

La comunicación pública a través del
"Twitter" de Javier Duarte de Ochoa,
Gobernador de Veracruz

5

La comunicación pública a través del “twitter” de Javier Duarte de Ochoa, Gobernador de Veracruz.

Patricia Andrade del Cid

Ángel Martínez Armengol

“@delegado13 lamento q este odio en lugar de dirigirlo en contra de los #hijoputas maleantes

lo dirijas hacia mi q estoy combatiéndolos”

Mensaje del *Twitter* de Javier Duarte de Ochoa, Gobernador de Veracruz

27 de julio del 2011

1.- Comunidades virtuales y representaciones sociales:

Internet representa hoy en día un singular espacio de interacción a escala global, que posee características los tradicionales medios de comunicación, con cualidades excepcionales, como la interactividad, la hipertextualidad, la multimedia y la asincronía de los límites espacio-temporales, lo que lo hace un poderoso medio de comunicación de masas.

La llamada *red de redes* trasciende cualquier análisis instrumental que obvie su impacto social y cultural; sus innovaciones tecnológicas llevan necesariamente a nuevos modelos de producción y de transformación social.

Los individuos que se manifiestan y congregan en la *Red* conforman comunidades virtuales, que representan prácticas compartidas de numerosas visiones dentro de una *cultura mediada electrónicamente*, es decir, es la *Red* el lugar en el que se comparte un conjunto de ideas, conocimientos, usos y costumbres. Esto aunado a los recursos tecnológicos que ofrece la *cibercultura*, expresan por sí mismos un ámbito de pensamiento y de producción narrativa disponible para proporcionar un sentido simbólico a distintas formas de pensar y hacer...” (Prieto, 2002). Es por eso que las comunidades virtuales representadas en las redes sociales, están construyendo *otra realidad*.

Sociológicamente, la vida social está compuesta de acciones o de conjunto de acciones que son el producto de un proceso selectivo que “se fundamenta en relaciones de sentido que el actor aprehende, descubre o crea y lleva a cabo en su vida cotidiana” (Fernback, 1999).

La construcción de sentido se traduce en una representación social; esto significa que la realidad tal y como se presenta, podría considerarse de tipo virtual, porque opera a través de símbolos que dan pauta a prácticas con una gran carga significativa, o bien, por el ejercicio comunicativo que propone una gran variedad de interpretaciones simultáneas.

J. Martín-Barbero en sus consideraciones sobre el fenómeno de la virtualidad utiliza un comentario de Serres sobre *La Odisea de Homero*:

“...el primer relato sobre un navegante virtual que cuenta el “deambular y los naufragios de un marino osado y astuto con el que su mujer se reunía en sueños, día y noche, tejiendo y destejiendo en su telar el mapa de los viajes de su marido”. ¡El amante y la amante habían dejado de estar presentes! Mientras el primero navegaba por el mar real, *la segunda soñaba en el espacio virtual de la red que iba urdiendo*. (Serres, 1995:14, en Martín-Barbero, 1997:31).

La comunidad virtual expresada en la actualidad como *redes sociales*, es pues, *un símbolo socialmente construido*. En el mundo de lo “real”, cuando se posee un modelo de la realidad, o una representación de la misma, operamos cognitivamente sobre ella, o nos imaginamos contactos con ella, sin que ella, “*la realidad*” esté presente (Andrade 2007).

De esa manera opera la realidad virtual, sólo que ésta genera un mundo que -en lo absoluto- no es real; *es un imaginario que genera una cultura propia* y un metalenguaje, reduciéndonos sólo al ahora, sin la dimensión corpórea, geográfica del “*aquí*” (Strimiska, 1999).

En la *cibercultura*, suele suceder que esas representaciones son más intensas. Esto se explica en tanto que la comunicación en la *Red* muestra características que facilitan la cercanía y el intercambio de ideas entre dos o varios usuarios (*interactividad múltiple*) imprimiendo una sensación de proximidad física, de tal manera que la conversación que se tiene es una charla eminentemente oral, -de ahí su nombre de “conversación textual” o “chats”- que se combina con, y aprovecha todas las ventajas del medio escrito (*hipertextualidad*).

Junto a la *hipertextualidad*, la movilidad que aportan los dispositivos es determinante para que el usuario establezca una relación de estrecha identidad y de vida cotidiana con la información que ofrecen (Aguado y Martínez, 2008).

2. El espacio público y los ciudadanos en red:

Desde la aparición de la prensa en el siglo XIX, los medios de comunicación establecieron otras formas de hacer y representar la vida pública, al promover nuevas relaciones del ciudadano con el Estado y sus instituciones.

El advenimiento de las democracias masivas marca el gran cambio del espacio público político, diluyendo el ámbito público y el privado a través de “lo social” (Ferry, 1995). Así pues, el denominado espacio público *mediático* orienta la extensión de la vida pública a los medios -prensa, radio, televisión y ahora a las redes sociales-, imponiendo un cambio normativo al ejercicio de la vida pública, “mediatizándola” a través de dispositivos tecnológicos, lo que genera un *público* que no está limitado al cuerpo de una región o nación y al extenderse en redes sociales, tampoco está regido por el tiempo y el espacio. Según Caletti: los llamados medios masivos son por excelencia “*arquitectos* del espacio público, y es en ese espacio donde se produce el nexo complejo entre tecnologías de comunicación y la esfera pública” (Andrade 2007, p. 17).

Por eso, su análisis representa un *observatorio* del comportamiento de la ciudadanía y la democracia, ya que permite advertir las *formas* en que el Estado e instituciones y los distintos grupos sociales, se hacen visibles - o no -, participando de la vida pública.

