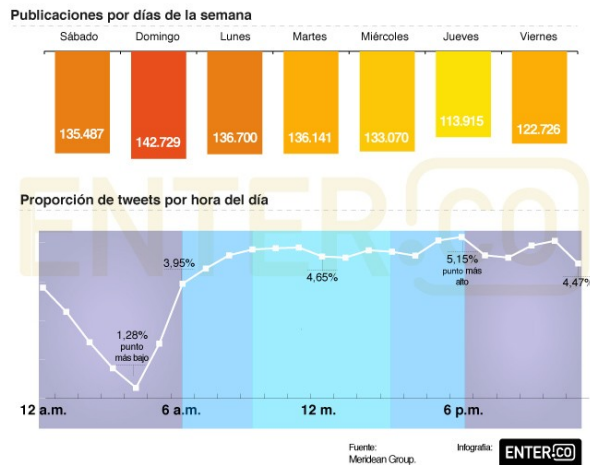
Esto comprueba que la presencia de Twitter en Colombia, comparada con países desarrollados o con aquellos que cuentan con mayores posibilidades de conexión a Internet, está tomando cada vez más fuerza debido, entre otros factores, a que los ciudadanos han encontrado en este servicio de *microblogging* una herramienta de comunicación que no solo les sirve para contar sus actividades diarias, sino también para mantenerse informados de lo que pasa a su alrededor e interactuar con los personajes que conforman la opinión pública de este país.

De acuerdo a un estudio publicado por Enter.Co y realizado por la firma Meridean Group en el mes de agosto del 2012, en el que se trata de medir cómo es el comportamiento de la comunidad ‘tuitera’ de Colombia, se llegó a la conclusión, por ejemplo, de que “la población de cuentas de Twitter activas –que enviaron al menos un tweet cuando se hizo el estudio– [fue] de 259.620 perfiles, [desde] ellas se envían



920.768 tweets cada semana [y que] en promedio, en nuestro país se generan 9 tweets por segundo” (Peñarredonda, 2012).

**Gráfico 5: Publicaciones en Twitter por día de la semana y hora del día en Colombia**



**Fuente:** Meridean Group en <http://www.enter.co/colombiadigital/cifras-twitter-colombia/>

Por otro lado, también se reveló que, con base a los 8.330 *tweets* que se usaron como muestra para el estudio, el 49% de las cuentas en Twitter son manejadas por hombres; el 46%, por mujeres; y el 5% son cuentas comerciales o pertenecientes a medios de comunicación.

La muestra también sirvió para establecer de qué departamentos del país se envían más *tweets*: Encabezando el listado se encuentra “Cundinamarca (incluyendo Bogotá) (...) con el 20,9% de ellos. [Le siguen] Valle del Cauca (13,4%), Antioquia (11,8%), Santander (4,7%) y Tolima (4,4%)” (Peñarredonda, 2012).

Finalmente, el estudio reveló cómo los colombianos usan esta red y cuáles son sus temas preferidos, dando como resultado los siguientes datos:

El 87% de los tweets son de solo texto. El 7% incluye un link a otro sitio Web, el 4% tiene una fotografía o imagen incluida, un 2% tiene un audio y otro 2% un video. El 58% son tweets comunes, sin menciones ni retweets. El 24% mencionan a otra cuenta y el 18% son retweets (...) Llama la atención que casi el 20% de los tweets son usados para chatear, y que en Colombia se twittea más sobre tecnología que sobre política (Peñarredonda, 2012).

Sin embargo, aunque varias de las cuentas registradas en Twitter no corresponden en su totalidad a personas sino que pueden ser de carácter empresarial, usuarios falsos, o simplemente permanecer inactivas, la misma firma Meridean Group realizó para febrero del 2013 un nuevo análisis del comportamiento de los usuarios de Twitter en Colombia, “[mejorando] las técnicas de indexación de contenido, para [aproximarse] más a la realidad de la actividad generada desde [el país] en esta red, obteniendo como resultado 6'506.475 publicaciones provenientes de 1'378.653 usuarios activos en el periodo [de un mes]” (Meridean Group, 2013).

El estudio, llamado ‘Un mes en Twitter’, entre otros datos de comportamiento y actividad, arrojó lo siguiente: “A nivel del perfil de los usuarios [se encontró] que las "cuentas", es decir aquellos perfiles creados por marcas o instituciones, no supera el 7%, mientras que hombres y mujeres se reparten el restante 93% (51% y 42%

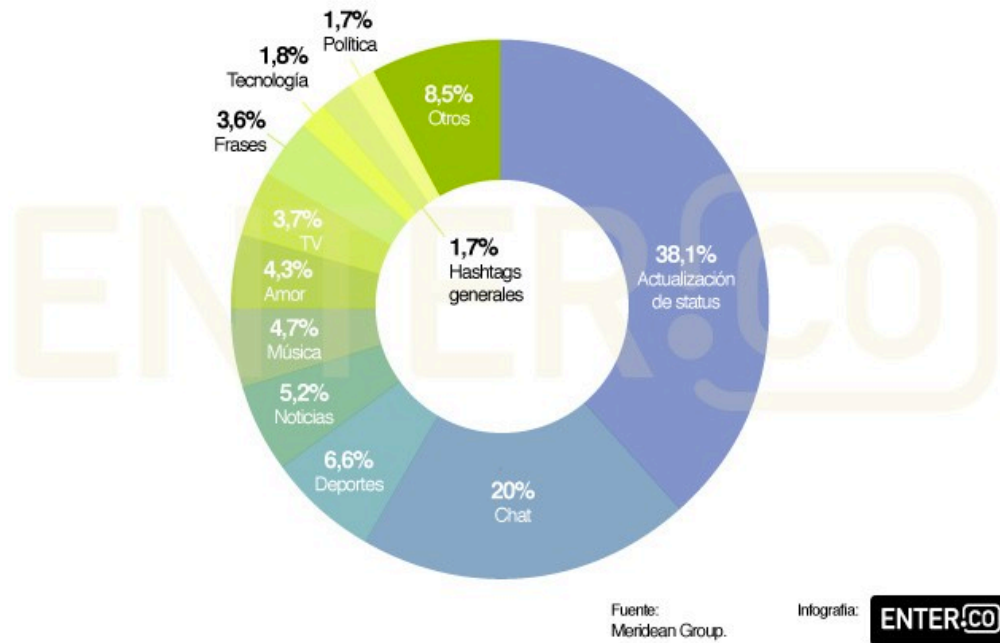
respectivamente). Esto muestra que es una red de individuos y no de cuentas ficticias como se suele creer” (Meridean Group, 2013).

Así mismo, una de las conclusiones más importantes del análisis, según Juan David Vargas, director de investigación de Meridean Group, es que “Twitter es una red de personas y para personas (...) A partir de varios hallazgos [encontró] que son las personas las que generan contenido en Twitter y que no necesitan o no están forzados por lo que digan los medios, sino que realmente es gente compartiendo su cotidianidad, y ese es el mayor hallazgo (...) [Se encontró] que el 60 por ciento de este millón cuatrocientos mil usuarios utilizan su nombre real para identificarse. No se esconden detrás de un seudónimo (...) y eso permite disminuir [la creencia] de que son cuentas falsas (Vargas, 2013).

Una vez observado cómo Twitter se ha posicionado desde su creación como una de las redes más visitadas y usadas por ciudadanos de diferentes países del mundo, incluyendo, por supuesto, a Colombia, país en el que según los estudios citados (Gráfico 6), el servicio de *microblogging* es utilizado principalmente para conversar y entretenerse pero también para mantenerse informado, comentar sobre deportes, tecnología o política, es importante determinar los efectos crecientes y significativos de Twitter sobre el ejercicio de este último tema y de la ciudadanía en el país.

### Gráfico 6: Temas de los tweets en Colombia

Temas de los tweets



**Fuente:** Meridean Group en <http://www.enter.co/colombiadigital/cifras-twitter-colombia/>

Con la evolución de la Web y el surgimiento de la Web 2.0, que en palabras de Tim O' Reilly<sup>1</sup>

es la red como plataforma, involucrando todos los dispositivos conectados (...) ofreciendo software como un servicio de actualización continua que mejora a medida que la cantidad de usuarios aumenta, consumiendo y remezclando datos de diferentes fuentes, incluyendo usuarios individuales, mientras genera sus propios datos en una forma que permite ser editados por otros, creando efectos de Red a través de una

<sup>1</sup> Presidente de la compañía O'Reilly Media, reconocido por ser un promotor del software libre y por haber colaborado en la definición del concepto de Web 2.0.

arquitectura de participación y dejando atrás la metáfora de la página del Web 1.0, con el fin de ofrecer experiencias más envolventes al usuario (Castelló, 2010, p. 49),

los ciudadanos conectados han contado con la posibilidad de generar sus propios contenidos, de compartir información y de interactuar entre ellos mismos, siendo precisamente la interacción la característica principal de este tipo de Web. Páginas como Wikipedia, Youtube o Blogger han propiciado la colaboración entre los usuarios generando a la vez una retroalimentación de la información publicada autónomamente.

Por su parte, la aparición y desarrollo de las redes sociales en Internet no solo les ha servido a los usuarios para compartir información, socializar intereses o simplemente como medio de entretenimiento, sino que han encontrado en estas un canal de comunicación propio que goza de libertad e inmediatez, características a las que no se es tan fácil acceder a los medios tradicionales de comunicación, pues por un lado están condicionados por sus intereses económicos y por el otro, los usuarios no influyen en la rapidez en la que estos determinan la transmisión de la información.

Las redes han producido una transformación de los mercados a conversaciones; nunca antes en toda la historia de la humanidad tantas personas habían podido intercambiar información, de forma sincrónica y asincrónica. [Es] lo que Arqués (Figuroa, J., González, E., Núñez, S. 2011, p. 12) ha nombrado la era del diálogo.

Es por ello que Twitter, independientemente de que sea considerada o no una red social, como se anotó anteriormente, se ha convertido para los ciudadanos conectados en

una herramienta de expresión y opinión, y que además brinda cercanía e incluso comunicación directa con varios de los protagonistas de la agenda pública del país.

La (...) ventaja de Twitter, más allá de la velocidad, es que los contenidos fluyen libremente a través del sistema y están al alcance de cualquiera que forme parte de la red global que este hospeda. Las élites tradicionales que normalmente monopolizaban la información, pierden, de esa manera, poder, que recircula entre los ciudadanos ‘enredados’. (Gómez, S., 2012, p. 9)

Con la llegada, el auge y el crecimiento de Twitter en Colombia, el ciudadano conectado ya no tiene que esperar a la emisión del noticiero o a la publicación del periódico para enterarse de los últimos movimientos de los principales actores públicos. Si quiere acceder a la fuente principal, simplemente basta con revisar sus respectivas cuentas oficiales en Twitter de estos para enterarse de sus últimos movimientos. “Los ciudadanos pueden interactuar con ellos, hacerse eco de sus mensajes, seguir sus lemas, mostrar su desacuerdo o simplemente citarlos por su nombre real” (Congosto, s.f., p. 4).

Y es que en la actualidad, los gobernantes y políticos más influyentes del país, en cabeza del Presidente de la República, son usuarios activos de la red de los 140 caracteres. En la siguiente tabla se observa quiénes de algunos de ellos poseen cuenta en Twitter, el cargo u oficio que ocupan actualmente, cómo se encuentran identificados en esta red, el número de seguidores y el número de *tweets* publicados.

**Tabla 1: Políticos colombianos en Twitter**

Usuario	Cargo	Cuenta	Seguidores	Tweets
<b>Álvaro Uribe Vélez</b>	Presidente de Colombia (2002-2010)	@AlvaroUribeVel	1.864.995	16.503
<b>Juan Manuel Santos</b>	Presidente de Colombia (actual)	@JuanManSantos	1.718.206	4.278
<b>Gustavo Petro</b>	Alcalde de Bogotá (actual)	@petrogustavo	456.718	60.026
<b>Germán Vargas Lleras</b>	Ministro de Vivienda (actual)	@German_Vargas	261.579	7.710
<b>Sergio Fajardo</b>	Gobernador de Antioquia (actual)	@sergio_fajardo	181.037	5.448
<b>Jorge Enrique Robledo</b>	Senador de la República (actual)	@JERobledo	88.972	9.299
<b>Rafael Pardo</b>	Ministro de Trabajo (actual)	@RafaelPardo	87.372	2.250
<b>Ernesto Samper Pizano</b>	Presidente de Colombia (1994-1998)	@ernestosamperp	68.187	6.233
<b>Armando Benedetti</b>	Senador de la República (actual)	@AABenedetti	63.138	4.557
<b>Diego Molano Vega</b>	Ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (actual)	@DiegoMolanoVega	58.745	3.895
<b>Juan Manuel Galán</b>	Senador de la República (actual)	@juanmanuelgalan	52.324	3.544
<b>Aníbal Gaviria</b>	Alcalde de Medellín (actual)	@anibalgaviria	45.336	2.772
<b>Gilma Jiménez</b>	Senadora de la República (actual)	@gilmajimenez	40.513	2.769
<b>Alejandro Gaviria Uribe</b>	Ministro de Salud y Protección (Actual)	@agaviriau	38.127	7.724
<b>Mauricio Cárdenas</b>	Ministro de Hacienda (actual)	@MauricioCard	27.223	5.575
<b>Luis Fernando Velasco</b>	Senador de la República (actual)	@velascoluisf	20.302	5.088
<b>Juan Fernando Cristo</b>	Senador de la República (actual)	@CristoBustos	19.165	5.128
<b>John Sudarsky</b>	Senador de la República (actual)	@johnsudarsky	18.481	3.274
<b>Elsa Noguera</b>	Alcaldesa de Barranquilla (actual)	@elsanoguerabaq	17.276	2.814
<b>Camilo Romero</b>	Senador de la República (actual)	@camiloromero	16.220	5.264

<b>María Fernanda Campo</b>	Ministra de Educación	@MariaFCampo	12.059	591
<b>Juan Camilo Restrepo</b>	Ministro de Agricultura (Actual)	@RestrepoJCamilo	11.877	1.689
<b>Roy Barreras</b>	Presidente del Senado de la República (actual)	@RoyBarreras	8.507	653
<b>Rodrigo Guerrero</b>	Alcalde de Cali	@CaliconGuerrero	7.293	6.208
<b>Juan Manuel Corzo</b>	Senador de la República (actual)	@JuanManuelCorzo	6.875	216
<b>Sergio Díaz Granados</b>	Ministro de Comercio, Industria y Turismo (Actual)	@sergiodigra	4.722	922

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de Twitter a marzo 22 del 2013.

Vale la pena resaltar que ninguna de las cuentas registradas en la tabla anterior protege sus *tweets*, lo que significa que pueden ser leídos por cualquier usuario de Twitter, sin necesidad de que sean sus seguidores.

Pero si esta red representa una herramienta importante para el ciudadano común, también lo es para el político o gobernante, pues se ha convertido casi en el medio oficial para dar declaraciones y expresar opiniones, evitándose, muchas veces, la convocatoria a ruedas de prensa a los medios de comunicación. Ahora son ellos quienes también deben buscar la noticia en los *tweets* de quienes la producen.







