

Representaciones de lo público: la comunicación política a través del Twitter de Javier Duarte de Ochoa, Gobernador de Veracruz

PATRICIA ANDRADE DEL CID*
ÁNGEL MARTÍNEZ ARMENGOL**

RESUMEN

El espacio público que se ha abierto con las redes sociales informáticas está provocando cambios en el Sistema de Comunicación Política por la acción de la ciberpolítica, que implica una nueva forma de relación entre los gobernantes y los ciudadanos usuarios de la Internet. El artículo analiza los textos emitidos en la cuenta de Twitter del Gobernador de Veracruz (un total de 118 mensajes), durante 2011, en un entorno en el que las representaciones sociales sobre la violencia e inseguridad estaban altamente crispadas y capturadas por versiones contradictorias.

Palabras clave: Internet, Twitter, Sistema de Comunicación Política, representaciones sociales, violencia, inseguridad.

ABSTRACT

The public space that has been opened with social networking computing is causing changes in the Political Communication System for cyberpolitics action, which involves a new relationship between government and citizens using the Internet. The article analyzes the texts issued in the Twitter account of the Governor of Veracruz (a total of 118 posts), in 2011, in an environment in which social representations of violence and insecurity were clenched and captured by highly conflicting.

Key words: Internet, Twitter, Political Communication System, Social Representations, Violence, Insecurity.

* Doctora en ciencias de la información por la Universidad Complutense de Madrid. Correo electrónico: patiandrade59@hotmail.com

** Maestro en administración pública, por el Instituto de Administración Pública de Veracruz. Ambos realizan sus labores de investigación en la Universidad Veracruzana. Correo electrónico: angelmartinezarmengol@gmail.com

@delegado13 lamento q este odio en lugar de dirigirlo en contra
de los #bijoputas maleantes lo dirijas hacia mí q estoy combatiéndolos
Tuit de Javier Duarte de Ochoa, Gobernador de Veracruz
27 de julio del 2011

COMUNIDADES VIRTUALES Y REPRESENTACIONES SOCIALES

Internet y sus múltiples dispositivos tecnológicos son un singular espacio de interacción a escala global, que posee características de todos los medios, 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. Por eso estas nuevas tecnologías están promoviendo otras formas de representar la vida pública al intervenir en el modo en que el ciudadano se relaciona con el Estado y sus instituciones. Los individuos que se manifiestan y congregan en la *Red* conforman comunidades virtuales y 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).

Sociológicamente, la vida social está compuesta de acciones o de un conjunto de éstas 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 mediante 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 un símbolo socialmente construido Y 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” (Strimska, 1999). Por las características que facilitan la cercanía y el intercambio de ideas entre dos o varios usuarios (*interactividad múltiple*), imprimiendo una sensación de proximidad física, que aprovecha además, todas las ventajas del medio escrito (*hipertextualidad*), es que se explica que las emisiones de productos simbólicos —o representaciones— sean más intensas. Además, 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).

EL ESPACIO PÚBLICO MEDIÁTICO EN MÉXICO

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 mediante “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 informáticas o simplemente redes sociales—, imponiendo un cambio normativo al ejercicio de la vida pública, “mediatizándola” por medio 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.

Y mientras que los ciudadanos nos incorporamos acuciosamente 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.

En México, los partidos políticos atraviesan una gran crisis de representación del electorado, y éste parece abandonar cualquier forma de participación y articulación social. La exigencia ciudadana para que sus representantes políticos les rindan cuentas ha crecido consistentemente, y una de las entidades que hicieron eco y propiciaron este proceso fueron los medios electrónicos y la prensa escrita. Sin embargo, a pesar de la confianza que los grupos sociales habían depositado en los impresos y electrónicos, éstos han dedicado parte importante de su espacio a emitir juicios sumarios sobre fenómenos políticos, que lejos de representar los intereses de la opinión pública, se enarbolaron en defensa de sus propios intereses.