Y así, mientras los ciudadanos se incorporan a la vida pública a través de las redes sociales, -caracterizando con ello “*otro espacio público*” que además de no tener territorio o nación, relativiza el tiempo y el espacio-, la vida política mexicana de los últimos tiempos se desenvuelve en escenarios de desazón e incertidumbre. La ciudadanía parece ya no respetar a los políticos ni a los medios, desconfía de todo y de todos, volviéndose una “masa” sumamente crítica. A esta desazón, se suma a una severa crisis de seguridad y violencia; ante lo cual, la propia ciudadanía ha iniciado una intensa búsqueda de mecanismos alternos de información.

Las comunidades virtuales se han sumado al escenario público virtual, representando a una *masa*, sin bandera, con expresiones “punzantes”, pero -aún así- modificando la manera de construir la vida pública. Por la acción de una multitud de dispositivos interactivos y móviles, el *ciudadano mexicano* participa y se vincula directamente a la vida pública en su vida cotidiana.

En el caso del acceso a Internet, tanto el INEGI, como la Comisión Federal de Telecomunicaciones y la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) reportan que en México existen 34.9 millones de usuarios de internet.

El INEGI define el concepto de “Usuario de Internet” de la siguiente manera:

Individuo de seis o más años que en forma eventual o cotidiana, y de manera autónoma, ha accedido y realizado alguna actividad en Internet en los últimos seis meses. Las actividades pueden ser, entre otras, para realizar tareas escolares; las relacionadas con el trabajo; de comunicación, incluyendo correos electrónicos o conversaciones escritas (Chat); de capacitación, adiestramiento o formación a distancia mediante videoconferencias; de entretenimiento, como son las de bajar o jugar videojuegos o programas de computadora en la *Red*, como son los de música¹.

De acuerdo con el estudio “*Redes sociales en México y Latinoamérica 2011*”, dado a conocer en septiembre de 2011 por la Asociación Mexicana de Internet, de esos 34.9 millones de usuarios de Internet en nuestro país, el 61 por ciento hace uso de las *redes sociales*, e ingresan a éstas al menos una vez al día.

Por entidad federativa, el Estado de México, el Distrito Federal, Jalisco, Veracruz y Nuevo León, ocupan los primeros cinco lugares tanto en los porcentajes de usuarios de Internet en el país, como por el nivel de penetración en el uso de las nuevas tecnologías.

Dice el estudio:

“Entre los usos más recurrentes que el internauta mexicano le da a las Redes Sociales están los de comunicarse con amigos y/o familiares, dar seguimiento y opinión de contenidos sobre cultura deportes y entretenimiento. En una siguiente secuencia está la de mantener el seguimiento y dar opinión a noticias nacionales e internacionales. En menor medida, realizan compras de productos o servicios, atienden ofertas comerciales y la realización de actividades empresariales”².

Bajo el concepto “redes sociales” identificamos al conjunto de aplicaciones o herramientas digitales que permiten a los usuarios de Internet (desde la World Wide Web o la llamada Web 2.0) ser capaces de generar y publicar contenidos propios, compartir esos contenidos (y también de terceros), interactuar con otros usuarios y sociabilizar temas de interés común y/o compartido.

En ese sentido las redes sociales más utilizadas en México son: *Facebook*, *Youtube* y *Twitter*; seguidas por otras menores como *Hi5*, *Badoo*, *Sonico*, *Linkedin* y *MySpace*. De acuerdo con el mismo estudio, *Facebook* mantiene un 74% de atención con conexión al menos una vez al día, y el 36% ocupa entre una y tres horas a la semana; *Twitter*, con el 53% de los usuarios que se conectan al menos una vez al día, y el 48% le dedica menos de una hora; y *Youtube*, que 51% se conectan diariamente, o varias veces al día; y el 42% le dedica entre una y tres horas.

Un estudio llevado a cabo por la fundación Konrad Adenauer (2000) estimó que los ciudadanos emplean la red social como *prótesis de libertad*, es decir *para accionar políticamente* o para obtener información libre sobre todo en sociedades en las que la prensa es limitada su actuación.

La *ciberpolítica* pareciera que se rige por una sola regla, “*la ausencia de regla*”. En el foro o arena pública nadie tiene claro quién es el que participa, ni cuál es su intencionalidad de los mensajes que emite. Los habitantes de las novedosas urbes digitales y de los sitios de participación son *ciberciudadanos* que reciben información múltiple acerca de la política, responden a una multiplicidad de soportes técnicos, ya sea visuales, orales e interactivos y se movilizan en distintos ámbitos.

La combinación entre un sujeto político que evoluciona a la condición de *ciberciudadano* y “aquel que se manifiesta como incrédulo de la política, desconfiado de los políticos, y necesitado de expresión y libertades, está dando por resultado un nuevo arquetipo de participante de la política del siglo XXI” (Casas, 2011: 34).

Este arquetipo del ciudadano que se une a *la Red* presenta algunas características comunes, a continuación:

Anonimato: el “sujeto de la Red” (Lozada, 2000) se identifica con nombres que no se sabe si son ciertos o no, y con seudónimos a manera de quedar en el anonimato durante el encuentro y liberar más fácilmente su yo interno. Es como si “...estuviesen en línea para ser quienes ellos escojan, algo que no pueden hacer siempre en el mundo real”.

Enriquecimiento de la interpretación: Las conversaciones textuales (Noblia, 2000) al ser escritas y, de algún modo anónimas, *incrementan los rasgos interpretativos de quien lee el mensaje, multiplicando y saturando los sentidos en tanto lectores haya*; pero, al unirse este carácter con la condición del anonimato puede entenderse, de alguna manera, los peculiares y, a veces intensos, encuentros textuales observados.

Cultura de la “peste”. En cuanto a la naturaleza casi apasionada de los textos en-línea, la lectura de alguno de ellos revela cómo la “cultura de la peste” se hace presente y predominante, porque ella es:

“*una cultura del desencuentro, agresiva, casi una guerra urbana de la sociedad; pero ya no entre bandas perfectamente reconocibles, sino una guerra sorda, instalada en el espacio interpersonal e intergrupala. Una guerra informal que, como toda guerra, implica y genera la destrucción de la política* (Anónimo, 1991:104).