**Germán Vargas Lleras** @German\_Vargas

25 feb

Acabamos de firmar en Aguadas el contrato que hará realidad las #ViviendasVIP para este municipio .

[Abrir](#)



**Rafael Pardo** @RafaelPardo

28 feb

GobNal quiere llegar a cobertura universal durante próximos 5años, la meta vincular a los 2'400.000 adultos mayores de 65 #InsideLR

[Abrir](#)

**Fuente:** @JuanManSantos, @German\_Vargas, @RafaelPardo.

En época electoral, Twitter también les permite a los políticos acercarse a los ciudadanos, independientemente de la simpatía o el rechazo que causen en ellos, ya que les

proporciona un caudal de opinión totalmente espontáneo y al alcance del que quiera recogerlo. El volumen de información supera con creces el volumen de cualquier sondeo y el muestreo es continuo. (...) [Así mismo], en cada proceso electoral va aumentando el interés de los gestores de las campañas en tener una presencia activa en las redes sociales, entre ellas Twitter. Actualmente casi todos [los] partidos y candidatos principales tienen un perfil creado en Twitter que gestionan en colaboración con su equipo (Congosto, s.f. p. 3-4).

Twitter ha modificado los comportamientos comunicacionales entre gobernantes y gobernados. Los ciudadanos pueden demostrar su aceptación o rechazo ante un mensaje que provenga de una fuente del poder público sin necesidad de terceros, restándole protagonismo a los medios de comunicación tradicionales quienes tienen la tarea, ahora cada vez mayor, de analizar, más que de informar, los sucesos del acontecer nacional.

“Las redes sociales y de *microblogging* como Twitter han cambiado la comunicación política profundamente. Los mensajes políticos eran controlados por grupos pequeños de poderosos líderes de opinión. Ahora los mensajeros y los mensajes son más difusos y diversos” (Picard, 2011).

El éxito de Twitter en los escenarios políticos radica en la posibilidad de que permite generar debate, interactuar horizontalmente con los protagonistas de la agenda pública del país, opinar, criticar, aplaudir o rechazar las gestiones de los gobernantes, y todos estos elementos para el ejercicio de la democracia son fundamentales. Twitter se ha consolidado como una herramienta que “soporta relaciones comerciales, electorales, culturales, de relaciones públicas y protesta política” (Levy, 2010).

Sin embargo, todas estas facultades que hoy brinda esta red deben ir acompañadas de responsabilidades individuales frente a la información que se escribe y se recibe. Por eso, y según Lévy, aunque Internet le permite a los ciudadanos conectados espacios de comunicación que gozan de libertad, inclusión y transparencia, su responsabilidad frente al uso de esas facultades debe ser mucho mayor (Levy, 2005, p. 293).

## CAPÍTULO 2

### ¿QUÉ ES CONTROL POLÍTICO?

El control político es una característica fundamental de las democracias modernas. La democracia es un concepto que tiene sus orígenes en la antigua Grecia y cuyo nombre corresponde a dos voces griegas: *demos*, que significa ‘pueblo’ y *kratos*, ‘poder’. Es por ello que etimológicamente hablando, democracia signifique “el poder del pueblo”.

En otras palabras, se entiende por democracia la manera en la que el Estado se organiza a partir de decisiones tomadas colectivamente por los ciudadanos, a través de diferentes mecanismos de participación, mediante las cuales se les otorga legitimidad y representación a sus gobernantes. Estas decisiones, según Bobbio (2007, p. 24-25) son tomadas por mayoría bajo ciertas reglas que dictaminan quiénes están en capacidad de hacerlo.

Para Vallés (2002, p. 101), un sistema de democracia ideal es aquel que le permite a todos los integrantes de la comunidad la capacidad de hacer política, accediendo con libertad e igualdad a los medios de intervención política estipulados y en donde las decisiones que se tomen correspondan con los intereses de una mayoría.

Por su parte, Rodríguez Zamora (1990, p. 7), haciendo énfasis en el contexto latinoamericano, considera que el concepto de democracia

ha desempeñado el papel de cómplice, aliado o adversario. Cómplice en la medida en que sirve para justificar una determinada posición política claramente no participativa y autoritaria, aliado ya que permite una lectura ejemplar para la organización política y el movimiento social, y además, adversario porque permanece como ideal y denuncia frente a la represión del poder constituido.

Es por esta razón que el control es considerado como un elemento inherente a la democracia, entendiéndose como “el conjunto de formalidades llamadas a garantizar la validez, eficacia y vigencia de la limitación al ejercicio del poder (...) y que [sirve] en principio [para] evitar que se comenten estos excesos que vulneren el equilibrio al que se encuentra llamado el ejercicio del poder político” (Cortés, 2012).

De esta manera, y definiendo la política como una práctica o actividad colectiva para regular y gestionar los conflictos entre los grupos sociales (Vallés, 2002, p. 18-23); como una actividad dirigida, según Aristóteles, por valores de orden y equilibrio social, desarrollada con el fin de fomentar el bien común y el interés general sobre el particular; como un mecanismo de control social según Maquiavelo; o, de acuerdo con Max Weber, como la actividad desarrollada por instituciones públicas para administrar lo social, el control político con el fin de prevalecer la democracia tiene como función lograr un equilibrio de poderes además de impedir la extralimitación de estos, pues “la única manera de poder evitar los desenfrenos de los poderes es limitándolos entre ellos mismos” (Gastón, 2006, p. 57).

El concepto de control político, al igual que el de democracia, nace también en la antigua Grecia a través de la *ekklesia*, principal asamblea en la que se reunían ciudadanos y gobernantes quienes debían rendir cuentas de sus gestiones.

Con el paso del tiempo su definición ha evolucionado, siendo tema de estudio de importantes filósofos de la antigüedad así como de respetables teóricos contemporáneos. Si en un comienzo se hablaba de que el control político debía ser ejercido por los grupos o clases sociales y que la Constitución no podía ser entendida como un conjunto de normas sino como un estilo de vida, en la actualidad, después de diferentes movimientos y revoluciones que han marcado la historia mundial, se establece que para llevarlo a cabo es necesario un equilibrio y una colaboración entre poderes además de una organización del Estado, el cual debe estar sujeto a los principios establecidos por la Constitución, con el fin de evitar la extralimitación de los poderes estatales (Gastón, 2006, p. 54).

Es así como el control político se define como “el conjunto de medios a través de los cuales se limita el ejercicio de gobernar, se asegura la vigencia de las libertades y el cumplimiento de los derechos civiles, políticos y sociales [y se] tiene como fin exigir responsabilidad política” (Cali visible, 2010).

La responsabilidad del ejercicio del control político ha recaído principalmente en manos del Poder Legislativo que tiene como misión actuar como veedor del Ejecutivo, además de favorecer el balance del poder público. Por eso, el Congreso de la República de Colombia define el control político como “la función constitucional de vigilancia que

tiene el Congreso para las acciones y/u omisiones de funcionarios del Estado en particular del Poder Ejecutivo y de requerir información acerca de sus funciones y desarrollo de las mismas" (Congreso de la República de Colombia, s.f.).

Sin embargo, y teniendo en cuenta que su práctica debe estar comprometida con el favorecimiento de la ciudadanía (Consejo Visible de Bucaramanga, s.f.), es también derecho y deber de esta ejercer veeduría con el fin de fortalecer el sistema democrático por el cual se rige, pues “son los destinatarios del poder quienes se encuentran llamados a controlar efectivamente el poder (...) Un grupo de ciudadanos unido por intereses comunes como los nuevos actores de la democracia en tiempos globales, pueden hacer presión en la toma de decisiones” (Cortés, 2012).

Lograr el equilibrio de poderes y evitar algún tipo de extralimitación de estos no ha sido un ejercicio fortuito; por el contrario, ha sido un trabajo que ha tomado más de 2.000 años resolver y que aún habiendo evolucionado en su concepto, además de haber desencadenado diferentes tipos de guerras y de revoluciones a lo largo del tiempo, hoy sigue presentado obstáculos que le impiden cumplir al control político con su razón de ser.

El problema del control político del Gobierno es la actual piedra angular de cualquier sistema de Gobierno; pues, al hablar de un Estado Social y Democrático de Derecho resulta inevitable dejar de lado la función de control, ya que la misma constituye el fundamento del Estado Constitucional Moderno. Es más, la Constitución no es otra cosa más que control (Gastón, 2006, p. 57).

Y si bien el reconocimiento y respeto por la Constitución es la única manera para lograr un gobierno equilibrado, siempre y cuando todos los poderes del Estado estén sujetos a esta, ha sido difícil la búsqueda de una armonía en una misma línea de poder entre el Legislativo y el Ejecutivo (Gastón, 2006, p. 56).

Es por esta razón que resulta indispensable la participación de la ciudadanía en la esfera política de cualquier Estado democrático, ya que se convierte en un tercer agente activo que actúa como veedor de estos dos poderes. “La participación ciudadana en la gestión pública, busca derrotar las tradicionales formas de clientelismo político, las prácticas encubiertas de corrupción administrativa y colocar en la agenda ciudadana la defensa del interés colectivo” (Peralta, 2010, p. 256).

Si anteriormente se mencionó que el ente encargado de ejercer el control político en Colombia es el Congreso, también es derecho de todo ciudadano, de acuerdo a como lo establece el artículo 40 de la Constitución Política de 1991 en la que se reconoce al Estado colombiano como un Estado Social de Derecho,

participar en la conformación, ejercicio y control del poder político. [Para ejercerlo, el ciudadano puede] elegir y ser elegido; tomar parte en elecciones, plebiscitos, referendos, consultas populares y otras formas de participación democrática; constituir partidos, movimientos y agrupaciones políticas sin limitación alguna; formar parte de ellos libremente y difundir sus ideas y programas; revocar el mandato de los elegidos en los casos y en la forma que establecen la Constitución y la ley; tener iniciativa en las

corporaciones públicas; e interponer acciones públicas en defensa de la Constitución y de la ley (Constitución Política Colombiana, 1991).

Ahora, y entendiendo la participación política como aquella actividad en la que el individuo interviene de manera voluntaria en asuntos políticos con el fin de influir en estos (Fundación Ciudad Política, s.f.); como “la conducta individual o de grupo que incide (...) en el proceso de gestión de los conflictos sociales (Vallés, 2002, p. 309); o como

toda actividad de los miembros de una comunidad derivada de su derecho a decidir sobre el sistema de gobierno, elegir representantes políticos, ser elegidos y ejercer cargos de representación, participar en la definición y elaboración de normas y políticas públicas y controlar el ejercicio de las funciones públicas encomendadas a sus representantes (Molina, 2001),

resulta indispensable que en un país como Colombia la participación política por parte de la ciudadanía sea ciento por ciento activa con el fin de controlar y, por ende, evitar los abusos de poder que protagonizan sus gobernantes, teniendo en cuenta los altos índices de corrupción que año tras año presenta el país debido, entre otros factores, a la “ausencia de sanciones efectivas y rápidas (...) y la prevalencia de prácticas de abuso del poder en todas las ramas del poder público y en diferentes estamentos del Estado” (Transparencia por Colombia, 2012).



En el 2012, Colombia obtuvo 36 puntos, en una escala de 0 a 100, en el Índice de Percepción de Corrupción, siendo cero (0), por supuesto, el indicador de mayor percepción de corrupción, puntaje que la ubicó en el puesto 94 de los 176 países que hicieron parte de esta evaluación (Transparencia por Colombia, 2012).

Pese a estos resultados, los esfuerzos por acabar con este desolador escenario político no parecen ser suficientes por parte del Estado y en esto la ciudadanía colombiana tiene un alto grado de responsabilidad, ya que aun teniendo la posibilidad de hacer uso de los mecanismos de participación ciudadana, amparados y avalados por la Constitución de 1991, el ejercicio del control del poder político por parte de la ciudadanía ha sido limitado. “El pasivo social existente en el país es enorme (...) y el papel activo de la sociedad civil ha sido tímido frente a la utilización de los mecanismos de participación establecidos en nuestra legislación” (Peralta, 2010, p. 276).

Por esta razón, se convierte en una tarea fundamental y necesaria de la ciudadanía conocer y poner en práctica el uso de las herramientas y de los medios para ejercer control político en el país, teniendo en cuenta que “la veeduría de la administración de los asuntos de interés público es un factor de cambio para las instituciones políticas y su desarrollo dependerá de si la sociedad las percibe como accesibles, tangibles y transparentes. Si los ciudadanos conocen el funcionamiento y los alcances de las instituciones estatales, pueden tener una idea clara acerca de las posibilidades de la participación y de la validez de sus demandas” (Varios, 2006, p.30). De ahí se deriva la importancia definitiva del control político en democracias como la colombiana.

Sin embargo, el panorama actual del país pone en evidencia a una ciudadanía ignorante en cuanto a los mecanismos de participación con los que puede contribuir activamente al ejercicio del control político.

En el año 2011, una encuesta de cultura política realizada por el Dane (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) arrojó los siguientes datos: el 71,8% de la población encuestada no conoce ni ha oído hablar de algún mecanismo de participación ciudadana; solo el 27,5% sabe, o por lo menos conoce, qué es una iniciativa popular; el 55,5% de la población desconoce la figura de la revocatoria del mandato; aunque, paradójicamente, el 94,4% de la población considera que uno de los aspectos fundamentales para la democracia es la participación ciudadana (DANE, 2012).

De acuerdo con Adolfo Maya Salazar, docente de la Escuela de Ciencias y Humanidades de la universidad Eafit, si bien “la participación ciudadana, está consagrada en la Constitución, las condiciones de la realidad política niegan que esa [participación] se haga efectiva y tenga un papel protagónico y decisivo en el terreno de decisiones que competen a la comunidad” (EAFIT, 2012).

Pero por otro lado, según Álvaro Forero Tascón, director de la Fundación Liderazgo y Democracia, la escasa participación de la ciudadanía en los asuntos políticos del país se debe a que el sistema político colombiano no es próximo al ciudadano, lo que le impide a este acercarse a sus gobernantes y ejercer control. Tascón considera que el ciudadano no tiene cómo pedir la rendición de cuentas de quienes ejercen el poder porque no hay espacio para ello. En esta medida, si los ciudadanos no saben quiénes son

sus gobernantes o, en el peor de los casos, no recuerdan por quién votaron, se da cabida a que prácticas como el clientelismo se incrementen (COLPRENSA, 2012).

De manera que factores como la corrupción, la falta de cultura política y la amplia distancia que separa a gobernantes y gobernados han impedido, a lo largo de la historia del país, que el ejercicio del control político, siendo este un derecho pero también un deber de los ciudadanos, se cumpla satisfactoriamente, lo que le ha permitido a quienes ejercen el poder público en Colombia un abuso, muchas veces exagerado, de sus funciones.