Como consecuencia, 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 una severa crisis de seguridad y violencia; ante lo cual, la propia ciudadanía ha iniciado una intensa búsqueda de mecanismos alternos de información no sólo para dejar sentir sus opiniones, sino también para protegerse. Las comunidades virtuales se han sumado al escenario público virtual, representando a una masa sin bandera, con expresiones “punzantes” y modificando, de alguna manera, la construcción de la vida pública.

LOS CIUDADANOS EN LÍNEA

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 Instituto Nacional de Estadística y Geografía (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 concepto de “usuario de internet” es definido por el INEGI 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 música.¹

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% hace uso de las llamadas 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.²

Bajo el concepto redes sociales identificamos al conjunto de aplicaciones o herramientas digitales que permiten a los usuarios de internet 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.

¹ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) <http://www.inegi.org.mx/sistemas/sisept/glosario/default.aspx?t=inf239&e=00&i=> Consultado el 16 de septiembre de 2012.

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

Las redes sociales más utilizadas en México son: Facebook, Youtube y Twitter;³ seguidas por otras menores como Hi5, Badoo, Sonico, LinkedIn y MySpace. 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.⁴ Los habitantes de las novedosas urbes digitales y de los sitios de participación son *ciberciudadanos* que reciben información múltiple acerca de temas variados, responden a una multiplicidad de soportes técnicos, 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:

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.

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.

³ Red social de tipo *microblogging*, que permite el envío de mensajes de texto de hasta 140 caracteres llamados *tweets* (o tuits) que pueden incluir enlaces a sitios web, fotografías, videos y demás material multimedia. Por norma general todos los *tweets* son públicos (es decir, pueden ser vistos desde la web se tenga cuenta o no en la red social), salvo que el usuario decida publicarlos privadamente para que sólo sean vistos por “seguidores” que él acepte.

⁴ www.amipci.org.mx/temp/AMIPCI-ComunicadoEstudioRedesSociales-09202011-VF%282%29-0443207001316544678OB.pdf

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”, (anónimo en la *Red*).

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.

La utilización que la ciudadanía ha hecho de la información política ha provocado que los gobernantes, los medios y sus extensiones en distintos dispositivos mediante 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 la acción de la *ciberpolítica*.

CÓMO OPERA EL SISTEMA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

El análisis sistémico de la comunicación política analiza cómo se imponen 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 le atribuyen a la comunicación política 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), mediante 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 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.

El poder de las instituciones políticas es inherente a sus funciones articuladoras de intereses y movilizadoras en lo 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 de origen estructural y cognitivo. La raíz estructural del poder de los medios surge 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). En este renglón se ubican las nuevas tecnologías: garantizando una gran audiencia para los gobernantes, y así obtener poder independiente del poder político. Hasta ahora, los medios de comunicación tradicionales —prensa, radio, televisión— han estado legitimados para reestructurar la oportunidad y el carácter de los acontecimientos, es decir para definir situaciones ante las cuales los políticos están obligados a reaccionar. Pero, ante el creciente uso de las redes sociales en internet, los políticos, para estar “cerca” de sus votantes o ciudadanos, han decidido también hacer-

se presentes mediante aquellas y brindan información, interactúan, participan y se hacen visibles; 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 en el sistema.

EL GOBIERNO DE JAVIER DUARTE EN VERACRUZ

Desde los primeros meses del año 2011, los habitantes del estado de Veracruz hemos vivido el recrudecimiento 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 para protegerse de sus consecuencias, abrir un nuevo canal de información y enviar alertas o avisos de situaciones de riesgo.

Durante el primer año de gobierno de Javier Duarte de Ochoa, fueron asesinados dos periodistas locales y más de cuatro han desaparecido. Los medios locales (prensa, radio y televisoras) han sido víctimas de esa crisis de violencia e inseguridad, sufriendo la presión tanto de las autoridades por “ocultar” o minimizar la información, como la de los delincuentes en su lucha por el territorio.

Las autoridades de Veracruz, pero también las del ámbito federal —fundamentalmente el Ejército y la Marina—, omiten dar a conocer datos específicos y continuos sobre los operativos de seguridad que realizan en los municipios del estado. Entre mayo y agosto de 2011, por medio de redes sociales como Twitter, Facebook y Youtube, sus usuarios dieron a conocer una serie de hechos delictivos 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 centros escolares y se advertía que los niños no fueran enviados o bien que se les sacara de las aulas. 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 por sus hijos a los planteles.