Ahora bien, ya sea creando grupos de apoyo, “clubes de pelea” o “satisfaciendo una necesidad de actuar” (Wolton, 1999:97), los ciudadanos logran a través del medio tecnológico, -tanto como lo pudieran hacer en cualquier acto comunicativo- una tentativa para *informar, provocar o inducir* a otros a responder de una manera particular (Giddens, 1976:111), lo que simula una experimentación como clase.

Siguiendo a Fernback y Thompson (1995) los ciudadanos en el entorno virtual, a pesar de ser “comunidades atomizadas” envueltas en una conversación circular, logran la conciencia de sí “...desde el punto de vista de los otros miembros del entorno social, en cuanto a un todo al que pertenecen”.

Así pues, a pesar de la máscara del anonimato o la de “cubrirse con el texto”, *resulta imposible separarse de lo social*, que ese tipo de comunicación experimenta.

La utilización que la ciudadanía ha hecho de la información política ha provocado que los gobernantes, los medios y sus extensiones en distintos dispositivos a través de las redes sociales, superen el ámbito “mediático” para convertirse en agentes participantes de negociación, ajustes y balances con sus distintos públicos. En esta investigación se busca observar las transformaciones que ha podido sufrir el Sistema de Comunicación Política por acción de la *ciberpolítica*.

3. Cómo opera el sistema de Comunicación Política:

El análisis sistémico de la Comunicación Política analiza cómo impone condiciones nuevas en los comportamientos políticos o entre las instituciones y los ciudadanos, y viceversa, entre ciudadanos e instituciones, y los trasciende. Este análisis invalida los supuestos

que suponen a la comunicación política con un valor puramente instrumental (Andrade, 1998).

La Comunicación Política se caracteriza por ser una clase o género de la Comunicación Social, en la medida que es intervenida por (E) *procesos económicos*; (C) *comunicativos* y (R) *cognitivos*. Estos procesos se interafectan entre sí, derivando en nuevos subsistemas que contienen los mismos componentes (E-C-R)

En un Sistema de Comunicación Política se observan dos series de instituciones:

E: organizaciones políticas (interafectada por *procesos económicos*)

M: medios de comunicación (y nuevas tecnologías) implicadas en el curso de la preparación de mensajes con mucha interacción "horizontal" de unas con otras (interafectada por *procesos políticos*)

Mientras en un eje "vertical" están encargadas, por separado y conjuntamente de difundir *ideas y representaciones del mundo*, (cogniciones) a los R (receptores, ciudadanos, votantes...), a través de actividades de consenso e integración (Andrade 1998). La operación del Sistema advierte que para que esas representaciones se conviertan en un recurso para la "estabilidad" (control y/o consenso), depende en gran medida, que el sistema político reconozca esas representaciones (mediaciones) y se las arregle lo mejor posible para no defraudarlas.

La base estructural del sistema opera bajo las interacciones de esas dos instituciones: la política y los medios, condicionadas por *relaciones mutuas de poder* (Andrade 1998). Esto presupone que las dos tienen una base de poder independiente en la sociedad; *poder que nace de sus relaciones respectivas con las audiencias*. En este renglón se ubican las nuevas tecnologías, cuando van obteniendo ese poder -político- al garantizar una gran audiencia para los gobernantes. El poder de las instituciones políticas es inherente a sus funciones articuladoras de intereses y movilizadoras de poder social para fines de acción política.

La base de poder independiente de las instituciones de medios de comunicación es, quizá menos obvia, pero son identificables al menos, las fuentes de poder que son de origen estructural y cognitivo. La raíz estructural del poder de los medios nace de su capacidad de *entregar al político un público* que tanto por magnitud como por composición le es inasequible por otros medios. La raíz psicológica (o cognitiva) proviene de las relaciones de *credibilidad y confianza* que las distintas organizaciones de medios han conseguido establecer con sus auditorios (Piñuel y Gaytán, 1995).

Esta (con) influencia conjunta hace posible que los medios de comunicación y sus nuevos dispositivos de información, se interpongan entre los políticos y el público e intervengan de manera importante en los procesos políticos, estableciendo marcos normativos para sus acciones.

Los medios de comunicación tradicionales –prensa, radio, televisión- reestructuran la oportunidad y el carácter de los acontecimientos, es decir de definir situaciones ante las cuales los políticos están obligados a reaccionar; de reclamar comentarios sobre temas que los propios medios hayan destacado por su importancia; introducir nuevas personalidades en el diálogo político como lo son los entrevistadores, presentadores y conductores de televisión y hasta de crear agencias de comunicación especializadas en escrutinios de opinión. Por todo ello son capaces de crear y administrar la agenda política.

Ante la necesidad de los políticos de estar “cerca” de sus votantes o ciudadanos, han decidido hacerse presentes a través de las redes sociales. Desde su lugar brindan información a la ciudadanía; esta intervención es atravesada por todos los componentes del Sistema de Comunicación Política. El presente análisis pretende indagar en los posibles cambios - o reproducción- del sistema, centrándose en la actuación del gobernante como emisor.

4. El gobierno de Javier Duarte en Veracruz:

Desde inicios del año 2011, los habitantes del estado de Veracruz vivimos las secuelas de la llamada “guerra contra el narcotráfico”. El espacio público de las redes sociales ha sido el escenario virtual de dos luchas: la del Gobierno contra los delincuentes, y la de la ciudadanía que se incorporó apresuradamente a ese espacio virtual para protegerse de sus consecuencias, ya que la barrera informativa del gobierno del estado de Veracruz, provocó un ambiente de incertidumbre y miedo, antes desconocido.

Toda la información relativa a las operaciones de seguridad y combate al crimen organizado es transmitida y tamizada, a través de la oficina de comunicación gubernamental de la administración pública estatal: la Dirección General de Comunicación Social³.