Pero si bien es cierto que un amplio porcentaje de la ciudadanía colombiana desconoce para qué sirve o en qué contribuye su involucramiento en el ejercicio de la participación política del país, también lo es que gracias al uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), y en aras del fortalecimiento de la democracia, se ha conformado un grupo de ciudadanos que, interesados en la vida política y conscientes del papel que desempeñan en la sociedad, están siendo capaces de movilizar opiniones que se promueven y difunden en la virtualidad, poniendo de manera horizontal las conductas del poder y obteniendo logros significativos en escenarios reales que han puesto en jaque a quienes lo controlan, pues “en un mundo basado en la comunicación activa el poder puro –poder que solo va de arriba abajo- pierde arraigo” (Giddens, 2000, p.86).

Estos ciudadanos, independientemente de si actúan de forma individual o colectiva, tienen como característica principal el conocimiento sobre el manejo de las TIC y los

motiva no solo el descontento que sienten frente a la manera de ejercer política de sus representantes, sino la necesidad de hacerse visibles tras sentirse marginados por el sistema político e informativo al que vienen acostumbrados, así como de implementar nuevas formas de hacer política utilizando Internet como instrumento. (Sampedro, 2005).

Es así como de estas necesidades se desprende un nuevo sistema de democracia en la Red, mejor conocido como ‘ciberdemocracia’, entendiéndose esta como el desarrollo de nuevas prácticas políticas que fortalecen en mayor proporción la participación de la ciudadanía a través del ciberespacio (Levy, 2005, p. 294) y que “considera que la creación de comunidades virtuales y de nuevas creación(sic) de comunidades físicas a través de aquellas es fundamental para crear una democracia del siglo XXI” (Castells, 2005, p. 424).

Estas comunidades virtuales o multitudes virtuales conformadas por ciudadanos conectados son “aquellas acciones colectivas que se limitan a la lucha por derechos sociales y libertades en la red y solo desde la red” (Haro, Sampedro, 2011, p. 163), que se valen de las TIC para encontrar nuevas formas de expresión y organización a mayor escala. “Los nuevos movimientos sociales de origen telemático [se organizan] en torno a redes flexibles y descentralizadas, horizontales (...) que ofrecen un modelo diferente para la creación de una sociedad alternativa, más democrática y configurada globalmente en red” (Haro, Sampedro, 2011, p. 169).

Pero Internet, “caracterizado por su alcance global, su integración de todos los medios de comunicación y su interactividad potencial” (Castells, 1998, p. 361), que “recupera para el individuo la posibilidad del diálogo, [devolviéndole] así a su propia condición ética” (Cebrián, 1998, p. 64), también le permite al ciudadano actuar de manera independiente, sin necesidad de asociarse a ningún movimiento, pero con la misma capacidad de generar espacios de opinión y debate, y de promover iniciativas que susciten la participación política.

En países desarrollados se han llevado a cabo varios proyectos que promueven, a través de Internet, un acercamiento de la ciudadanía a la vida política. Minnesota E-Democracy, por ejemplo, es uno de ellos, creado por Steven Clift, que “nació con el objetivo de dar a conocer a los candidatos y sus propuestas a los ciudadanos y también para promover el debate público mediante Internet” (Borge Bravo, 2005, p. 9). También existen otros como Consensus y Candidato.Net: el primero, creado como medio de información para los ciudadanos sobre asuntos políticos y como canal de comunicación entre los mismos ciudadanos, y entre ellos y sus gobernantes. Y el segundo, impulsado por Europa Press, activo en época de elecciones, que le permite a los ciudadanos conocer las propuestas de los candidatos y establecer una comunicación directa con ellos (Borge Bravo, 2005, p. 11-12).

Vale la pena rescatar que el uso de las redes sociales que existen en Internet han despertado el interés de algunos ciudadanos por el acontecer político nacional. Los usuarios conectados encontraron en estas plataformas el medio ideal para opinar, debatir

y disentir sobre las actuaciones de sus gobernantes, debido a su facilidad de acceso y a la facultad que tienen para que sus opiniones sean propagadas masiva y rápidamente.

El incremento de colombianos conectados en los últimos años, tal y como se expuso en el capítulo anterior, ha favorecido la promoción de campañas con fines políticos a través de la Red, y en este caso específico de Twitter, despertando el interés por la democracia y el acontecer político nacional de una ciudadanía que está a la vanguardia con el desarrollo de las nuevas tecnologías. Por esto, y según Graciela Pardo, “aunque el acceso a Internet sigue siendo en Colombia un asunto de élites económicas y culturales, también se le puede atribuir la potencialidad de garantizar una mayor participación ciudadana, funcional a la redistribución de los recursos simbólicos necesarios para el ejercicio de la política (...) Internet — y especialmente las redes sociales — ya constituye un espacio de diálogo virtual donde es posible movilizar idearios en torno a intereses múltiples, que eventualmente coinciden con causas políticas diversas” (Pardo, 2012).

Es por esta razón que, a pesar de que la ‘ciberdemocracia’ es un fenómeno reciente y en proceso de maduración en el país, no se puede descartar su importancia como fenómeno político pues hacerlo sería tan equivocado como restarle trascendencia a la democracia tradicional por los altos índices de abstención electoral.

Además, según Peralta (2010, p. 256), cuando la corrupción y el clientelismo hacen parte de la cultura política de un país, como es el caso de Colombia, “es normal que se incrementen las formas de participación “no convencional”, marginales y contestatarias

en la población juvenil”. Por eso, redes como Twitter han permitido que sus usuarios opinen con mayor libertad sobre el quehacer político colombiano y que esas opiniones trasciendan a acciones reales que promuevan el control político por parte de la ciudadanía.

El acceso a las nuevas tecnologías permite que los ciudadanos, comprometidos con el papel que cumplen dentro de la sociedad, no solo vigilen sino que actúen, desde espacios físicos o virtuales, ante la manera en la que sus gobernantes ejercen el poder. Es por ello que los colombianos conectados han encontrado en Twitter “una herramienta de transmisión de información inmediata y altamente efectiva que no solo entretiene sino que es políticamente relevante” (Gómez, S., 2012, p. 8).

Si bien no se puede considerar a Twitter como un instrumento común para el ejercicio de la democracia en Colombia, la cercanía e interactividad que esta red de *microblogging* permite entre sus usuarios, gobernados o gobernantes, está causando que cada vez más se rompa la institucionalización del control político en el país.

### **CAPÍTULO 3**

#### **¿QUÉ ES LA AGENDA PÚBLICA Y CÓMO SE ESTABLECE?**

Y así como las redes sociales y Twitter han modificado la manera como se ejerce el control político en Colombia, también han cobrado protagonismo en el establecimiento de la agenda pública del país.

Se entiende por agenda pública el conjunto de temas o asuntos que son importantes para un país y que forman en el imaginario de cada ciudadano una percepción de realidad que, generalmente, está influenciada por los medios de comunicación. (Rodríguez Díaz, s.f.)

La agenda pública o la agenda del público se establece de acuerdo a la importancia o la jerarquía que este le da a diferentes temas durante un tiempo determinado (Dearing J. Rogers, E., 1996), y que han alcanzado un alto grado de interés y de visibilidad. Es a su vez descentralizada y de fácil acceso para los individuos (Candón, 2011, p. 100).

Uno de los elementos más importantes al momento de establecer o construir la agenda pública es “la capacidad reflexiva del Estado para identificar y solucionar una o varias controversias sociales” (Murua, 2011, p. 76), teniendo en cuenta que no todas ellas tienen cabida en el establecimiento de dicha agenda. Cobb y Ross (En Murua, 2011, p. 77) establecen tres características o condiciones para determinar si un tema tiene espacio en la construcción de la agenda: la cantidad de atención que pueda atraer



en la población, si necesita atención y si es un tema que le incumbe a la autoridad pública.

Por su parte, la agenda pública es medida por encuestas que se realizan a una parte determinada de la población en la que buscan conocer cuál es su actitud respecto a un tema determinado y considerado importante (Rodríguez Díaz, 2004).

Así mismo, pueden diferenciarse tres tipos de agenda pública:

La *agenda intrapersonal* que corresponde a lo que el individuo considera que es importante. La *agenda interpersonal*, que corresponde a los temas sobre los que el individuo habla y discute con los demás, es decir la relevancia de un tema en la red de relaciones sociales. (...) [Y] la *agenda pública percibida* [que] es la percepción del individuo sobre el estado de opinión pública, el llamado *clima de opinión* que es la opinión percibida como mayoritaria, lo que se cree que todos piensan (Candón, 2011, p. 100-101).

Por lo general, esta agenda pública se ve influenciada por los medios de comunicación quienes terminan moldeando las opiniones de los individuos y en especial cuando estos carecen de información y conocimiento sobre los temas de los que se habla.

Por ello, la *agenda-setting*, que es una de las teorías más representativas de los medios de comunicación, tiene como principal objeto de estudio la manera en la que

estos influyen en el público a través de temas relevantes. Si bien los medios no generan influencia sobre cómo piensan los individuos, sí lo hacen sobre en qué deben pensar.

Desde el punto de vista de la Teoría de la *agenda-setting*, el término agenda se acuña en un sentido metafórico para expresar cómo las agendas o temas considerados relevantes por los medios pasan a ser subrayados también en las agendas de la audiencia (Rodríguez Díaz, 2004, p. 15)

La teoría de *agenda-setting* plantea que los medios de comunicación seleccionan un listado de temas para que no solo sean abordados por ellos sino también por el público. Esta teoría, por su parte, también aborda tres tipos de agendas que guardan una relación de comunicación entre sí: la agenda de los medios, la agenda pública y la agenda política. La primera se encarga de medir cada uno de los temas que son de interés para los medios de comunicación. La segunda, y como se explicó anteriormente, se encarga de medir el por qué diversos temas llaman la atención del público y la tercera, que aborda el trato que individuos e instituciones políticas le dan a determinados temas que, por lo general, son también de interés para el público y/o para los medios de comunicación.

De esta manera, *la agenda-setting* se encarga entonces de estudiar, como primera medida, la relación que existe entre agenda mediática y pública que, aunque como se explicó, son dos conceptos completamente diferentes, la teoría pretende demostrar que los medios de comunicación juegan un papel determinante en el comportamiento de las audiencias y que influyen sobre la opinión, a pesar de que ese tipo de influencia no es

homogénea pues depende de los diferentes factores socioeconómicos de cada uno de los receptores.

Según McCombs (2004, p. 20), quien acuñó el término de *agenda-setting*, esta se describe en las etapas iniciales de formación de opinión pública, cuando los temas emergen y ganan atención pública por primera vez.

Por su parte y como segunda medida, la teoría de la *agenda-setting* centra sus estudios

en la capacidad [que tienen] los medios de comunicación para establecer “cómo” el público debe pensar en los temas que son presentados. (...) En este segundo nivel, los medios influyen en la forma de pensar a través del contenido de las noticias. Además de establecer la prioridad de los temas de debate público, se establecen atributos a los temas, con lo cual las personas tienden a constituirse un punto de vista sobre los mismos (Candón Mena, 2011, p. 103).

Es así como los medios de comunicación tradicionales, desde su existencia, han cumplido un papel importante sobre el pensar ciudadano al tener la posibilidad de intervenir directamente sobre el establecimiento de una agenda pública, a veces ajustada de acuerdo a los intereses políticos o económicos de las más altas esferas del poder, dejando a un lado su independencia en el ejercer periodístico, o simplemente, “[buscando] la mayor audiencia posible”. (DICYT, 2009)

Así como es imposible no reconocer la importancia que han desempeñado los medios de comunicación a lo largo del tiempo, es también pertinente resaltar que con la evolución y el desarrollo de las TIC y por ende con la creación de redes sociales a través de Internet y el uso que los ciudadanos le están dando a estas, los medios de comunicación tradicionales (radio, prensa, televisión) ya no monopolizan el establecimiento de la agenda, debido a que los ciudadanos conectados han encontrado en estas plataformas una forma de comunicación mucho más rápida, inmediata y directa, que les brinda la posibilidad de construir sus propios mensajes y de divulgarlos públicamente sin necesidad de intermediarios.

Si bien los medios de comunicación constituyen una fuente importante en la construcción de la agenda pública del país, hoy las redes sociales también están siendo partícipes en el proceso de establecimiento, debido a que a través de ellas los ciudadanos conectados tienen la posibilidad de proponer y decidir cuáles son los temas más importantes del momento.

Tal y como lo afirma Giddens (2000, p.82), “la democracia ha estado muy influida en los últimos tiempos por el avance de las comunicaciones globales”, pero ahora las autopistas por las cuales circulan esas comunicaciones ya no son solo los medios tradicionales sino también las redes sociales, pues se están convirtiendo en generadoras de noticias cuya información puede ser desarrollada y transmitida por ciudadanos conectados sin necesidad de filtros, y quien tenga capacidad para transmitir, también la tiene “para unir voluntades, para convocar, para actuar. La capacidad para transmitir es una condición previa a la acción política” (De Ugarte, s.f., p. 14).

Si para McCombs los medios masivos de comunicación “manejan la atención del público, [considera] que ante [esa] situación [dicho público] necesita orientación y preguntarse si las noticias que recibe son las que quiere saber” (DICYT, 2009). Es así como las redes sociales, a diferencia de los medios tradicionales, le permiten al ciudadano conectado divulgar y recibir la información que desee, en el momento y en la proporción que así lo considere necesario.

Sin embargo, lo anterior no significa que los medios de comunicación hayan dejado de influir en la opinión pública. Por el contrario, lo siguen haciendo pero ahora con una nueva característica y es que, en ocasiones, su manera de actuar está sujeta a lo que se hable en las redes sociales, como ocurre con el caso de Twitter, por ejemplo.

Esta red de *microblogging* ha sido protagonista en los últimos años del establecimiento de la agenda pública del país, debido a que ahora los usuarios tienen la posibilidad de participar en su construcción utilizando los *Trending Topic* (TT) como herramienta de proposición. Estas tendencias o temas del momento se han convertido en un referente para los medios de comunicación, que se han visto en la obligación de informar o establecer su agenda mediática de acuerdo, en gran parte, a lo que sea tendencia en Twitter. Según José Luis Orihuela (2011), “los medios han comenzado a escuchar esas conversaciones y a monitorizarlas para cubrir de un modo más eficaz las tendencias informativas de cada jornada”.

“Ahora, la gente tiene la capacidad de influir en los medios en un doble sentido: por una parte, valorando los contenidos mediáticos y contribuyendo a su viralización, y por otra parte, abriendo el repertorio de temas e incluso descubriendo noticias de último momento (*breaking news*). La democratización del proceso de *agenda setting* mediante los *trending topics* es un fenómeno irreversible aunque no carente de polémica: el criterio profesional de los periodistas se enfrenta a los intereses circunstanciales de los usuarios y a un sistema de filtrado basado en sus propias comunidades de referencia” (Orihuela, 2011).