En las redes sociales esto se reportaba puntualmente así como supuestos enfrentamientos entre grupos delictivos, la policía y el Ejército.

El gobierno estatal intentó tranquilizar los ánimos enviando avisos mediante los diferentes medios de comunicación tradicionales (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 civiles defensoras de derechos humanos (tanto nacionales como internacionales), el gobierno estatal liberó a ambos tuiteros pero 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. No obstante, el gobierno de Veracruz ha abierto varias cuentas “institucionales” en esa red social como son @gobiernover, @CGCS_VERACRUZ, @SSPublica, @SP_Veracruz, @secomver, @C4Xalapa, 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 2009,⁵ cuando era candidato del PRI a la diputación federal por el distrito de Córdoba.

⁵ Al 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. La cuenta oficial de Twitter del gobernador Duarte es pública y sus tuits pueden ser vistos por cualquier usuario de la web, con o sin cuenta en dicha red social.

Ya como gobernador de Veracruz, a partir de diciembre de 2010 y particularmente desde los primeros meses de 2011, se mostró “muy activo” escribiendo mensajes o tuits sobre sus actividades, comentando hechos diversos y respondiendo cuestionamientos de otros usuarios del Twitter que lo replicaban o mencionaban. Esta actuación representó un nuevo escenario de lo público en Veracruz, lo que motivó la realización de esta investigación. 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. Para orientar el desarrollo de la investigación se elaboraron las siguientes preguntas:

- En tanto la vida pública se construye también mediante las redes sociales, ¿qué visiones de la realidad veracruzana se expresaron en el Twitter del mandatario veracruzano 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 las redes sociales por parte de los gobernantes provoca 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: describir y analizar las representaciones sociales de la vida pública en los mensajes que emitió por medio 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.

METODOLOGÍA

Los textos emitidos en el 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 bajo el análisis del discurso, con técnicas del análisis proposicional.

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, 2000). Desde esta perspectiva, el análisis del discurso vincula lo ideológico a lo discursivo, lo cual permite analizar mediante éste, 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 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.

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 de 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 (Gutiérrez: 2000: 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:

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

Tabla I

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

La primera columna es el texto íntegro emitido en Twitter, la segunda columna resume la proposición, es decir *de lo que se habla* en el texto, con un “sujeto”: *Operativos*; y “predicado”: *garantizar 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*. 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.

El análisis que se presenta en esta investigación consta de dos fases: la primera muestra el análisis de los temas que el gobernador emitió en su Twitter, los cuáles 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.

En la segunda parte de los resultados, se realizó el análisis del discurso a las respuestas que el gobernante realizó ante las preocupaciones o asuntos de la ciudadanía (*replies*). Lo que se intenta analizar en esos discursos —mediante la ayuda del análisis proposicional—, son las actitudes o rasgos del gobernante en tanto *persona-jefe público*. Las actitudes de los gobernantes fueron clasificadas por Porter y Rogers (Serrano, 1986: 377) en su intento de influencia a la

ciudadanía como: autocrática (exigencia de obediencia); paternalista (exigencia de obediencia y amor), maniobrero (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.

Descripción de la estrategia metodológica

a) Se “grabaron” los tuits o mensajes emitidos por el gobernador Javier Duarte desde el 7 de marzo del 2011, fecha en que emite dos comentarios por día, 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 tuits o mensajes.

b) Se grabaron también 50 respuestas (*replies* o *mentions*) que el gobernador hizo ante preguntas o comentarios de otros usuarios de Twitter, a veces en respuesta a los suyos, a veces por iniciativa propia. 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 conocer los temas 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.

RESULTADOS

Los eventos ante los cuales el gobernador emitió mensajes a la ciudadanía por medio de Twitter se enlistan a continuación, en tanto número de apariciones, de mayor a menor:

1. Operativos de seguridad y combate a la delincuencia. Rumores por “tuiteros”. Tuiteros liberados. 35 cadáveres en el Puerto de Veracruz.
2. Huracán Harvey
3. Huracán Arlene
4. Huracán Nate
5. Cumbre Tajín
6. 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:

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.