Entre mayo y agosto de 2011, a través de las redes sociales informáticas (*Twitter, Facebook* y también *YouTube*) los usuarios veracruzanos dieron a conocer una serie de hechos delictivos -algunos incluso documentados con audios y videos- y de violencia callejera. Mucha de esa información era desmentida o desestimada por las autoridades estatales. Justo antes del regreso a clases del ciclo escolar 2011-2012, una ola de rumores sobre supuestos actos contra las escuelas inundaron esos mismos espacios.

Se hablaba de acciones delictivas contra los centros escolares y se advertía que los niños no fueran enviados o bien que se les sacara de las aulas. Para abonar en el escepticismo, el gobierno estatal decidió retrasar dos días el inicio oficial de las clases, ya que se pronosticó el posible ingreso de una tormenta tropical, lo que finalmente no ocurrió.

El jueves 25 de agosto de 2011, en la zona conurbada Veracruz-Boca del Río, el pánico se apoderó de decenas de padres de familia que, advertidos boca a boca de que “algo” iba a ocurrir en las escuelas, acudieron entre las 10 y las 12 horas a por sus hijos a los planteles. En las redes sociales informáticas esto se reportaba puntualmente así como supuestos enfrentamientos entre grupos de la delincuencia, la policía y el Ejército.

El Gobierno estatal intentó tranquilizar los ánimos enviando avisos a través de los diferentes medios de comunicación locales (televisión y estaciones de radio) pero fue inútil. De estos hechos, las autoridades culparon directamente a dos usuarios de *Twitter*: Gilberto Martínez Vera y María de Jesús Bravo Pagola, encarcelándolos por el delito de terrorismo. A finales de septiembre, luego de una serie de protestas y de la intervención de diversas organizaciones civil defensoras de derechos humanos (tanto nacionales como internacionales), el gobierno estatal liberó a ambos *twitter* y creó un nuevo delito en el Código Penal de Veracruz: perturbación del orden público, que sanciona de uno a cuatro años de prisión a quien afirme falsamente hechos que puedan alterar el orden público.

A raíz de estos acontecimientos, el Gobierno de Veracruz incrementó su participación en las redes sociales (particularmente en *Facebook* y *Twitter*) abriendo esos canales de comunicación y socialización de la información gubernamental.

No está definido, ni documentado, por qué el gobierno estatal decidió incursionar en esas redes, ni tampoco se encuentra fijado por algún acuerdo o norma reglamentaria el uso de las mismas.

En opinión de la investigadora Perla Gómez, respecto del uso de *Twitter* en el gobierno federal, esta ausencia legal puede llegar a convertirse en un problema debido a qué:

“...En un Estado de derecho, la autoridad que ejerce gasto público y tiene el monopolio de la fuerza debe regirse bajo el imperio de la ley. Si la “autoridad sólo podrá hacer lo permitido en ley, ¿en dónde encuentra su fundamento el uso de *Twitter*? ¿Qué valor probatorio tendrán las aseveraciones de los funcionarios que lo utilicen? Por supuesto será fuente de información, pero al carecer de una base legal para su uso con fines oficiales, podrá generar inconsistencias y convertirse en un elemento de confusión o contradicciones si los funcionarios se van “por la libre” al momento de utilizarlo⁴.”

No obstante lo anterior, el Gobierno de Veracruz ha abierto varias cuentas “institucionales” en esa red social como son @CGCS_VERACRUZ, @SSPublica, @SP_Veracruz, @secomver, entre otras, además de cuentas de funcionarios estatales que difunden mensajes en dicha red –y se entiende que lo hacen a título institucional también, es decir, como funcionarios públicos—como son: @erikporres (secretario de Desarrollo Económico), @PerlascaLety (secretaria de Turismo y Cultura) o @ginadomc (directora de Comunicación Social y Vocera del Gobierno estatal), entre otras.

El gobernador Javier Duarte de Ochoa abrió su cuenta de *Twitter* @Javier_Duarte, el 4 de mayo de 2009⁵, cuando era candidato del PRI a la diputación federal por el distrito de Córdoba. Ya como gobernador de Veracruz, a partir de diciembre de 2010 y particularmente desde los primeros meses de 2011, Duarte de Ochoa se mostró “muy activo” en la información en ese medio, durante al menos cinco meses. Esta actuación representó un nuevo escenario de lo público en Veracruz, lo que motivó la realización de esta investigación.

Se sabe que todo mensaje de un gobernante adquiere, por esa misma naturaleza, un carácter público y trascendente para la sociedad. El funcionario público cuando habla, escribe o comunica un mensaje, lo hace en relación directa con su responsabilidad pública. A todo gobernante le interesa que su mensaje se conozca y se difunda. Esa es una de las premisas básicas de la comunicación gubernamental. De acuerdo con De Masi (2001) toda comunicación “tiene como objetivo central concitar comprensión, adhesión y apoyo a los gobernantes por parte de los gobernados. Ello influirá en el apoyo a la gestión que el gobierno esté llevando a cabo”.

Ante estos hechos, se elaboraron las siguientes preguntas de investigación:

En tanto la vida pública se construye también a través de las redes sociales, ¿qué visiones de la realidad veracruzana se expresaron en la cuenta de *Twitter* del gobernador de Veracruz durante el 2011?

Si el ejercicio de los mensajes que emite un gobernante corresponden al ámbito de lo público; ese ejercicio ¿se traducirá en una representación -distinta- de lo social?

¿El uso de los de redes sociales por los mandatarios provocará cambios en el Sistema de Comunicación Política?

¿Qué papel jugaron los medios de comunicación -locales- en circunstancias de violencia e inseguridad, ya que son ellos los únicos legitimados socialmente para reclamar el acontecimiento?