La red de los 140 caracteres no solo está cambiando los patrones de opinión de una ciudadanía conectada sino que también se está convirtiendo en un medio rico en contenidos y en información, pues según Gumersindo Lafuente, responsable de la edición digital del diario El País, en la actualidad la información está llegando primero a Twitter antes que a las agencias de noticias. (Lupo, 2011). Por otro lado, si para Sartori (1998, p. 71-72)

la televisión es explosiva porque destrona a los llamados líderes intermedios de opinión, y porque se lleva por delante la multiplicidad de autoridades cognitivas que establecen de forma diferente, para cada uno de nosotros, en quién debemos creer, quién es digno de crédito y quién no lo es,

actualmente Twitter supera esa función en la medida en que al actuar sin intermediarios, son los mismos usuarios los que deciden en quién creer o, mejor aún, a quién seguir.

Además, si para Sartori (1998, p.71), con la televisión “el acto de ver suplantó al acto de discurrir”, con Twitter pasa todo lo contrario pues este último prevalece sobre todos los demás.

En última instancia, y a diferencia de los medios de comunicación tradicionales, Twitter no influye sobre los individuos acerca de lo que deben pensar, pues esta plataforma solo actúa como canal para que sean ellos mismos los que establezcan su agenda de acuerdo a sus intereses y sus opiniones puedan ser difundidas a manera de cortos y poderosos *tweets*.

## CAPÍTULO 4

### CASOS

De acuerdo a la revisión teórica expuesta anteriormente es necesario estudiar los siguientes casos que permitirán comprobar de qué manera Twitter ha promovido en el país espacios de control político por parte de la ciudadanía, por qué esta red se considera importante para el fortalecimiento de la democracia colombiana y cómo estos espacios repercutieron en el establecimiento de su agenda pública.

Los dos casos que se presentan a continuación fueron escogidos debido a que afectaron, de manera decisiva, las esferas del Poder Legislativo y Ejecutivo en Colombia, pues mientras que uno modificó la composición del Congreso de la República, el otro acabó con una iniciativa legislativa, promovida inicialmente por el Gobierno.

Adicionalmente, los dos casos tuvieron una resonancia significativa en Twitter, derivada de la ‘viralidad’ que se evidencia en la Tabla 2, medida en número de *tweets*, menciones, uso de *hashtags* y seguidores de las cuentas relacionadas a cada caso.

**Tabla 2: Alcance de los casos de estudio seleccionados**

Caso	Tuits relacionados	Menciones a cuentas relacionadas	Tuits con hashtags relacionados	Seguidores de cuentas relacionadas
Merlano	37.227	11.482	3.464	92.171
Contrarreforma	198.171	35.622	24.135	44.768



**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de [www.topsy.com](http://www.topsy.com) del 29 de marzo de 2013.

Los dos, aunque tuvieron eco en redes sociales como Facebook y Youtube, fueron promovidos principalmente a través de Twitter, cuya capacidad de influencia fue decisiva y lo suficientemente importante para que los resultados obtenidos fueran satisfactorios para la ciudadanía colombiana y para su democracia.

Ambos comparten en su origen un sentimiento en común y es la indignación, que según Mario Montoya Brand, docente de la escuela de Derecho de la Universidad EAFIT, es un término característico de los movimientos sociales (EAFIT, 2012).

Así mismo, los dos se valieron de los diferentes componentes que brinda Twitter (*hashtags* o etiquetas, *retweets* (RTs y menciones) con el fin de lograr una mayor ‘virialidad’ en la Red; es decir, que todos los mensajes que giraran alrededor de estos se expandieran y se multiplicaran (de la misma manera como sucede con un virus) para que la información llegara al mayor número de usuarios conectados posibles y creciera la indignación y el rechazo ante lo que estaba ocurriendo en dicho momento.

Otra de las características comunes en los dos casos es que los dos afectaron, especialmente, a la rama Legislativa del país, la cual, y de acuerdo a la teoría expuesta en los capítulos anteriores, es la principal encargada de ejercer control político en Colombia. De esta manera, lo ocurrido en los dos casos conllevó a que fuera la propia ciudadanía la que se ocupara de controlar el abuso de poder que estaban cometiendo, paradójicamente, los responsables de condenar esos excesos.

Por otro lado, un elemento que llama la atención en los dos casos es que el origen de las iniciativas proviene de ciudadanos independientes, cuya edad oscila entre los 20 y los 30 años. Sin embargo, las dos recibieron completo apoyo de parte de un movimiento ciudadano que nació en Twitter y cuya participación fue fundamental en el desarrollo de estas.

### **CASO 1: EL CASO MERLANO**

Eduardo Carlos Merlano Morales fue escogido como senador de Colombia para el periodo 2010-2014, tras obtener 37.195 votos representando al Partido de la U. Nació en Sucre en el año 1976, estudió Derecho, su primera participación en política fue en el año 2007 cuando ganó las elecciones a la Asamblea de Sucre y es hijo de Jairo Enrique Merlano, quien también fue senador de la República pero que renunció a su curul debido a sus nexos con los paramilitares que le representaron una condena de siete años de prisión y que actualmente cumple pero bajo el beneficio de detención domiciliaria.

El 13 de mayo del 2012, en la ciudad de Barranquilla, el senador Eduardo Merlano se negó a realizarse una prueba de alcoholemia cuando fue detenido por un retén de la Policía en horas de la madrugada.

Un video que registra el momento en el que ocurrieron los hechos, y que fue puesto en circulación por los diferentes medios de comunicación y a través de las redes sociales, puso en evidencia cómo Merlano, quien al parecer estaba en estado de

embriaguez y no portaba su licencia de conducción, se valió de su figura como senador para negarse a hacer la prueba de alcoholemia que las autoridades, cumpliendo con su deber, le estaban requiriendo.

Algunas de las frases que Merlano les dijo a los policías y que desataron la polémica entre la ciudadanía y generaron indignación fueron las siguientes:

- “Pero cómo me va a tratar usted así”. (En el video se demuestra que las autoridades en ningún momento fueron irrespetuosas con el senador).
- “Yo no estoy haciendo nada malo”.
- “Pero cómo le van a hacer al senador de la República una prueba (de alcoholemia) si yo estoy perfecto”.
- "Llámeme al coronel y yo hablo con él”.
- “Yo soy senador de la República. 50.000 votos, 50.000 personas votaron por mí. Y ustedes me van a faltar a este respeto. Me parece que ustedes no conocen realmente lo que es el sector público” (Video, 2013).

El senador, finalmente, partió del lugar sin realizarse la prueba y descatando las órdenes de las autoridades.

Tras ser filtrado el video en los principales medios de comunicación del país, estos se encargaron de registrar la noticia dos días después de lo sucedido. En entrevista con algunos de ellos, el senador insistió en que no había cometido ningún error y reiteró que esa madrugada él no se encontraba en estado de embriaguez. “Quienes cometieron el

error fueron los patrulleros, tanto así que la misma institución me llamó a pedir disculpas” (La Fm, 2012).

Las disculpas a las cuales se refería el senador surgen de una grabación que también fue filtrada en los medios y en las redes sociales, en la que el general Óscar Pérez, comandante de la Policía de Barranquilla, pide la desvinculación de los patrulleros que abordaron al senador en dicho retén (Video 2, 2012).

Sin embargo, las palabras del general no tuvieron eco en el resto de la institución, que a través de un comunicado dado por la Dirección de la Policía, respaldó la labor de los patrulleros:

El procedimiento realizado por los uniformados, al senador Eduardo Merlano Morales, estuvo ajustado a las normas y cumplió con todos los protocolos de actuación frente a la prevención de la accidentalidad. El trato por parte de los 11 policías que participaron en el procedimiento fue en todo caso respetuoso, como lo evidencian las grabaciones presentadas por los medios de comunicación (El Espectador, 2012).

Por eso, a los pocos días del general haber dado sus declaraciones, pasó su carta de renuncia a la institución, la cual fue aceptada por el ministro de Defensa, Juan Carlos Pinzón, y a través de un comunicado de prensa, reconoció su error:

Buscando la perfección frente a la atención al ciudadano por parte de la Policía Nacional realicé un llamado de atención injusto y descontextualizado a los policías, pues al principio se me informó de un supuesto maltrato al senador (El Tiempo, 2012).

Por su parte, mientras que las manifestaciones de rechazo de los ciudadanos seguían aumentando, el senador Merlano no volvió a dar declaraciones a la prensa. Incluso, tuvo que ser incapacitado durante tres días por estrés laboral, como consecuencia de lo sucedido.

La inaceptable actuación del senador Merlano, tanto el día de los hechos como cuando declaró ante los medios una vez ocurrido el incidente, además de la renuncia del general de la Policía, fueron acontecimientos que ocasionaron la creación de una cuenta en Twitter bajo el nombre @renunciesenador.

Y aunque para algunos periodistas, con las respuestas dadas por Merlano el caso ya hubiera quedado “lo suficientemente esclarecido” (La Fm, 2012), la indignación ante el comportamiento inaceptable de un senador de la República no se quedó en el simple registro de lo sucedido.

La cuenta que fue creada en Twitter por un ciudadano común y corriente, interesado en los temas de política pero sin estar involucrado directamente con esta, nació de la indignación al ver cómo este senador, escogido por miles de colombianos, se valía de su investidura y abusaba de su poder para incumplir las normas y burlar a las autoridades.

La cuenta la creé yo solo (...) a raíz del escándalo del senador Merlano. Cuando esto ocurrió yo me indigné como todos los colombianos y a través de la cuenta comencé a ‘tuitear’ cosas como que vamos a demostrarle a Merlano que hay 50.000 votos que le piden la renuncia, ya que él en el video dijo que fueron 50.000 las personas que habían votado por él (Arangure, 2013),

aunque vale la pena aclarar que esa cifra dada por el senador es mentira puesto que el número de votos con los que ganó la curul fue de 37.195 votos.

**NoMasCorruptos** @renunciesenador Seguir

Por nosotros los ciudadanos merlano se hizo senador ahora por nosotros debe renunciar!

Responder Retwittear Favorito Más

243 RETWEETS 13 FAVORITOS

10:12 am - 22 mayo 12

**NoMasCorruptos** @renunciesenador Seguir

Ya somos casi 1000 esta cuenta fue creada hoy en la mañana Por la dignidad y respeto de nuestro pais seguimos exigiendo la renuncia!!

Responder Retwittear Favorito Más

287 RETWEETS 4 FAVORITOS

6:09 pm - 20 mayo 12

**NoMasCorruptos** @renunciesenador Seguir

@RevistaDinero Estamos logrando una sanción social, pero también queremos la sanción política, Gracias por su articulo. [dinero.com/actualidad/nac...](http://dinero.com/actualidad/nac...)

Responder Retwittear Favorito Más

62 RETWEETS 6 FAVORITOS

7:50 am - 23 mayo 12

Fuente: @renunciesenador

De esta manera, la cuenta se trazó el objetivo claro de conseguir 50.000 seguidores, misión que cumplió en muy poco tiempo y que incluso, superó. El número de seguidores de @renunciesenador aumentó sustancialmente en muy pocos días después de creada debido, entre otras razones, a que diferentes líderes de opinión, quienes también son usuarios activos en Twitter, daban RT a los *tweets* que esta cuenta publicaba (Arangure, 2013), lo que hizo que el mensaje de indignación fuera viral y se propagara a todos los usuarios de quienes mencionaban en sus *tweets* el nombre de la cuenta que exigía la renuncia de Merlano.

La cuenta comenzó a crecer en número de seguidores porque personalidades como Daniel Samper Ospina, Daniel Coronell, Natalia Springer, que me seguían en Twitter, ‘retuiteaban’ lo que escribía. En dos días llegó a 40.000 seguidores y cuando ‘Pirry’ mencionó la cuenta en su programa, al día siguiente me levanté con 10.000 seguidores más (Arangure, 2013).



 **Ma.FernandaCarrascal**  
@MafeCarrascal [Seguir](#)

#FF a @renunciesenador q ya superó la meta de 50mil seguidores para pedir renuncia de @senadormerlano #PoderCiudadano a unirse a más causas

[Responder](#) [Retwittear](#) [Favorito](#) [Más](#)

51 RETWEETS 2 FAVORITOS 

8:54 pm - 23 mayo 12

**Carlos Julian León**  
@CarlosJulianLen [Seguir](#)

@renunciesenador podemos estar superando los 200.000, por eso le digo renuncie decorosamente.

[Responder](#) [Retwittear](#) [Favorito](#) [Más](#)

98 RETWEETS 3 FAVORITOS 

5:55 pm - 23 mayo 12

Fuente: @danielsampero, @mafecarrascal y @carlosjulianlen.

Por otro lado, los ‘tuiteros’ también utilizaron las etiquetas #renunciesenador, #fueramerlano y #merlano para difundir aún más el mensaje.

 **Camilo Duran Casas**  
@cduranca [Seguir](#)

Sería útil para nuestra sociedad que Twitter lograra tumbar un senador. #fueraMerlano

[Responder](#) [Retwittear](#) [Favorito](#) [Más](#)

515 RETWEETS 29 FAVORITOS 

2:51 pm - 21 mayo 12

 **Diego Sampedro**  
@Diego\_Sampedro [Seguir](#)

@renunciesenador Se debe mantener la voz de protesta y el seguimiento a las decisiones en este caso. #renunciesenador

[Responder](#) [Retwittear](#) [Favorito](#) [Más](#)

2 RETWEETS 

4:52 am - 6 jun 12





**Fuente:** @cduranca, @diego\_sampedro, @anacrisrestrepo.

Por su parte, y en vista de que el objetivo de alcanzar los 50.000 seguidores en la cuenta @renunciesenador se había logrado tan rápido, los ‘tuiteros’ se pusieron otra meta que consistía en escribir más de 50.000 *tweets* exigiendo la renuncia del senador y utilizando la etiqueta #fueramerlano, con el fin de llevar un registro y control del número de *tweets* publicados.

Lo que estaban pidiendo los ‘tuiteros’ indignados fue noticia en los principales medios de comunicación que redactaron de la siguiente manera algunos de sus titulares:

- “Miles de tuiteros piden la renuncia de Merlano” (El Tiempo 2, 2012)
- “Más de 60.000 twitteros piden la renuncia del senador Merlano” (Revista Semana, 2012)
- “Quién es el senador de seis amigos en Facebook y 60.000 enemigos en Twitter” (Revista Semana 2, 2012)
- “Sigue lluvia de críticas y burlas contra Eduardo Merlano en Twitter” (Noticias Caracol, 2012)
- “50.000 cibernautas piden la renuncia de Merlano” (El Colombiano, 2012).

Así mismo, el periódico El Heraldo de Barranquilla, en su editorial de su edición impresa del 21 de mayo del 2012, se hizo la pregunta sobre cuánto más “[aguantaría] Merlano la presión de la opinión pública”.