Tabla 2
Temas de la vida pública

TEMAS	VECES QUE APARECE	FORMA DE EXPRESIÓN DEL REPLY			TOTAL
		A PUNZAN- TE	B NEGA TIVA	C POSITIVA	
Seguridad pública	53	6	19	18	96
Servicios públicos	1				1
Economía	2			4	6
Salud	2				2
Protección civil	29			1	29
Desarrollo social (familia/ Adelante)	5				6
Laguna Verde	2				2
Turismo	4				4
Conmemoraciones	2				2
Migración	1				1
Educación	2				2
‘Frases de personajes ilustres’	1				1
Deporte	2			2	4
Totales	106	6	19	25	15

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.

La tabla de análisis describe en su primera columna el *acontecimiento*, es decir lo que la ciudadanía supo o supuso de los acontecimientos, —se registra el *link* o liga de la prensa, en el caso de haber existido—; la segunda columna muestra los mensajes que la ciudadanía emitió al gobernante y las respuestas de éste (en negritas y cursivas); la tercera columna expone los *atributos* del discurso, es decir *el objeto de la referencia*, y la cuarta son los *rasgos* o *actitudes* del gobernante, lo cual implica las acciones y comportamientos políticos.

Tabla 3
Ejemplo de los 50 textos analizados

Acontecimiento (y su “link” en el caso de haber existido)	Ciudadanía en el Twitter Respuesta (reply) de Javier Duarte de Ochoa	Referente	Atributo	Rasgos (actitudes)
21-may-11 SEGURIDAD PÚBLICA	Twitter privado @samuelfg Cual es tu propues- ta? Dejar q estos hijo putas estén en la calle secuestrando, extorcionando o vendiendo drogas? criticar es fácil	Delin- cuencia	Punzante	Punzante: Ámbito privado del personaje público

21-may-11 SEGURIDAD PÚBLICA	Narcobloqueos ahorita cerca d la avenida Diaz Miron,asi como balacera x elestadioPi- rataFuente @ Javier_Duarte x q no mejor soluciona eso? @jorgeahp ni hay narcoblo- queos ni hay ningún distur- bio en algún punto de la zona Ver-BR en estos momentos, en nada ayuda alarmar a la gente	Balacera	Niega dis- turbios o narcoblo- queos	Autocrática, exigencia de obediencia
21-may-11 SEGURIDAD PÚBLICA Balacera en el Puerto tras el Festival de la Salsa http://www.jornada-veracruz.com.mx/Noticia .	@Javier_Duarte sr. Gobernador, es verdad que hubo otro tiro- teo en el puerto posterior al de esta madrugada? @k_montene- gro44 No	Tiroteos en el Puerto	Niega los tiroteos	Autocrática, exigencia de obediencia

Hallazgos

De los 118 mensajes que el gobernador Javier Duarte de Ochoa emitió en el período de análisis, el mayor número fueron sobre seguridad pública (53) y protección civil (29).

- La ciudadanía participa o pregunta casi exclusivamente en el tema de seguridad, en 43 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 y cooperante, pero niega constantemente los hechos, lo que resulta en una actitud autocrática.
- De los 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* (Serrano, 1986).
- Cuatro de esos *replies* son punzantes, que según el libro de códigos son expresiones altisonantes o contienen groserías, lo cual, 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.

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 mediante 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 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 PRI.

Las expresiones del mandatario veracruzano emitidas en Twitter no modificaron el sistema de comunicación política, ya que éste expresa 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 que alientan o desalientan determinados comportamientos por “los que vale la pena luchar”. El mandatario veracruzano expresó en 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 de los 50 *replies* grabados del gobernador Duarte en Twitter son de suma importancia para la ciencia política, ya que los valores morales (luchar, actuar, “los delincuentes muertos son malos”), son de 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 de la que fueron víctimas los tuiteros comprueba el estatus autoritario con que opera el sistema político en Veracruz.