Dar respuesta a estas preguntas sitúa el objetivo general: *Descubrir y analizar las representaciones sociales de la vida pública en los mensajes que emitió a través de su twitter el gobernador Javier Duarte de Ochoa, en su primer año de gobierno, e indagar en este ejercicio las afectaciones al Sistema de Comunicación Política.*

5.- Metodología:

Los textos emitidos en la cuenta de *Twitter* del Gobernador Javier Duarte de Ochoa, y los de la ciudadanía que acudió a su cuenta, ya sea para pedir información, o para responder a sus comentarios, fueron tratados cualitativamente bajo el análisis del discurso, con técnicas del *Análisis Proposicional*.

5.1. El análisis del discurso

Después de una larga trayectoria metodológica que inicia en la lingüística y que termina en la representación de un nuevo campo interdisciplinario de indagación y aplicación científica (Gutiérrez: 2000), el análisis del discurso es producto de aportes esenciales de dos áreas: el estudio del lenguaje -que incluye a lingüística, la filosofía del lenguaje, la semiótica, la retórica y la semiología-; y el estudio de los fenómenos políticos y sociales desde la filosofía, la ciencia política y la sociología. (Gutiérrez S :2000)

Desde esta perspectiva, el análisis del discurso vincula lo ideológico a lo discursivo, lo cual permite analizar a través de él, no sólo lo que dice el emisor, sino también el contexto y la situación coyuntural en que son emitidos.

Las técnicas de análisis del discurso son abordadas por Van Dijk desde 1978 en sus “Modelos de procesamiento discursivo”. En aquel texto explica que todo discurso en su posee una estructura que debe respetar las condiciones de coherencia global. El investigador puede conocer esta coherencia mediante un estudio de *representación abstracta* de la estructura global y local del significado de un texto. La hipótesis central de Van Dijk (1978: 33-34) es que el discurso se forma de *macroestructuras*, las cuales son proposiciones subyacentes que representan el *tema* o “tópico” de un texto -*macroestructura* semántica- y constituye un elemento importante de conexión del texto. Una de las formas para *aprehender* el sentido global del texto consiste en identificar los *temas* o *tópicos* que aparecen en el discurso, mismo que se hace explícito a partir determinada estructura semántica. Los temas o *macroestructuras* son una propiedad del *significado* o del contenido de un texto, que son definidas como *proposiciones*. En la *dimensión referencial* -la que se ocupa del “objeto de referencia”, o de

lo que se habla en el discurso-, las proposiciones son también unidades semánticas. Se necesitan al menos dos conceptos, es decir un predicado y uno o más argumentos que puedan denotar cosas, personas o sucesos. Estos conceptos definen la semántica del discurso en general y la naturaleza de las *macroestructuras* en particular.

Para llegar a captar lo esencial de las *macroestructuras* o temas del discurso se utilizan reglas mentales que se fundamentan en la capacidad lingüística con la que enlazamos significados y lo reducimos a lo esencial (Ibidem: 58). Una de ellas es la *categorización*⁶ de contenidos. Basado en lo anterior, la construcción de los temas de los textos revisados, siguió el siguiente procedimiento:

| TEXTO o DISCURSO emitido en el <i>twitter</i> | SUBTEMA <i>Proposición</i> | ASUNTO DEL TEXTO <i>Macroestructura de significado</i> |
|---|--|--|
| <i>Lamento profundamente los momentos de angustia q pueden propiciar estos operativos pero esta es la única manera de garantizar el orden</i> | Operativos de seguridad para garantizar el orden | <i>Seguridad Pública (para garantizar el orden.)</i> |

La primera columna es el texto emitido en “Twitter”, la segunda columna resume la proposición, es decir “*de lo que se habla*” en el texto, con sujeto: *Operativos*, y predicado: *garantizan el orden*; la tercera sintetiza la *macroestructura* o **tema** del texto: *Seguridad Pública (para garantizar el orden)*.

El análisis proposicional no sólo se ocupa del análisis de las expresiones del sujeto que designa referentes, sino también de **las expresiones de predicado que designan propiedades o relaciones entre ellos**. En la mayor parte de los casos, se centra en el análisis de los atributos asignados a esa referencia, entendiendo por referencia las formas de expresión y representación relativas a un acontecer. Los atributos pueden significar una propiedad, como la cualidad que la cosa tiene, por ejemplo la cualidad de “ser blanco”, de modo que hay cosas que tiene esta cualidad, entre cualidades.

Las propiedades atribuidas a los referentes pueden ser objeto de una clasificación previa por parte del analista de acuerdo a las hipótesis de la investigación, o establecerse catego-

rías derivadas de las expresadas en el discurso. En este caso, surgieron del discurso analizado.

En este trabajo nos proponemos analizar los mensajes que emitió en su cuenta de *Twitter* del Gobernador Javier Duarte de Ochoa: los temas que él emite, significarán el *referente de la vida pública en Veracruz*, porque cuando un funcionario público habla, escribe o comunica un mensaje, lo hace en relación directa con su responsabilidad pública.

Además hacemos el análisis del discurso de los mensajes que el Gobernante emitió como respuesta a las preocupaciones o asuntos de la ciudadanía (reply). Lo que se intenta analizar en esos discursos -mediante la ayuda del Análisis Proposicional-, son las actitudes o rasgos del gobernante en tanto personaje público. Las actitudes de los gobernantes fueron clasificadas por Porter y Rogers (Serrano: 1986, p. 377) en su intento de influencia a la ciudadanía como: *Autocrática (exigencia de obediencia)*; *Paternalista exigencia de obediencia y amor*, *Maniobrera, juego de intimidación y seducción*.

Este análisis dará por resultado el referente en la Comunicación Política en ese medio, durante ese período de análisis. El análisis de esos resultados nos ofrecerán información para descubrir comportamientos políticos, porque los referentes son la expresión de las "ideas y representaciones del mundo" (cogniciones) tanto de emisores como receptores. Y, como se anotaba páginas arriba, para que esas representaciones se conviertan en un recurso de estabilidad o consenso, el sistema político debe reconocerlas y hacer lo posible para no defraudarlas.