Las quejas de los usuarios de Twitter también tuvieron eco en el Congreso de la República, tanto así que los senadores Alexandra Moreno y Camilo Romero compartieron la opinión de que Merlano debía renunciar y que además, debía ser castigado con una sanción política y social por su comportamiento. (Noticias Caracol 2, 2012). Por otro lado, gracias a la cantidad de *tweets* enviados relacionados con el caso, el número de seguidores que alcanzó la cuenta en tan corto tiempo y la viralidad que generó, @renunciesenador fue significativamente influyente entre los ‘tuiteros’ pues

según la página de métricas digitales PeerIndex, [logró alcanzar] una influencia de 64 puntos sobre 100, [teniendo en cuenta que] un medio de comunicación con cerca de 600 mil seguidores puede llegar a 85. Por otro lado, Klout.com, una página de métricas digitales, considera que la influencia de una cuenta de Twitter es alta cuando esta sobrepasa los 60 puntos y está determinada por diferentes variables. Juan David Vargas, de la empresa de métricas Meridean.com, explicó que la influencia de una cuenta en Twitter se mide por cerca de 20 características, entre ellas las más importantes son el volumen de menciones, la cantidad y calidad de seguidores y el nivel de antigüedad de la cuenta (El Tiempo 2, 2012).

Si bien lo que se originó en Twitter tras este escándalo fue una iniciativa ciudadana que pedía la renuncia del senador, nada obligaba a Eduardo Merlano a obedecer puesto que la ley colombiana contempla que un congresista debe ser retirado de sus funciones cuando ha sido destituido de la Institución o cuando pierde su investidura.

Sin embargo, la ciudadanía tuvo la oportunidad a través de Twitter de demostrar su rechazo ante la actitud de Merlano y de hacerla pública. Quienes promovieron esta causa, fueron inquisidores con el tema y actuaron como vigilantes de las acciones realizadas por el senador, una vez ocurrido el escándalo.

Está claro que a la gran mayoría de colombianos una de las cosas que causa mayor indignación es el abuso de poder o de autoridad. El exsenador Merlano en el video representa esa clase dirigente que desestima la función pública y del que la gente ya está cansada (Arangure, 2013).

La indignación que originó este acontecimiento sirvió para que las actuaciones reprochables de Merlano no quedaran impunes, como ha ocurrido en tantas ocasiones con casos parecidos en el país, y motivó a que las autoridades competentes se encargaran de investigar el caso y sancionarlo con el castigo correspondiente: El abuso de poder que protagonizó el senador ocasionó que la Procuraduría General de la Nación lo destituyera e inhabilitara por 10 años para ejercer cargos públicos.

Si bien la renuncia del senador tras la presión ejercida a través de Twitter hubiera significado un hito histórico para la democracia colombiana en materia digital, el hecho

de que Merlano haya sido sancionado así como que haya tenido que pedirle disculpas a la ciudadanía por sus actuaciones, es un logro muy importante para la democracia del país, si se tiene en cuenta que, y de acuerdo a lo visto en los capítulos anteriores de esta investigación, el abuso de poder es una de las principales razones por las cuales Colombia presenta altos índices de corrupción.

“[El principal logro que se obtuvo con el caso de Merlano] fue canalizar la indignación de muchos ciudadanos de tal manera que hiciera eco en los diferentes estamentos del poder en Colombia” (Arangure, 2013).

Finalmente, algo importante para resaltar de esta experiencia es que a través de la cuenta @renunciesenador se han seguido promoviendo espacios para que los usuarios conectados a Twitter ejerzan el derecho que tienen como ciudadanos de controlar los excesos de sus gobernantes, y esto no solo gracias a las iniciativas que desde la misma cuenta promueve su administrador, sino a través de denuncias sobre corrupción que llegan a la cuenta periódicamente.

[Twitter] sirve y ha servido [para ejercer control político en el país]. Casos como los de Merlano lo comprueban [y] la gente también lo está viendo así. La gente escribe correos pidiendo ayuda y contando casos de corrupción al e-mail que tengo en la cuenta. Algunos trato de denunciarlos, de exponerlos. Hay otros que me envían muy graves entonces lo que hago es reenviárselos al sitio de quejas de la Procuraduría o de la Veeduría porque yo por temas laborales no tengo tiempo de estar respondiendo todos o de divulgarlos en Twitter (Arangure, 2013). (Ver anexo)

Y es que la denuncia ciudadana contra casos de corrupción en los que los gobernantes son los protagonistas, también se puede considerar como una forma de control político, ya que a través de ella se limita, directamente o no, el ejercicio de gobernar y se vela para que los derechos civiles se cumplan.

## **CASO 2: CONTRARREFORMA A LA JUSTICIA**

La contrarreforma a la justicia nace como contraparte al polémico proyecto de ley en el que terminó convirtiéndose la Reforma a la Justicia, y que fue presentado por el Gobierno nacional en el Congreso de la República, que pretendía modificar algunos artículos relacionados con el sistema judicial en el país y contemplados en la Constitución Política de 1991.

El proyecto fue radicado en el Congreso el 5 de agosto del 2011 por el entonces ministro de justicia, Juan Carlos Esguerra. Casi un año después y luego de haber sido aprobado en diferentes debates en Senado y Cámara, el texto final fue devuelto al Congreso por el Presidente de la República Juan Manuel Santos, quien por presión de la opinión pública y ante el escándalo que estaba suscitando dicho proyecto, lo consideró inconstitucional y de inconveniencia para el país.

El presidente de la república (...) al darse cuenta a última hora de que la opinión pública no aceptaría el monstruo que se había creado, pasó de la noche a la mañana de promotor de la reforma a jefe de la oposición (Revista Semana 3, 2012).

A pesar que desde noviembre del 2011, esta reforma a la justicia ya venía generando molestias en diferentes organismos como el Consejo de Estado y la Corte Suprema de Justicia, solo fue en su última instancia en donde se escucharon las voces de protesta de la ciudadanía, que fueron definitivas para que el proyecto terminara hundiéndose.

Respecto a este tema, precisamente el académico Pedro Fontana, que es un académico totalmente respetable, dijo públicamente que la presión que se ejerció en torno a la Reforma fue muy importante pues si no hubiera sido por esa presión, la Reforma a la Justicia no se hubiera caído (Arangure 2, 2013).

Lo que causó la ira de los ciudadanos no solamente fue el texto final, conciliado por los representantes del Senado y la Cámara, sino la manera como este se concilió.

Dicha conciliación, en la que no estuvo presente el ministro de Justicia, por decisión de los miembros de esta y a pesar de que era un proyecto que había sido presentado por el Gobierno, redactó en su texto final un artículo con el cual se pretendía blindar a los congresistas, reduciéndoles la posibilidad de ser sancionados y el riesgo de ser juzgados.

En junio del 2012 y *adportas* de firmarse un descalabro para el sistema judicial de Colombia, diferentes ciudadanos, interesados e indignados por lo que estaba a punto de suceder, se contactaron a través de Twitter con el fin de organizar una reunión lo más pronto posible para discutir y tomar decisiones sobre cómo actuar ante lo que estaba ocurriendo en el Congreso.

Katherine Juvinao (...) y yo convocamos a través de Twitter a un grupo de personas que veíamos, a través de nuestra interacción en la red, que tenían la misma inconformidad [con lo de la reforma]. Los convocamos un lunes en la Javeriana. Allí llegó un grupo de gente, casi 20 personas (...) Finalmente terminamos conformando un grupo más operativo que cualquier otra cosa, que se llamó Constituyente Primario, para generar presión mediática al respecto (Arangure 3, 2013).

Es así como decidieron impulsar una ofensiva ciudadana a través de Twitter, principalmente, y crearon la etiqueta #SeMueveLaContrarreforma con el fin de movilizar el tema y posicionarlo en la plataforma.

Escogimos [Twitter porque] creemos que (...) es una herramienta que llega directamente al usuario en tiempo real. (...) A través de Twitter podemos abordar al ciudadano directamente y que la opinión pública sea pública realmente, ya que los medios de comunicación muchas veces no cubren todo lo que le interesa a los ciudadanos (Arangure 2, 2013).

Utilizamos principalmente Twitter porque ese fue el núcleo del asunto. Es decir, Twitter fue el punto por el que coincidimos vincularnos a la iniciativa y a través del cual se convocó a la gente para que asistiera a la reunión de la Javeriana. Pero también porque (...) Twitter es una red que permite una interacción mucho más abierta que Facebook y además [allí] teníamos un potencial de alcance mucho más alto ya que entre todos los que estábamos vinculados con el tema alcanzábamos a sumar unos 120.000 seguidores (Arangure 3, 2013).

 **Felipe Guzman**  
@LFelipeGuzman [Seguir](#)

La caída a la reforma no nos debe separar entre derecha, centro o Izquierda; todos unidos por un mismo objetivo  
[#SeMueveLaContraReforma](#)

[Responder](#) [Retweetear](#) [Favorito](#) [Más](#)

56 RETWEETS 

5:37 am - 21 Jun 12

 **Indignados Colombia**  
@ManosLimpiasCo [Seguir](#)

La constitución del 91 está a punto de morir!  
Le hacemos velorio y entierro?  
[#SeMueveLaContraReforma](#)  
[@danielsampero](#) [@pirrytv](#) [@solano](#)

[Responder](#) [Retweetear](#) [Favorito](#) [Más](#)

88 RETWEETS 5 FAVORITOS 

11:45 am - 20 Jun 12

 **NataliaDeLaV**  
@NataliaDeLaV [Seguir](#)

Los ciudadanos somos más.  
[#SeMueveLaContraReforma](#)

[Responder](#) [Retweetear](#) [Favorito](#) [Más](#)

11 RETWEETS 

8:17 pm - 20 Jun [CAYAYITO78](#)

 **Andrea Salamanca**  
@andreas1 [Seguir](#)

Quién investiga al Congreso? por qué no responde nadie?  
[#SeMueveLaContraReforma](#)

[Responder](#) [Retweetear](#) [Favorito](#) [Más](#)

14 RETWEETS 1 FAVORITO 

8:43 am - 22 Jun 12

 **Luz Miranda**  
@lu\_miranda [Seguir](#)

Hay que pasar de la indignación a la acción!  
[#SeMueveLaContraReforma](#)  
[#SeMueveLaContraReforma](#)

[Responder](#) [Retweetear](#) [Favorito](#) [Más](#)

25 RETWEETS 2 FAVORITOS 

8:04 pm - 19 Jun 12

**Fuente:** @lfelipeguzman, @manoslimpiasco, @nataliadelav, @andreas1, @lu\_miranda



Con su etiqueta lograron ser tendencia durante tres días seguidos a través de la cual líderes de opinión, medios de comunicación y miles de ciudadanos opinaron y motivaron su rechazo a lo que ocurría en ese momento en el Congreso.

Con esa acción coordinada que hicimos alrededor del *hashtag* #SeMueveLaContrarreforma, [este] se convirtió en número uno ese domingo en tan solo dos horas. Y se posicionó y quedó tres días de *hashtag* número uno en Colombia o dentro de los tres primeros, no recuerdo exactamente muy bien, pero todo el mundo estaba hablando de eso. Ya después, el lunes en la mañana medios como La W, Caracol Radio y RCN Radio empezaron a informar sobre lo que estaba pasando en Twitter. Ya no era solo un *hashtag* sino que se convirtió en un fenómeno mediático a raíz de una reunión de 20 personas que se pusieron una cita a través de Twitter para discutir el tema (Arangure 3, 2013).

Según Olaya (El Colombiano 2, 2012), la etiqueta #SeMueveLaContraReforma duró dos días como Trend Topic y obtuvo más de 13.000 menciones.

De igual manera, tal y como sucedió con el Caso Merlano, la manifestación ‘tuitera’ también tuvo eco en los medios de comunicación del país:

Desde el pasado 19 de junio, la etiqueta #SeMueveLaContraReforma comenzó a circular por Twitter y, en poco tiempo, logró situarse entre los temas más comentados por los ciudadanos. Dos días completa el tema en Trending Topic con más de 13 mil 700 menciones, en las que los colombianos han mostrado su inconformidad contra la reforma a la justicia, y a la que han tildado de "complot contra la constitución de 1991" (El Colombiano 2, 2012).

Más allá de una moda o de ser *trending topic* durante tres días en Twitter, el Constituyente Primario logró que la ciudadanía pasara de las “arengas de escritorio” – como ellos mismos las llaman– a las acciones concretas, consiguiendo así la sepultura definitiva de la iniciativa (Publimetro, 2012).

Los tuiteros han sentado su voz de protesta frente al acto legislativo que podría dejar a los políticos y congresistas investigados por ‘Yidispolítica’, Agro Ingreso Seguro, ‘chuzadas’, ‘parapolítica’ y otras cuentas con la justicia sin posibilidad alguna para ser juzgados (Vanguardia Liberal, 2012).

La etiqueta #SeMueveLaContareforma logró agrupar en torno a esta a miles de voces de ciudadanos indignados quienes estaban conscientes de que si la Reforma pasaba y era promulgada, debían actuar rápidamente con el fin de derogarla.

Estudiamos todos los caminos jurídicos para saber qué se podía hacer al respecto. Dentro de ese proceso se empezaron a vincular entidades y grupos de ciudadanos que tenían más cercanía con la rama judicial. Por eso, antes de que se diera la conciliación, y a medida que los congresistas iban dándole trámite a la ley en el Congreso, nosotros aumentábamos la presión a través de Twitter para que repercutiera en los medios (Arangure 3, 2013).

Finalmente, una vez el presidente Juan Manuel Santos decidió no promulgar la ley, el Congreso también decidió hundir, el 28 de junio del 2012, el acto legislativo que ocasionó la renuncia del entonces ministro de Justicia, Juan Carlos Esguerra, único

funcionario público que reconoció con el sacrificio de su cargo el error que se había cometido.

A través de Twitter se consiguió que un grupo de ciudadanos, en su mayoría jóvenes, protestaran desde la virtualidad por una reforma que “terminó siendo un pacto político [que excluía] a la ciudadanía” (EAFIT, 2012). Y por otro lado, terminaron convirtiéndose en un medio de información más, en la medida en que, a través de Twitter, se encargaron de visibilizar todo lo que ocurría en la etapa de conciliación de la Reforma.

Tratamos de visibilizar lo que más pudimos, teniendo en cuenta que la mayoría de los proyectos de ley logran dividir las responsabilidades individuales. Con esto me refiero a que como es un acto del Congreso, se termina diciendo que todo el Congreso aprobó determinado proyecto, y las responsabilidades individuales de cada congresista no son realmente atribuibles. Entonces esa fue una de nuestras funciones. Quisimos visibilizar todo el proceso de votación y conciliación, además de ejercer presión la cual se logró y sirvió para que la reforma se cayera (Arangure 3, 2013).

Al igual que con lo ocurrido con el caso del senador Merlano, de nuevo representantes de la rama Legislativa abusaron de su poder para prevalecer el interés particular sobre el general y el bien común.

Ocurrió de nuevo que los ciudadanos, a través de herramientas no constitucionales ni tradicionales como Twitter, terminaron ejerciendo control a través de la protesta, el

rechazo, la indignación y la presión con el fin de que las actuaciones fueran castigadas, como en el Caso Merlano, o pusieran freno a situaciones que perjudican el interés ciudadano, como en el Caso Contrarreforma.