Si bien los medios de comunicación locales están legitimados para reclamar el acontecimiento ante lo social, en los momentos de mayor 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 en Twitter pero suspendió su intensidad el 5 de noviembre del 2011, para retomarlo hasta mediados de diciembre de una manera eventual y sin contenidos altisonantes. Este cambio pudo obedecer a que las respuestas “punzantes” de la población y la utilización del dispositivo móvil lo orillaba a 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; o incluso, —es posible suponerlo— “salió del aire” ante una exigencia de la seguridad nacional.

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” mediante el control o del consenso, depende en gran medida que el sistema político las reconozca (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 o la seguridad pública—, la política puede idear recursos de otra naturaleza: la emisión de productos simbólicos (o representaciones). Los discursos de Javier Duarte de Ochoa obedecieron a una estrategia de comunicación política, que deja de manifiesto en este análisis las prácticas de control social que prevalecen en el estado de Veracruz.

Xalapa, Veracruz, febrero de 2012.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguado, J., y Martínez, I. (2008). "La cuarta pantalla: industrias culturales y contenido móvil", en Aguado, J. y Martínez, I., *Sociedad móvil. Tecnología, identidad y cultural*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Andrade, P. (1998). "Perspectivas para el análisis de la Comunicación Política". Obtenido de Revista *Razón y Palabra*, num. 12: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n12/persp12.html>
- Andrade, P. (2009). "La democracia en el espacio público mediático", *Revista Global Media Journal*., 91-100.
- Andrade, P., y Trejo, A. (2011). "Análisis de la prensa como referente del comportamiento electoral", *OBS Journal*, 5(1), 267-284.
- Bardin, L. (1986). *El análisis de contenido*. Madrid: Akal.
- Casas Pérez, M. d. (2011). "Medios de comunicación y procesos de intermediación política", en Pareja, N. y Molina, S., *Comunicación Política. Retos y desafíos ante el proceso globalizador*. Zamora, España: CS Comunicación Social.
- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet*. Madrid: Cultura Libre.
- Fernback, J. (s.f.). "There is a There There: Notes Toward a Definition of Cibercommunity", en Jones, S. (ed.), *Doing Internet research. Critical Issues and Methods for Examining Net*. California: Sage.
- Fernback, J., y Thompson, B. (1995). *Virtual Communities: Abort, Retry, Failure?* Obtenido de Ferry, J. M.; Wolton, D. (1995). *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa.
- Giddens, A. (1999). *Un mundo desbocado*. Madrid: Santillana.
- Giménez, G. (1989). *Poder, estado y discurso. Perspectivas sociológicas y semiológicas del discurso político-jurídico*. México: UNAM.
- Gutiérrez, S. (2000). "El discurso político. Reflexiones teórico-metodológicas", *Versión 10 Comunicación y Política*.
- K. Lozada, M. (2000). *Política en red y democracia virtual. La cuestión de lo público*. Obtenido de <http://www.globalcult.org.ve/pub/Clacso2/lozada.pdf>
- Martín Serrano, M. (1986). *La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza Universal.
- Martín-Barbero, J., y Silva, A. (1997). *Proyectar la comunicación*. Bogotá: Tercer Mundo.

- Noblia, M. (2009). "Modalidad, evaluación e identidad en el chat", *Discurso y Sociedad*, 3, 738-768.
- Piñuel Raigada, J., y Gaytán Moya, J. (1995). *Metodología general. Conocimiento científico e investigación en la Comunicación Social*. Madrid: Síntesis.
- Prieto Aza, A. (2002). *Impactos de la cibercultura*. Obtenido http://www.javeriana.edu.co/Facultades/C_Sociales/Facultad/sociales_virtual/trabajo03.htm
- Strimska, Z. (1989). "Teorías de la acción y status de los actores (Proyecto de análisis)". En R. Briceño-Leon, *Las ciencias de lo humano* (págs. 341-411). Caracas: Acta Científica Venezolana.
- Van Dijk, T., y Kintsch, W. (1983). *Strategies of Discours Comprehension*. Nueva York: Academic Press.