5.2 Descripción de la estrategia metodológica:

a).- Se "grabaron" los *twitts* o mensajes emitidos por el gobernador JDO desde el 7 de marzo del 2011, - fecha en que emite al menos dos comentarios en el *twitter* por día-, y hasta el 5 de octubre del mismo año, fecha en que suspende su utilización, para retomarla nuevamente en diciembre del 2011. Este universo está representado por 118 mensajes.

b).- Se grabaron también 50 respuestas *replies* o *mentions* que el Gobernador hizo ante preguntas o comentarios de la ciudadanía, a veces en respuesta a los suyos, a veces por propia iniciativa ¿ Integrado a las respuestas aparecen también las preguntas o comentarios de la ciudadanía

c).- Se aplicó el análisis proposicional a 112 discursos emitidos por el Gobernador, construyendo proposiciones (de lo que se habla) para después generar los temas que trató como

figura pública. Los resultados de este análisis -en temas-, expresarán el referente de la comunicación pública.

d).- En tanto las respuestas que emitía el Gobernador, y algunos de sus "seguidores", fueron expresiones con cargas valorativas, se utilizó un libro de códigos para clasificarlas:

Libro de códigos:

Punzante: Cuando (la ciudadanía C, o el gobernador G) pregunta o comenta algún tema con groserías, palabras altisonantes o altanería.

Positiva: Cuando (la Ciudadanía o el Gobernador) le pide (u otorga) razones explicaciones o toma de decisiones, para beneficio de la ciudadanía.

Negativa: Cuando o el gobernador o la ciudadanía, no (se) dan la razón.

e).- Para determinar la referencia es decir, las formas de expresión y representación relativas a un acontecer, se utilizaron estrategias del análisis proposicional para revelar los temas de la vida pública en el Twitter del gobernador. Para analizar los atributos del discurso del gobernante (propiedades y relaciones), se analizaron los discursos de los "replies", es decir de las respuestas que el Gobernador transmitió a la ciudadanía; este análisis permitirá obtener acciones, es decir, actitudes y comportamientos de la vida pública en Veracruz.

6. Resultados:

Los acontecimientos ante los cuáles el Gobernador emitió mensajes a la ciudadanía a través del "Twitter" se enlistan a continuación en tanto número de apariciones, de mayor a menor:

Operativos de seguridad y combate a la delincuencia. Rumores por "Twitteros". *Twitteros* liberados. 35 cadáveres en el Puerto de Veracruz.

Huracán Harvey

Huracán Arlene

Huracán Nate

Cumbre Tajín

Sismo en Actopan

En menor cantidad, se refirió a acontecimientos como “El Congreso del Agua”, el “Plan Veracruzano de Desarrollo”, “Recortes presupuestales”, Programa “Adelante”, los equipos de beisbol y futbol de Veracruz (El Águila y Tiburones, respectivamente).

De tal manera que los temas que trató en ese período fueron tratados bajo el Análisis del Discurso sumando los 13 que se enlistan a continuación:

6.1 Temas de la vida pública:

El análisis aplicado a los textos resultó en el siguiente cuadro, donde se analizan 106 mensajes, porque de los 118 mensajes analizados, 12 no fueron clasificados por tema.

| TEMAS | No. de veces que aparece el tema | FORMA DE EXPRESIÓN DEL REPLY | | | Total |
|--|----------------------------------|------------------------------|--------------------|---------------|-------|
| | | A Punzan -te | B Nega- tiva | C Positiva | |
| 1.Seguridad pública | 53 | 6 | 19 | 18 | 96 |
| 1.Servicios públicos | 1 | - | - | - | 1 |
| 1.Economía | 2 | - | - | 4 | 6 |
| 1.Salud | 2 | - | - | - | 2 |
| 1.Protección civil | 29 | - | - | - | 29 |
| 1.Desarrollo social (familia/ Adelante) | 5 | - | - | 1 | 6 |
| 1.Laguna Verde | 2 | - | - | - | 2 |
| 1.Turismo | 4 | - | - | - | 4 |
| 1.Conmemoraciones | 2 | - | - | - | 2 |
| 1.Migración | 1 | - | - | - | 1 |
| 1.Educación | 2 | - | - | - | 2 |
| 1.‘Frasas de personajes ilustres’ | 1 | - | - | - | 1 |
| 1.Deporte | 2 | - | - | 2 | 4 |
| Totales | 106 | 6 | 19 | 25 | 156 |

(de los 118 mensajes analizados, 12 no fueron clasificados por tema)

6.2. Referentes y acciones de la vida pública:

Las respuestas que el gobernante emitió a la ciudadanía son atributos o acciones (del personaje) en (su) la vida pública.⁷

La tabla siguiente describe en su primera columna *El Acontecimiento*, es decir lo que la ciudadanía supo o supuso de los acontecimientos,- se registra el link de la prensa en el caso de haber existido-; la segunda columna son los mensajes que la ciudadanía emitió al gobernante y las respuestas de éste (en negritas y cursivas) a la ciudadanía; la tercera columna son los *Atributos* del discurso, es decir “el objeto de la referencia” y la cuarta son los *Rasgos o Actitudes* del gobernante, lo cuál implica las acciones y comportamientos políticos.

Hallazgos:

De los 118 mensajes que el Gobernador Javier Duarte de Ochoa emitió en el período de análisis, fueron 53 sobre Seguridad Pública y 29 de Protección Civil.

La ciudadanía participa o pregunta casi exclusivamente en el tema de Seguridad, en 43 preguntas de los 50 *replies*.

Aunque el gobernador ofrece respuestas e información a los que se la solicitan, (50) la mitad de las ocasiones (25), niega los acontecimientos, que en algunos casos, fueron registrados por los medios de comunicación.

Como personaje público, Javier Duarte de Ochoa asume distintos roles: valiente, protector, cooperante, pero niega constantemente los hechos, lo que resulta en una actitud Autocrática.

De los cincuenta (50) *replies* analizados, 28 son expresiones de actitud *Autocrática*, es decir exige *obediencia porque es un guerrero, que actúa con valentía y firmeza*.