## **CAPÍTULO 5**

### **CONCLUSIONES**

Con la llegada de Twitter al país, la figura del control político ha dejado de ser únicamente monopolio del Poder Legislativo, a pesar de que en la teoría la Constitución también le otorga a la ciudadanía el derecho a ejercerlo a través de diferentes mecanismos. Sin embargo, lo que ha permitido Twitter hasta el momento es que hoy en día esa figura llegue sin intermediarios a los ciudadanos conectados e interesados en hacer control, lo que genera en estos una sensación de poder que antes de Twitter no existía o, por lo menos, la ciudadanía no percibía.

Twitter está logrando una profundización de la democracia que según Giddens (1998, p.88) se requiere, “porque los viejos mecanismos del poder no funcionan en una sociedad en la que los ciudadanos viven en el mismo entorno informativo que aquellos que los gobiernan” y la logra en la medida en que ha redefinido un nuevo concepto de control político, teniendo en cuenta cómo esta red reconfiguró las relaciones de poder y vigilancia de las sociedades modernas y generó un cambio del paradigma democrático tradicional.

La protesta y el descontento de los ciudadanos frente a quienes administran el poder político en el país ocupa ahora los escenarios virtuales en los que la interlocución entre gobernantes y gobernados se convirtió en un modelo de comunicación directo y horizontal.

Por otro lado, ahora ocurre un fenómeno parecido entre la relación de los medios de comunicación y la ciudadanía. La agenda pública está recuperando su razón de ser en la medida en que está siendo el público, a través de Twitter, el que en ocasiones establezca los temas de la agenda.

Seguramente, si en Twitter el escándalo protagonizado por el senador Merlano no hubiera tenido el impacto que tuvo, si los ciudadanos conectados no hubieran puesto a circular a través de esta plataforma sus miles de mensajes de rechazo ante la actitud del senador, si la cuenta @renunciesenador no se hubiera creado, las consecuencias para Eduardo Merlano hubieran sido diferentes y de menor alcance e impacto.

Twitter se está convirtiendo no solo en un canal para la transmisión de noticias y de opiniones, sino también en una fuente de información y sentir ciudadano al que los medios de comunicación no tienen otra opción diferente más que de prestar atención a lo que allí sucede.

Lo anterior no significa que los medios de comunicación hayan perdido poder, pues finalmente al país aún le falta por avanzar en materia de conectividad. Simplemente, en un mundo tan inmediato y tan veloz, los medios de comunicación tradicionales tendrán que ajustarse a estos nuevos canales y acoger nuevas funciones, no menos importantes, como el análisis de la información y la interpretación de lo que está pensando la opinión pública.

Bajo este panorama, la ciudadanía cumple un papel muy importante pues si bien la dinámica de plataformas como Twitter le otorgan libertad para opinar, informar y debatir, esta como toda libertad exige responsabilidades que obligatoriamente tendrá que asumir y respetar.

Finalmente, aunque no se puede desconocer que Twitter ha sido una herramienta fundamental para la generación de espacios que promueven el control político por parte de la ciudadanía, no se puede sobredimensionar la función de esta red. Es decir, Twitter solo es un instrumento que adquiere poder e importancia en la medida en que la ciudadanía colombiana obtenga la madurez necesaria para asumir con responsabilidad el rol que le exigen la sociedad y el avance de las civilizaciones actuales.

## BIBLIOGRAFÍA

@altonivel. (2013). Excesos provocan caída de Twitter. [En línea] Recuperado el 15 de marzo de 2013 en <http://www.altonivel.com.mx/33773-excesos-provocan-caida-de-twitter.html>

ABC. (2010). ¿Por qué Twitter no es una red social?. [En línea] Recuperado el 13 de marzo de 2013 en <http://www.abc.es/20100510/medios-redes-web/twitter-social-201005101234.html>

AFP (2012). Twitter dice haber superado los 200 millones de usuarios activos. [En línea] Recuperado el 9 de marzo de 2013 en <http://www.elmundo.es/elmundo/2012/12/18/navegante/1355853144.html>

Arangure, L. (2013). Entrevista realizada a Manuel, el 15 de marzo de 2013.

Arangure, L. 2 (2013). Entrevista realizada a María Fernanda Carrascal, el 12 de marzo de 2013.

Arangure, L. 3 (2013). Entrevista realizada a Juan Camilo Dávila, el 18 de marzo de 2013.

Bobbio, N. (2007), El futuro de la democracia, Fondo de Cultura Económica, México.

Borge Bravo, R. (2005). La participación electrónica: estado de la cuestión y aproximación a su clasificación. [En línea] Recuperado el 25 de marzo de 2013 en <http://www.uoc.edu/idp/1/dt/esp/borge.pdf>

Cali visible. (2010). Control político. [En línea] Recuperado el 20 de marzo de 2013 en <http://calivisible.javerianacali.edu.co/controlpolitico/elcontrolpolitico.pdf>



Candón Mena, J. (2011). Internet en movimiento. Nuevos movimientos sociales y nuevos medios en la sociedad de la información. [En línea] Recuperado el 10 de marzo de 2013 en <http://eprints.ucm.es/12085/1/T32702.pdf>

Castelló, A. (2010). Estrategias empresariales en la Web 2.0. Editorial Club Universitario, Alicante.

Castells, M. (1998). La era de la información Vol. 1. Alianza editorial, Madrid.

Castells, M. (2008) Los medios de comunicación en la sociedad en red. Editorial UOC, Barcelona.

Cebrián, J.L. (1998), La red. Taurus, Buenos Aires.

COLPRENSA (2012). Expertos consideran que colombianos deberían ejercer mayor control política. Diario El Universal de Cartagena. [En línea] Recuperado el 24 de marzo de 2013 en <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/nacional/expertos-consideran-que-los-ciudadanos-deben-ejercer-mayor-control-politico-74170>

Congosto, M.L. Aragón, P. (s.f.). Análisis de las elecciones 20N. [En línea] Recuperado 25 de marzo de 2013 en <http://www.alice-comunicacionpolitica.com/files/ponencias/54-F50000054541342177364-ponencia-1.pdf>

Congreso de la República de Colombia. (s.f.). ¿Qué es control político?. [En línea] Recuperado el 20 de marzo de 2013 en <http://www.camara.gov.co/portal2011/control-politico/ique-es-control-politico>

Consejo Visible de Bucaramanga. (s.f.). Control político. [En línea] Recuperado el 20 de marzo de 2013 en

[http://www.concejovisible.com/website/index.php?option=com\\_content&view=article&id=90&Itemid=14](http://www.concejovisible.com/website/index.php?option=com_content&view=article&id=90&Itemid=14)

Cortés, S. (2012). Equilibrio y control del poder político en la tradición constitucional colombiana. [En línea] Recuperado el 20 de marzo de 2013 en [http://numanterioresviei.usta.edu.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=50:equilibrio-y-control-del-poder-politico-en-la-tradicion-y-constitucional-colombiana&catid=45:decima-edicion-avances-de-investigacion&Itemid=132](http://numanterioresviei.usta.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=50:equilibrio-y-control-del-poder-politico-en-la-tradicion-y-constitucional-colombiana&catid=45:decima-edicion-avances-de-investigacion&Itemid=132)

DANE (2012). Encuesta de cultura política. [En línea] Recuperado el 22 de marzo de 2013 en [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/ecpolitica/Presen\\_ECP\\_11.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/ecpolitica/Presen_ECP_11.pdf)

Dearing, J. Rogers, E. (1996), *Communication Concepts 6: Agenda-setting*, Thousand Oaks, CA: Sage

De Ugarte, D. (s.f.). El poder de las redes. [En línea] Recuperado el 24 de marzo de 2013 en [http://chuerta.com/libros/El\\_Poder\\_De\\_Las\\_Red.es.pdf](http://chuerta.com/libros/El_Poder_De_Las_Red.es.pdf)

DICYT (2009). Las redes sociales repiten las mismas ideas que los medios de comunicación tradicionales. [En línea] Recuperado el 20 de marzo de 2013 en <http://www.dicyt.com/noticias/las-redes-sociales-repiten-las-mismas-ideas-que-los-medios-de-comunicacion-tradicionales>

DPA. (2007). Se pierden millones de dólares por atraso tecnológico. [En línea] Recuperado el 12 de marzo de 2013 en [http://www.perfil.com/contenidos/2007/10/23/noticia\\_0062.html](http://www.perfil.com/contenidos/2007/10/23/noticia_0062.html)

EAFIT (2012). En tela de juicio. [En línea] Recuperado el 22 de marzo de 2013 en <http://envivo.eafit.edu.co/EnvivoEafit/?p=1144>

El Colombiano. (2012). 50.000 cibernautas piden la renuncia de Merlano. [En línea] Recuperado el 10 de marzo de 2013 en [http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/5/50\\_mil\\_cibernautas\\_piden\\_la\\_renuncia\\_de\\_merlano/50\\_mil\\_cibernautas\\_piden\\_la\\_renuncia\\_de\\_merlano.asp](http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/5/50_mil_cibernautas_piden_la_renuncia_de_merlano/50_mil_cibernautas_piden_la_renuncia_de_merlano.asp)

El Colombiano 2. (2012) Crece movimiento contra a la reforma de justicia. [En línea] Recuperado el 10 de marzo de 2013 en [http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/S/se\\_mueve\\_la\\_contra\\_a\\_la\\_reforma\\_de\\_la\\_justicia/se\\_mueve\\_la\\_contra\\_a\\_la\\_reforma\\_de\\_la\\_justicia.asp](http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/S/se_mueve_la_contra_a_la_reforma_de_la_justicia/se_mueve_la_contra_a_la_reforma_de_la_justicia.asp)

El Espectador. (2012). Policía no irrespetó a senador Merlano. [En línea] Recuperado el 25 de marzo de 2013 en <http://www.elespectador.com/noticias/judicial/articulo-347170-policia-no-irrespeto-senador-merlano>

El Tiempo. (2012). Aceptan renuncia del general Óscar Pérez por caso del senador Merlano. [En línea] Recuperado el 25 de marzo de 2013 en <http://m.eltiempo.com/justicia/aceptan-renuncia-del-general-scar-perz-por-caso-del-senador-eduardo-merlano/11849821>

El Tiempo 2. (2012). Miles de twitteros piden la renuncia del senador Merlano. [En línea] Recuperado el 10 de marzo de 2013 en [http://www.eltiempo.com/politica/ARTICULO-WEB-NEW\\_NOTA\\_INTERIOR-11860942.html](http://www.eltiempo.com/politica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-11860942.html)

Emarketer. (2012). Twitter grows stronger in Mexico. [En línea] Recuperado el 12 de marzo de 2013 en <http://www.emarketer.com/Article/Twitter-Grows-Stronger-Mexico/1009370>

Figuroa, J., González, E., Núñez, S. (2011), Construcción del candidato-marca en la redes sociales. El uso de Twitter y Facebook en las elecciones a presidente en

España, 2011. [En línea] Recuperado el 25 de marzo de 2013 en <http://www.alice-comunicacionpolitica.com/files/ponencias/247-F50000ad22471342180050-ponencia-1.pdf>

Fry, J. (2010). Why Twitter looks like a social network but feels like news media. [En línea] Recuperado el 13 de marzo de 2013 en <http://www.niemanlab.org/2010/05/why-twitter-looks-like-a-social-network-but-feels-like-news-media/>

Fundación Ciudad Política. (s.f.). Participación política. [En línea] Recuperado el 13 de marzo de 2013 en <http://www.ciudadpolitica.org/modules/wordbook/entry.php?entryID=27>

Gastón, E. (2006). El control político como requisito del Estado Constitucional. [En línea] Recuperado el 22 de marzo de 2013 en [http://criteriojuridico.puj.edu.co/archivos/02\\_37\\_gjenriquez\\_el\\_control\\_politico.pdf](http://criteriojuridico.puj.edu.co/archivos/02_37_gjenriquez_el_control_politico.pdf)

Giddens, A. (2000). Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas. Taurus, Madrid.

Gómez, L. (2011). Twitter no es una red social, es una red de información abierta. [En línea] Recuperado el 13 de marzo de 2013 en <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/02/26/navegante/1298718512.html>

Gómez, S. (2012), La política de los 140 caracteres. Ponencia presentada en el XIV Congreso de REDCOM en Quilmes, Argentina.

Haro, C., Sampedro, V (2011). Activismo político en red: el movimiento por la vivienda digna al 15M. [En línea] Recuperado el 23 de marzo de 2013 en <http://teknokultura.net/index.php/tk/article/view/14/pdf>

Hill, D. (2010). Twitter: Journalism chases de greased pig. [En línea] Recuperado el 20 de marzo de 2013 en [http://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc30464/m2/1/high\\_res\\_d/thesis.pdf](http://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc30464/m2/1/high_res_d/thesis.pdf)

iRedes. (2013). Presentación de la tercera versión del mapa iRedes. [En línea] Recuperado el 12 de marzo de 2013 en <http://www.iredes.es/2013/03/tercera-version-del-mapa-iredes/>

Juste, M. (2013), Facebook, Twitter o Youtube, ¿para qué sirven tantas redes sociales? [En línea] Recuperado el 14 de marzo de 2013 en <http://www.expansion.com/2013/03/07/empresas/digitech/1362676114.html>

La Fm. (2012). Senador Eduardo Merlano aseguró que el vídeo, donde aparentemente está ebrio, fue editado y que ese día no había ingerido licor. [En línea] Recuperado el 19 de marzo de 2013 en <http://www.lafm.com.co/audios/colombia/16-05-12/senador-eduardo-merlano-asegur-1115>

Levy, P. (2005). Por la ciberdemocracia. En De Moraes, D. (2005), Icaria editorial, Barcelona. Por otra comunicación.

Levy, S. (2010). Twitter's founders created a simple messaging service. [En línea] Recuperado el 8 de marzo de 2013 en <http://www.wired.com/images/press/pdf/twitter.pdf>

Los Angeles Times. (2009). Twitter creator Jack Dorsey illuminates the site's founding document. [En línea] Recuperado el 13 de marzo de 2013 en <http://latimesblogs.latimes.com/technology/2009/02/twitter-creator.html>

Lupo, N. (2011). Periodistas destacan el papel de Internet en el seguimiento de las revueltas árabes. En Diario El País [En línea] Recuperado el 20 de marzo de 2013 en [http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2011/04/13/actualidad/1302685265\\_850215.html](http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2011/04/13/actualidad/1302685265_850215.html)

Mc Combs, M. (2004). *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. Polity Press, Cambridge.

Meridean Group (2013), *Un mes en Twitter (Colombia)*. [En línea] Recuperado el 21 de octubre de 2013 en <http://merideangroup.com/Estudios/internet/un-mes-en-twitter-colombia>.

Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2008). 8 de cada 10 colombianos están usando Internet. [En línea] Recuperado el 14 de marzo de 2013 en <http://www.mintic.gov.co/index.php/mn-news/1903-8-de-cada-10-colombianos-usan-internet>

Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2013), *Boletín trimestral de las TIC- Cifras cuarto trimestre 2012*. [En línea] Recuperado el 21 de octubre de 2013 en [http://www.mintic.gov.co/images/documentos/cifras\\_del\\_sector/boletin\\_4t\\_banda\\_anch\\_a\\_vive\\_digital\\_2012.pdf](http://www.mintic.gov.co/images/documentos/cifras_del_sector/boletin_4t_banda_anch_a_vive_digital_2012.pdf)

Molina, J. Pérez, C. (2001). *Participación política y derechos humanos*. [En línea] Recuperado el 21 de marzo de 2013 en [http://www.iidh.ed.cr/BibliotecaWeb/Varios/Documentos/BD\\_157895943/Revista%20II%20DH%2034-35.pdf?url=%2FBibliotecaWeb%2FVarios%2FDocumentos%2FBD\\_157895943%2FRevista+IIDH+34-35.pdf](http://www.iidh.ed.cr/BibliotecaWeb/Varios/Documentos/BD_157895943/Revista%20II%20DH%2034-35.pdf?url=%2FBibliotecaWeb%2FVarios%2FDocumentos%2FBD_157895943%2FRevista+IIDH+34-35.pdf)

Murua, J. (2011). *Formación de agenda pública en la sociedad mundial*. [En línea] Recuperado el 23 de marzo de 2013 en [www.encrucijadaamericana.cl/articulos/a5\\_n1/5\\_Editado\\_FORMACION\\_DE\\_AGENDA\\_PUBLICA\\_EN\\_LA\\_SOCIEDAD\\_MUNDIAL.pdf](http://www.encrucijadaamericana.cl/articulos/a5_n1/5_Editado_FORMACION_DE_AGENDA_PUBLICA_EN_LA_SOCIEDAD_MUNDIAL.pdf)

Orihuela, J.L. (2011) Los trending topics como el nuevo agenda setting. [En línea] Recuperado el 21 de octubre de 2013 en <http://www.abc.es/blogs/jose-luis-orihuela/public/post/los-trending-topics-como-el-nuevo-agenda-setting-8123.asp>.

Peñarredonda, J.L. (2012). Chateadores, domingueros y ‘rolos’: las cifras de los twitteros en Colombia. [En línea] Recuperado el 12 de marzo de 2013 en <http://www.enter.co/colombiadigital/cifras-twitter-colombia/>

Peñarredonda, J.L. (2013). Colombia llegó a 6,2 millones de conexiones de banda ancha: Ministerio TIC. [En línea] Recuperado el 21 de octubre de 2013 en <http://www.enter.co/#!/cultura-digital/colombia-digital/colombia-llego-a-62-millones-de-conexiones-de-banda-ancha-ministerio-tic/>

Noticias Caracol. (2012). Sigue lluvia de críticas y burlas contra Eduardo Merlano en Twitter. [En línea] Recuperado el 10 de marzo de 2013 en <http://www.noticiascaracol.com/nacion/video-265845-sigue-lluvia-de-criticas-y-burlas-contra-eduardo-merlano-twitter>

Noticias Caracol 2. (2012). Piden renuncia del senador Merlano. [En línea] Recuperado el 10 de marzo de 2013 en <http://www.noticiascaracol.com/nacion/video-265718-piden-renuncia-de-senador-eduardo-merlano>

Pardo, G. (2012) Redes sociales y construcción de ciudadanía en Colombia. [En línea] Recuperado el 21 de octubre de 2013 en <http://www.razonpublica.com/index.php/cultura/artes-y-cultura/3385-redes-sociales-y-construccion-de-ciudadania-en-colombia.html>

Peralta, B. (2010). La forma en que se ejerce la ciudadanía en la democracia colombiana- Socialización política y cultura ciudadana. [En línea] Recuperado el 20 de marzo de 2013 en [http://eleuthera.ucaldas.edu.co/downloads/Eleuthera4\\_13.pdf](http://eleuthera.ucaldas.edu.co/downloads/Eleuthera4_13.pdf)

Picard, A. (2011). The history of Twitter. 140 characters at a time. [En línea] Recuperado el 8 de marzo de 2013 en <http://www.theglobeandmail.com/technology/digital-culture/social-web/the-history-of-twitter-140-characters-at-a-time/article573416/>

Publimetro (2012). Los jóvenes que pusieron en jaque al Congreso. [En línea] Recuperado el 19 de marzo de 2013 en <http://www.publimetro.co/lo-ultimo/los-jovenes-que-pusieron-en-jaque-al-congreso/lmklgE!8afbgNIEIJQM/>

Revista Semana. (2012). Más de 60.000 tuiteros piden la renuncia del senador Merlano. [En línea] Recuperado el 10 de marzo de 2013 en <http://www.semana.com/vida-moderna/tendencias/articulo/mas-60000-twitteros-piden-renuncia-del-senador-merlano/258388-3>

Revista Semana 2. (2012). Quién es el senador de seis amigos en Facebook y 60.000 enemigos en Twitter. [En línea] Recuperado el 10 de marzo de 2013 en <http://www.semana.com/politica/articulo/quien-senador-seis-amigos-facebook-60-mil-enemigos-twitter/258477-3>

Revista Semana 3 (2012). Reforma a la justicia. Todos quedaron mal. [En línea] Recuperado el 12 de marzo de 2013 en <http://www.semana.com/nacion/articulo/reforma-justicia-todos-quedaron-mal/259994-3>

Rodríguez Díaz, R. (s.f.). La evolución de la inmigración en la agenda pública española. [En línea] Recuperado el 23 de marzo de 2013 en <http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/10/30/70/PDF/RaquelRodriguez.pdf>

Rodríguez Díaz, R. (2004). Teoría de la Agenda-setting. Aplicación a la enseñanza universitaria. [En línea] Recuperado el 20 de marzo de 2013 en <http://www.obets.ua.es/obets/libros/AgendaSetting.pdf>



Rodríguez Zamora, J.M. (1990). El concepto de democracia en América Latina, *Revista Ciencias Sociales*, 48, Costa Rica, páginas 7-15.

Sampedro, V. (ed) (2005). 13-M: Multitudes online. [En línea] Recuperado el 22 de marzo de 2013 en <http://www.ciberdemocracia.net/victorsampedro/wp-content/uploads/2013/02/multitudesonline.pdf>

Sartori, G. (1998), *Homo videns, la sociedad teledirigida*. Taurus, Madrid.

Semiocast. (2012). Brazil becomes 2nd country on Twitter, Japan 3<sup>rd</sup> [and] Netherlands most active country. [En línea] Recuperado el 16 de marzo de 2013 en [https://semiocast.com/publications/2012\\_01\\_31\\_Brazil\\_becomes\\_2nd\\_country\\_on\\_Twitter\\_supersedes\\_Japan](https://semiocast.com/publications/2012_01_31_Brazil_becomes_2nd_country_on_Twitter_supersedes_Japan)

Shiels, M. (2011). Twitter celebrates its fifth birthday. [En línea] Recuperado el 12 de marzo de 2013 en <http://www.bbc.co.uk/news/technology-12805216>

Transparencia por Colombia. (2012). Índice de Percepción de Corrupción 2012: Colombia necesita mostrar resultados concretos contra la corrupción. [En línea] Recuperado el 15 de marzo de 2013 en [http://www.transparenciacolombia.org.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=187:indice-percepcion-corrupcion-2012-colombia-necesita-resultados-concretos-contra-corrupcion&catid=94&Itemid=490](http://www.transparenciacolombia.org.co/index.php?option=com_content&view=article&id=187:indice-percepcion-corrupcion-2012-colombia-necesita-resultados-concretos-contra-corrupcion&catid=94&Itemid=490)

Twitter. (2013). Acerca de Twitter. [En línea] Recuperado el 15 de marzo de 2013 en <https://twitter.com/about>

Universidad Marista de Mérida. (2012). Los reyes de las redes sociales. [En línea] Recuperado el 10 de marzo de 2013 en <http://www.marista.edu.mx/noticia/725/los-reyes-de-las-redes-sociales>

Vallés, J. (2002). *Ciencia Política, una introducción*. Ariel, Barcelona.

Vanguardia Liberal (2012). Rechazo de los tuiteros a los micos de la reforma a la justicia. [En línea] Recuperado el 14 de marzo de 2013 en <http://www.vanguardia.com/actualidad/politica/162652-rechazo-de-los-tuiteros-a-los-micos-de-la-reforma-a-la-justicia>

Vargas, J. D. (2013). El 85 % de usuarios de Twitter en Colombia genera contenido: Meridean Group. [En línea] Recuperado el 21 de octubre de 2013 en <http://www.bluradio.com/25921/el-85-de-usuarios-de-twitter-en-colombia-genera-contenido-meridean-group>

Varios. (1991). Constitución Política Colombiana. [En línea] Recuperado el 20 de marzo de 2013 en <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4125>

Varios (2006). La participación ciudadana y el desarrollo de la cultura política en Colombia, Legis, Bogotá.

Video. (2012). El borracho senador Eduardo Carlos Merlano. [En línea] Recuperado el 22 de marzo de 2013 en <http://www.youtube.com/watch?v=NhsZJEt9pqA>

Video 2. (2012). Comandante pide retiro de patrulleros. [En línea] Recuperado el 22 de marzo de 2013 en <http://www.youtube.com/watch?v=bWIQEC8rMkk>

## ANEXOS

### ENTREVISTA 1

**Nombre del entrevistado:** Manuel. (Omitió su apellido por razones de seguridad).

**Nombre del usuario en Twitter:** No más corruptos.

**Nombre de la cuenta en Twitter:** @renunciesenador.

**Número de seguidores:** 92.118 (Datos a marzo 28 del 2013).

**Edad:** 27 años.

**Profesión/Oficio:** Ingeniero Civil.

**Perfil:** Creador de la cuenta @renunciesenador.

#### **¿A qué se dedica actualmente?**

Soy Ingeniero Civil y ejerzo mi carrera.

#### **¿La cuenta en Twitter @renunciesenador hace parte de alguna organización o movimiento?**

No. Es independiente. Solo la manejo yo. No tengo nada que ver con política. No gano dinero por administrar esta cuenta. Simplemente me gusta mucho el tema pero nadie sabe que yo soy quien la administro, ni siquiera mis amigos más cercanos. Esto es por seguridad. Lo que sí hago es tratar todos los días de estar atento a todos los temas de opinión.

#### **¿Qué lo motivó a crear la cuenta?**

Como te dije, la cuenta la creé yo solo porque fue una idea que se me ocurrió a raíz del escándalo del senador Merlano. Cuando esto ocurrió yo me indigné como todos los

colombianos y a través de la cuenta comencé a ‘tuitear’ cosas como que vamos a demostrarle a Merlano que hay 50.000 votos que le piden la renuncia, ya que él en el video dijo que fueron 50.000 las personas que habían votado por él. Al día siguiente de haberla creado y de ese escándalo, mencionaron la cuenta por televisión. La cuenta comenzó a crecer en número de seguidores porque personalidades como Daniel Samper Ospina, Daniel Coronel, Natalia Springer, que me seguían en Twitter, ‘retuiteaban’ lo que escribía. En dos días llegó a 40.000 seguidores y cuando ‘Pirry’ mencionó la cuenta en su programa, al día siguiente me levanté con 10.000 seguidores más.

**¿Cuáles fueron los principales logros que cree que obtuvo como ciudadano al crear la cuenta @renunciesenador y promoverla?**

Yo creo que principalmente canalizar la indignación de muchos ciudadanos de tal manera que hiciera eco en los diferentes estamentos del poder en Colombia, así como apoyar denuncias específicas de corrupción que muchas veces pasan por alto ante la opinión pública.

**Ante tantos casos de corrupción política que hay en el país, ¿por qué escogió el de Merlano para demostrar su indignación?**

Está claro que a la gran mayoría de colombianos una de las cosas que causa mayor indignación es el abuso de poder o de autoridad. El exsenador Merlano en el video representa esa clase dirigente que desestima la función pública y del que la gente ya está cansada.

**Una vez pasó el escándalo del senador Merlano, la cuenta siguió moviéndose en Twitter usando el mismo nombre de usuario. ¿Por qué?**

Al ver que la cuenta había tomado importancia, me motivé para seguir hablando de otros temas. Después de lo de Merlano promoví el caso de Emilio Otero. Me puse a investigar sobre él y me enteré de que pensaba reelegirse casi por sexta vez. Creé una tendencia en Twitter con el nombre #NoMásOtero, la gente en Twitter empezó a ‘tuitear’ sobre el tema, se logró un escándalo nacional y finalmente el hombre renunció.

**¿Qué otros temas de interés nacional ha promovido a través de esa cuenta de Twitter?**

Apoyé también lo de la reforma a la justicia, lo de las megapensiones de los congresistas y ahora estoy investigando lo de Piedad Zuccardi. Si se logra que el hijo de Zuccardi no lo elija el Senado, sería un logro gigante promovido a través de Twitter.

**¿Lo han amenazado o se ha sentido intimidado?**

Tengo la ventaja de que no saben quién exactamente está detrás de esa cuenta pero a mí al comienzo sí me dio miedo lo del tema de Merlano debido a sus vínculos con la parapolítica. Pero la cuenta no ha recibido amenazas.

**¿Por qué escogió Twitter para promover estas iniciativas y expresar el descontento con la clase política del país? ¿Por qué esta y no otra red social?**

Porque pienso que Twitter es una herramienta seria y es fácil darse cuenta que los alcaldes, gobernadores, congresistas e incluso los mismos presidentes comunican sus noticias más importantes a través de esta red. Además, a pesar de que así como hay

gente (usuarios) que la usa para pendejadas, también hay un nivel de intelectualidad alto entre varios usuarios. Y otra ventaja de Twitter es que uno tiene la posibilidad de decirle a sus gobernantes las cosas directamente. Se puede tener una comunicación más fácil con ellos.

**¿Usted cree que a la clase política de este país le importa lo que se diga en Twitter?**

Yo no sé si a los políticos les importe que se les dé palo en Twitter. Diría que sí porque son varios los que tienen cuenta propia. Sin embargo recuerdo que Roy Barreras dijo que lo que se decía en Twitter no era de importancia, pero si no la tiene para qué nos menciona.

**¿Usted cree que Twitter ha servido y sirve para ejercer control político?**

Sí sirve y ha servido. Casos como los de Merlano lo comprueban. La gente también lo está viendo así. La gente escribe correos pidiendo ayuda y contando casos de corrupción al e-mail que tengo en la cuenta. Algunos trato de denunciarlos, de exponerlos. Hay otros que me envían muy graves entonces lo que hago es reenviárselos al sitio de quejas de la Procuraduría o de la Veeduría porque yo por temas laborales no tengo tiempo de estar respondiendo todos o de divulgarlos en Twitter. Siento que tengo una responsabilidad muy grande debido a la cantidad de seguidores que tiene la cuenta. Yo trato de publicar casi todo lo que considero viable publicar y trato de que esa cuenta también le sirva como medio de expresión a la gente que se encuentra indignada ante tanta corrupción.

**Usted administra esa cuenta solo. ¿Lo han buscado personas o movimientos que estén interesados en trabajar junto a usted?**

Sí, con Manos Limpias hablé para lo de Merlano. Ellos me contactaron a través de mensajes en Twitter y a veces me piden ayuda para cuando quieren hacer alguna campaña. Me han invitado a que asista a sus reuniones pero yo no vivo en Bogotá. A través de esa cuenta también he hablado con periodistas, políticos. Con el escándalo de la reforma a la justicia, Óscar Ortiz González me contactó y le estuvimos dando duro a ese tema.