De los 50 *replies* analizados 19 son con actitud “*Maniobrero*” es decir, emite discursos *que promueven la confianza, en un juego de la intimidación y seducción* (op.cit. Serrano 1986).

Cuatro de esos *replies* son “*Punzantes*”, que según el libro de códigos son expresiones altisonantes, o con groserías, lo cuál, al menos, significaría que el gobernante deja de ser un ente público para convertirse en persona, es decir abandona el ámbito de lo público para incursionar en el privado.

7. Discusión:

El año 2011 fue un año difícil para la ciudadanía y para las instituciones públicas en el estado de Veracruz. Ante la censura de la información por efecto del Programa “Veracruz Seguro”, y también por las amenazas a periodistas y sus empresas, los medios locales disminuyeron su capacidad de informar por lo que la *ciberciudadanía* se hizo presente en el espacio público y acudió a informarse directamente con el mandatario a través de su cuenta de *twitter*.

La Seguridad Pública fue el tema que cubrió el “Twitter” del Gobernador del estado: 53 de 106 mensajes emitidos por él tocaron ese tema. Esa medición cuantitativa tiene que incluir la reflexión siguiente: de los 106 mensajes emitidos, 26 fueron en torno a desastres naturales en los que el mandatario podía y tenía que ejercer el papel de *protector* de la población ante circunstancias “naturales”.

En los mensajes de respuesta o “*replies*”, el gobernante negó los hechos, en más de la mitad de los mensajes emitidos, lo que deviene en acciones y comportamiento *Autocráticos*, mismos que representan al comportamiento político en el estado de Veracruz, gobernado desde hace más 80 años, por el partido al que pertenece Javier Duarte de Ochoa, el PRI.

Las expresiones del mandatario veracruzano a través del Twitter, no modificaron el sistema de comunicación política, ya que éste sistema expresará el comportamiento político.

Los más de 80 años de gobierno de un solo partido han sostenido una cultura política en Veracruz, en la que operan relaciones *clientelares* que emanan de esa raíz autoritaria, misma que reclama obediencia y respeto hacia los mandatarios (Andrade 2010): la población quiere y demanda un Estado benefactor, un gobernante protector, un personaje que “resuelva sus problemas”. En la Comunicación Política, los valores emergen como enunciados valorativos que alientan o desalientan determinados comportamientos por “los que vale la pena luchar”. El mandatario veracruzano expresó a través de su “Twitter” su “lucha contra los delincuentes”, con lo cual estuvo en pertinencia con el arquetipo de gobernante que el grupo social demanda.

Los argumentos que emitió en los 50 *replies* grabados del gobernador Duarte a través de su Twitter son de suma importancia para la ciencia política, ya que los valores morales (*luchar, actuar, los muertos son malos*), son importancia estratégica para los procesos de institucionalización y control social, porque cuando el sistema político ve su estabilidad en peligro impone restricciones cada vez mayores a los valores – y opiniones- personales (Andrade, 1998) .

Es probable que negar el acontecimiento obedeció a una estrategia planeada de control social. Además, el *Análisis del Discurso* ha reconocido que un texto no es nada si se le desvincula de las representaciones cognitivas, mismas que no solamente han contribuido a producirlo sino que le proporcionan la posibilidad misma de ser reconocido como texto.

Las actitudes del mandatario, aunadas a la represión que fueron víctimas los “*twitteros*” comprueba el estatus autoritario con que opera el sistema político en Veracruz,

No obstante, es posible que la publicación en diarios nacionales y las emisiones de la televisión por cable, en donde se informaba de los acontecimientos, haya producido una mayor incertidumbre en la ciudadanía que participaba del “Twitter”, ante las negaciones del mandatario. Pero esto no necesariamente correspondería a la mayoría de la población, ya que los diarios locales, las televisoras y la mayor parte de las radiodifusoras estuvieron participando de la versión -y visión- oficial del acontecimiento. A juicio de Castells (2001), la

capacidad educativa y cultural del uso de las nuevas tecnologías estará asociada a la a las diferencias de origen económico, familiar, educativo, cultural, regional, con lo cuál la participación de la ciudadanía veracruzana en el espacio público y por ello en la construcción de la democracia, tiene todavía un tramo difícil de recorrer.

Si bien los medios de comunicación -locales- están legitimados para reclamar el acontecimiento ante lo social, en momentos de incertidumbre se mantuvieron al margen, bien por objeto de la represión, o por estar “de acuerdo” con los discursos o actitudes del Gobierno. Ante esta situación, el mandatario veracruzano intentó reclamar la oportunidad de los acontecimientos a través de su “Twitter” pero, quizá ante las respuestas “punzantes” de la población, o la posibilidad de “perder” su rol de personaje público para convertirse en “persona” (o más específicamente en un usuario más de Twitter, en relación horizontal con otros usuarios como él), cambio que produciría el uso personal y cotidiano del dispositivo móvil, o incluso, – es posible suponerlo- ante una exigencia de la seguridad nacional, dejó de utilizar su *Twitter* el 5 de octubre del 2011, recuperándolo hasta mediados de diciembre del mismo año, pero de una manera eventual y menos “punzante”.

Y también es probable que la participación circular, hipertextual, e intensa de la *ciber-ciudadanía*, haya provocado que el Estado operara su aparato represor al encarcelar por un período corto a dos ciudadanos. El tema trascendió en lo internacional, por lo que suponemos, los “*twitteros*” fueron liberados, logrando recuperar así, su estatus de benefactor y protector ante “los malos”, “los rumores” y “el miedo” que la ciudadanía es capaz de provocar.

Las representaciones sociales como el miedo, el odio, la inseguridad, el gobernante, protector y valiente; así como las cosas y las personas, forman parte de la realidad social. De que esas representaciones se conviertan en un recurso para la “estabilidad” a través del control y/o del consenso, depende en gran medida, que el sistema político reconozca esas representaciones (mediaciones) y se las arregle lo mejor posible para no defraudarlas (Andrade 1998).