**¿Qué va a pasar con la cuenta? ¿Va a seguir existiendo?**

Sí, claro. Tengo pensado, cuando sean las próximas elecciones al Congreso, en hacer una radiografía de los políticos que son candidatos y que han sido corruptos, a ver si la gente toma conciencia y no vota por ellos.

## **ENTREVISTA 2**

**Nombre del entrevistado:** María Fernanda Carrascal.

**Nombre del usuario en Twitter:** Ma. Fernanda Carrascal.

**Nombre de la cuenta en Twitter:** @MafeCarrascal

**Número de seguidores:** 17.226 (Datos a marzo 28 del 2013).

**Edad:** 23 años.

**Profesión/Oficio:** Estudiante de Relaciones Internacionales de la Universidad del Rosario.

**Perfil:** Miembro fundador del movimiento ciudadano Manos Limpias.

\*Movimiento ciudadano Manos Limpias

**Nombre del usuario en Twitter:** Indignados Colombia

**Nombre de la cuenta en Twitter:** @ManosLimpiasCo

**¿A qué se dedica actualmente?**

Soy estudiante de relaciones Internacionales en la Universidad del Rosario. Me dedico básicamente a hacer movilización social y política utilizando como base principal las redes sociales, como herramienta primaria para la movilización. También me valgo en otros medios tradicionales con los que se puede hacer eco para hacer la movilización. Soy bloguera en El Tiempo. Tengo un blog basado en política, en crítica de la opinión política. He basado mis escritos en los diálogos de paz, de una mirada más allá de qué es lo que está pasando frente al paramilitarismo, el problema de las tierras y diferentes temas que nos aquejan.

**¿Cómo se creó el movimiento ciudadano Manos Limpias?**

Todos los fundadores nos conocimos por redes sociales. Fuimos Gustavo Bolívar, libretista y escritor, Catalina Suárez, Jessica Archila, Óscar Dueñas y yo los fundadores. Fuimos como cinco personas, de hecho más, pero fundadores como tal de Manos Limpias fuimos cinco. Como te dije, nos conocimos por las redes sociales y lo que nos unió fueron los escándalos de corrupción que estaban ocurriendo en ese momento en el país. Eso fue más o menos en junio del 2011 cuando empezamos a reunirnos y en agosto de ese año hicimos la Marcha de los Antifaces que fue difundida por los medios de Comunicación. En ese momento los candidatos a la Alcaldía como Gustavo Petro y David Luna nos acompañaron.



### **¿Qué fue la Marcha de los Antifaces?**

Fue una marcha que nació por nuestra indignación. Estábamos cansados de toda la cantidad de casos de corrupción que se empezaron a destapar y esa indignación nos llevó a que teníamos que manifestarnos como población civil y también nos inspiraron las manifestaciones de indignados de otros países. Fue una crítica directa a los corruptos. El antifaz representaba al ladrón. Finalmente logramos que medios de comunicación cubrieran el evento. Tanto nacionales como extranjeros.

### **Ustedes también promovieron la ‘Corzotón’. ¿En qué consistió esta iniciativa?**

La idea nació debido a las declaraciones que dio el senador Juan Manuel Corzo cuando expresó que los 16 millones de pesos que recibía como sueldo no le alcanzaban para pagar la gasolina de sus dos camionetas. A raíz de eso, tras una reunión que hicimos junto con otros amigos de Manos Limpias, salió la idea de manifestar nuestro disgusto con lo que él había dicho, entonces se nos ocurrió una cantidad de cosas. Uno tiraba un billete, el otro proponía que fuera azul porque ese es el color del partido político de Corzo. Entre todos nos pusimos de acuerdo y decidimos diseñar un billete simbólico con el que le “pagáramos” la gasolina al senador. El billete lo pusimos a comenzar en Twitter, también Facebook y después los medios de comunicación también comenzaron a registrarlo y a mostrar el billete en sus noticieros. En Twitter utilizamos la etiqueta #Corzotón e incluso se volvió *Trend Topic*. Con la Corzotón queríamos que la ciudadanía supiera lo que estaban haciendo los congresistas y también queríamos que el senador renunciara pero sabíamos que eso no iba a pasar porque él es muy cínico.

**Manos Limpias también tuvo un gran protagonismo con lo que ocurrió en torno a la Reforma a la Justicia. ¿Cómo fue su participación con este otro escándalo?**

El único movimiento organizado que participó en esta iniciativa fue Manos Limpias pero también hubo mucha participación de personas que no hacían parte del movimiento. Respecto a este tema, precisamente el académico Pedro Fontana que es un académico totalmente respetable dijo públicamente que la presión que se ejerció en torno a la Reforma fue muy importante pues si no hubiera sido por esa presión, la Reforma a la Justicia no se hubiera caído.

**¿Por qué utilizaron Twitter para promover estas iniciativas?**

Porque creemos que Twitter es una herramienta que llega directamente al usuario en tiempo real. Los medios de comunicación ahora sacan sus noticias de las redes sociales y ahora compiten con las redes. A través de Twitter podemos abordar al ciudadano directamente y que la opinión pública sea pública, realmente, ya que los medios de comunicación muchas veces no cubren todo lo que le interesa a los ciudadanos. Para nosotros es muy importante mostrarle a las personas las cosas que los medios de comunicación definitivamente no muestran. Lamentablemente Colombia es un país que no tiene memoria y nosotros necesitamos apropiarnos de las redes sociales para que seamos nosotros quienes pongamos la agenda y no los medios. Pero tampoco queremos que los temas que allí abordamos solo se queden en tendencias sino que logren resultados verdaderos.

**¿Usted cree que Twitter ha servido y sirve para ejercer control político?**

Yo creo que sí sirve, sí es una herramienta importante, pero que definitivamente lo que nosotros como ciudadanos debemos hacer es concienciarnos porque Twitter sirve como difusor pero no nos podemos quedar ahí, hay que actuar. Las acciones son por fuera de Twitter. Para generar cambios no es necesario ser presidente o senador. Simplemente ser un ciudadano.

**ENTREVISTA 3**

**Nombre del entrevistado:** Juan Camilo Dávila.

**Nombre del usuario en Twitter:** Juan Camilo Dávila.

**Nombre de la cuenta en Twitter:** @elcachaco.

**Número de seguidores:** 1.763 (Datos a marzo 28 del 2013).

**Edad:** 27 años.

**Profesión/Oficio:** Politólogo y filósofo.

**Perfil:** Líder y promotor de #SeMueveLaContrarreforma.

**¿A qué se dedica actualmente?**

Estoy trabajando como asesor de comunicaciones de la gerente del Fondo de Vigilancia y Seguridad de Bogotá.

**¿Cómo se creó la iniciativa #SeMueveLaContrarreforma?**

La idea nació a partir de un café que nos tomamos con una amiga, Katherine Juvinao, ante la incomodidad respecto al tema. Y convocamos a través de Twitter a un grupo de personas que veíamos, a través de nuestra interacción en la red, que tenían la misma

inconformidad. Los convocamos un lunes en la Javeriana. Allí llegó un grupo de gente, casi 20 personas, entre ellos Víctor Solano, el periodista; Gustavo Bolívar, el libretista, y otros ciudadanos comunes y corrientes. Finalmente terminamos conformando un grupo más operativo que cualquier otra cosa, que se llamó Constituyente Primario, para generar presión mediática al respecto. Después, en esa misma semana, convocamos a otra reunión y allí llegaron, además de los que ya habíamos asistido a la primera, Angélica Lozano, concejal de Bogotá, y unas personas que habían sido parte del M19. En esa reunión se creó la idea de comenzar a generar un fenómeno mediático. Decidimos que a una hora determinada del domingo de esa semana, precisamente una semana antes de que se conciliara el texto de la Reforma en el Congreso, entre 6 y 7 de la noche que es una hora en la que hay mucho tráfico en Twitter, hiciéramos una acción coordinada para promover inicialmente un *hashtag* y tratar de hablar con amigos periodistas para que le dieran relevancia al tema a través de esa misma red pero que también ayudaran a movilizarlo a través de los medios para los que trabajaban. Con esa acción coordinada que hicimos alrededor del *hashtag* #SeMueveLaContrarreforma, el *hashtag* se convirtió en número uno ese domingo en tan solo dos horas. Y se posicionó y quedó tres días de *hashtag* número uno en Colombia o dentro de los tres primeros, no recuerdo exactamente muy bien, pero todo el mundo estaba hablando de eso. Ya después, el lunes en la mañana medios como La W, Caracol Radio y RCN Radio empezaron a informar sobre lo que estaba pasando en Twitter. Ya no era solo un *hashtag* sino que se convirtió en un fenómeno mediático a raíz de una reunión de 20 personas que se pusieron una cita a través de Twitter para discutir el tema.

**¿Por qué escogieron Twitter para promover esta iniciativa?**

En varias de las discusiones que se dieron se planteaba cuál era la herramienta más apta para hacer esto. Gustavo Bolívar, me acuerdo bien, quería convocar a la gente a una marcha para que protestara en contra de la Reforma a la Justicia, cosa que a mí me pareció inconveniente ya que para ese entonces, en los dos meses anteriores, hubo otras marchas y en últimas nadie terminaría identificando lo que nosotros queríamos. Eso iba a resultar contraproducente. De manera que llegamos a la conclusión de que haríamos incidencia generando el ambiente primero a través de Twitter y luego a través de los medios. Utilizamos principalmente Twitter porque ese fue el núcleo del asunto. Es decir, Twitter fue el punto por el que coincidimos vincularnos a la iniciativa y a través del cual se convocó a la gente para que asistiera a la reunión de la Javeriana. Pero también porque la disposición con la que uno recibe la información en cada red es distinta y no solo uno como usuario sino también los medios de comunicación. Me explico. La gente se toma más en serio Twitter que Facebook por decirlo de alguna forma. Twitter es una red que permite una interacción mucho más abierta que Facebook y además en Twitter teníamos un potencial de alcance mucho más alto ya que entre todos los que estábamos vinculados con el tema alcanzábamos a sumar unos 120.000 seguidores. Sin embargo, a pesar de la presión que hubo en esta red, creo que no saturamos a la gente de información. Con esto me refiero a que a través de Twitter íbamos refrescando los mensajes, porque los algoritmos con los que Twitter mide los *hashtags* o los RT son a ritmo de saturación. Me explico. Cuando tú tienes un *hashtag* demasiado tiempo en los puntos más altos y a toda la gente hablando sobre este, el algoritmo concluye que eso ya no es importante sino que es ruido. Entonces lo que no queríamos era que todo lo que

tuviera que ver con la Reforma a la Justicia se volviera ruido y perdiera la visibilidad en Twitter. Por eso creo que se manejó bien.

**¿Cuándo el texto fue conciliado por el Congreso, cómo actuaron ustedes?**

Estudiamos todos los caminos jurídicos para saber qué se podía hacer al respecto. Dentro de ese proceso se empezaron a vincular entidades y grupos de ciudadanos que tenían más cercanía con la rama judicial. Por eso, antes de que se diera la conciliación, y a medida que los congresistas iban dándole trámite a la ley en el Congreso, nosotros aumentábamos la presión a través de Twitter para que repercutiera en los medios. Finalmente nosotros no creíamos que el Presidente no fuera a promulgar la ley. Por otro lado, nosotros estuvimos pendientes de todo el proceso de votación de la reforma. Tratamos de visibilizar lo que más pudimos, teniendo en cuenta que la mayoría de los proyectos de ley logran dividir las responsabilidades individuales. Con esto me refiero a que como es un acto del Congreso, se termina diciendo que todo el Congreso aprobó determinado proyecto, y las responsabilidades individuales de cada congresista no son realmente atribuibles. Entonces esa fue una de nuestras funciones. Quisimos visibilizar todo el proceso de votación y conciliación, además de ejercer presión la cual se logró y sirvió para que la reforma se cayera.

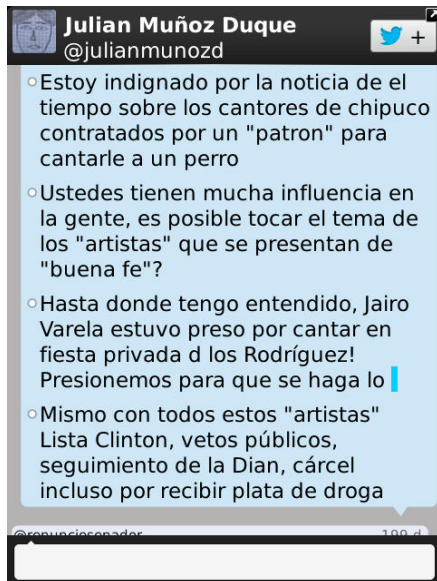
**¿Usted considera que Twitter sirve para promover el control político por parte de la ciudadanía?**

Yo creo que sí sirve pero más que por ser un fenómeno mediático, lo creo realmente porque rompe la imagen de verticalidad en las relaciones entre los poderosos y los no poderosos. Me hago entender. El gran logro de Twitter es que uno puede terminar

hablándole directamente a Juan Manuel Santos, a Caracol Radio o al alcalde Gustavo Petro, eliminando todas las barreras de acceso a ellos, entonces el ciudadano siente que está ejerciendo su control.

Ahora, puede que el presidente no termine leyendo una mención que uno le hace, pero igual uno tiene la posibilidad de hacérsela, lo que permite que se disminuya la distancia imaginada entre el ciudadano y el que tiene el poder, y en el momento en que la relación se vuelve horizontal el ciudadano piensa que sí puede hacer control. Que puede hacerle saber a sus gobernantes su desacuerdo como ciudadano.

### **DENUNCIAS CIUDADANAS DIRIGIDAS A @RENUNCIESENADOR**



**Julian Muñoz Duque**  
@julianmunozd

- ✓ Gracias por su msj julian, si compartimos con usted el hecho que algunos artistas manejen doble moral en esos temas,
- ✓ la fiesta de 'fritanga' es ejemplo de ello. Pero preferimos no meternos por ahora en esos temas,
- ✓ nosotros tratamos de denunciar y visibilizar personas que ejerzan poder político de manera corrupta abusando de la gente.
- ✓ ademas en el caso de los cantores de chipuco que le cantaron a un perro es un tema
- ✓ que la gente podría ridiculizar y desviarlo de la intención real. Un saludo

**Julian Muñoz Duque**  
@julianmunozd

que la gente podría ridiculizar y desviarlo de la intención real. Un saludo

@julianmunozd 199 d.

- Muchas gracias!  
Con que entidad podría hacer algo al respecto?
- Y no lo digo solo por esta noticia, desde mucho antes de la fiesta de "fritanga" ya lo tenía en mente pero no aguanto mas

@renunciesenador 199 d.

- ✓ La justicia es ambigua en muchos temas tendría que hacer la consulta en la fiscalia general haber si hay responsabilidad penal