El uso de *Twitter* por el mandatario veracruzano operó en ese sentido, porque es sabido que cuando el sistema no es capaz de actuar sobre los recursos y sobre su distribución, - es decir falla la economía y la seguridad pública-, la política puede idear recursos de otra naturaleza: la emisión de productos simbólicos (o representaciones). Los discursos de JDO obedecieron a una estrategia de comunicación política, que deja de manifiesto en este análisis las estrategias de control social que prevalecen en el estado de Veracruz.

Xalapa, Veracruz., febrero 2012

Bibliografía:

Andrade, P. (1998): “Perspectivas para el análisis de la Comunicación Política”. En Revista Razón y Palabra No. 12. <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n12/index.html>

Andrade, P. (2007). “Relatos del periodismo veracruzano. El presente en la noticia”. Instituto Electoral Veracruzano. Veracruz, México.

Andrade, P. (2009). “La democracia en el espacio público mediático”. En Revista Global Media Journal. México. Pp. 91-100.

Andrade, P., y Trejo A., (2011). “Análisis de la prensa como referente del comportamiento electoral”. En Revista “OBS” Journal. Volumen 5 No. 1. Pp. 267-284.

Aguado, J.M., y Martínez, I.J. (2008). “La cuarta pantalla: industrias culturales y contenido móvil”, en Aguado, J.M. y Martínez, I.J. (coords.), Sociedad móvil: Tecnología, identidad y cultura. Biblioteca Nueva. Madrid.

Bardin, L (1986) : *El análisis de contenido*, Madrid, Akal.

Casas P., M. de la Luz (2011) “Medios de comunicación y procesos de intermediación política” en Pareja N., y Molina S., (coords.). Comunicación Política. Retos y Desafíos ante el proceso globalizador. Zamora, España.

Castells Manuel (1998). “La sociedad red”, en La Era de la información. Economía, Sociedad y Cultura Vol. I Editorial Alianza. Madrid, España.

De Masi, O. (Comp.) (2001). *Comunicación gubernamental*. Argentina: Paidós.

Fernback, J. and Thompson, B. (1995): “Virtual communities: abort, retry, failure?” Unpublished paper. Available online: <http://www.well.com/user/hlr/texts/VCcivil>

Fernback, J. (1999): “There Is a There There: Notes Toward a Definition of Cybercommunity” pp. 203-220, en JONES, Steve (Editor) Doing Internet Research. Critical Issues and Methods for Examining the Net. California: Sage.

Ferry, J. M. Wolton Dominique y otros (1995) *El nuevo espacio público*. Barcelona, Gedisa.

Giddens, Anthony (1999). “Un mundo desbocado”. Ediciones Santillana. Madrid, España.

Giménez G. (1989): “Poder, estado y discurso. Perspectivas sociológicas y semiológicas del discurso político-jurídico”. México. UNAM.

Konrad Adenauer Stiftung (2006) “Ciber política. El uso de internet durante las campañas latinoamericanas presidenciales del 2006”. Documento electrónico disponible en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/publicado/Cibrepolitica.pdf>

Lozada M (2000). Política en red y democracia virtual. La cuestión de lo público. Disponible en <http://www.globalcult.org.ve/pub/Clacso2/lozada.pdf>

Gutiérrez, S. (2000) “El discurso político. Reflexiones teórico-metodológicas” en Revista Versión 10. Comunicación y Política. UAM. México.

Martín Barbero J, y Silva A. (1997) “Proyectar la Comunicación”. Tercer Mundo. Bogotá, Colombia.

Martín Serrano, M. (1986): “La producción social de comunicación”. Madrid, Alianza Universal.

Noblia, M. (2009). “Modalidad, evaluación e identidad en el chat”. Revista Discurso y Sociedad, Vol. 3. P. 738-768

Prieto, Aza Ana (2002). “Impactos de la cibercultura” en: http://javeriana.edu.co/facultades/c.sociales/facultad/sociales_virtual/trabajoo3.html

Piñuel Raigada, J.L. y Gaytán Moya, J.A (1995): *Metodología General. Conocimiento Científico e Investigación en la Comunicación Social*. Madrid, Síntesis.

Strimska, Z (1989): “Teorías de la acción y status de los actores (Proyecto de análisis)” pp. 341-411, en BRICEÑO-LEON, Roberto (Comp.) Las ciencias de lo humano. Caracas: Acta Científica Venezolana.

Van Dijk, T. A., & Kintsch, W. (1983). “Strategies of discourscomprehension”. New York: Academic Press.

¹Fuente: <http://www.inegi.org.mx/sistemas/sisept/glosario/default.aspx?t=tin239&e=00&i=>

²Consultado en <http://www.amipci.org.mx/temp/AMIPCI-ComunicadoEstudioRedesSociales-09202011-VF%282%29-0443207001316544678OB.pdf>

³Su site web puede consultarse en: www.comsocialver.gob.mx

⁴Gómez, Perla. El gobierno mexicano y Twitter. En Revista Mexicana de la Comunicación No. 126, en el site web: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/06/01/el-gobierno-mexicano-y-twitter/#axzz1gI962BJW>

⁵Al 10 de diciembre de 2011, la cuenta @Javier_Duarte había enviado 1072 tweets, seguía a 3731 usuarios y es seguido por 61116 usuarios de Twitter, además de figurar en 763 listas.

⁶Categoría: unidad lingüística que “le pone nombre” a un contenido.

⁷Sobre las actitudes de los personajes públicos, M. Martín Serrano cita a Porter y Rogers, en la página 377 de “La Producción Social de Comunicación”: Intento de influencia: Autocrática (cuando son guerreros, valientes , exigencia de obediencia: Paternalista (benefactor) , exigencia de obediencia y amor. Maniobrera (confianza, modernidad, democracia), juego de intimidación y seducción