

Entre el *público* y el *movimiento*, entre la acción colectiva y la opinión pública. Reflexiones en torno al movimiento gaitanista*

por **Carlos Andrés Charry Joya****

Fecha de recepción: 18 de junio de 2011
Fecha de aceptación: 12 de agosto de 2011
Fecha de modificación: 16 de septiembre de 2011

RESUMEN

Partiendo de una revisión de los principales estudios desarrollados acerca de la figura del líder populista colombiano Jorge Eliécer Gaitán (1898-1948) y del movimiento social formado en torno a él (el gaitanismo), este artículo plantea la consideración de escenarios alternativos de interpretación, mediante los cuales se pretende dar cuenta de otro tipo de dimensiones y facetas que estuvieron presentes en este movimiento social. Para tal fin, se presentan y discuten las nociones de *marco cognitivo (frame)*, *estructura de oportunidades políticas* y *estructura de oportunidades discursivas*, como herramientas que pueden contribuir a una comprensión más detallada de las características de este movimiento social. El artículo concluye presentando algunos datos generales sobre el impacto ejercido por Gaitán y su movimiento en el funcionamiento y estructuración del proceso de formación de la opinión pública.

PALABRAS CLAVE

Gaitanismo, movimientos sociales, opinión pública, sociología.

Between the Public and the Movement, between Collective Action and Public Opinion: Reflections on the Gaitanista Movement

ABSTRACT

After reviewing the major studies of Colombian populist leader Jorge Eliécer Gaitán (1898-1948) and social movement that formed around him (gaitanismo), this article suggests alternative ways to interpret them in order to highlight other kinds of dimensions and aspects present in the social movement. To do so, we present and discuss the notions of *frame*, *political opportunity structure*, and *discursive opportunity structure* as tools that can contribute to a more detailed understanding of the characteristics and dimensions of this social movement. The article concludes with some general information about the impact exerted by Gaitán and his movement over the formation and exercise of public opinion.

KEY WORDS

Gaitanismo, Social Movements, Public Opinion, Sociology.

* Este artículo es resultado del proceso de investigación de la tesis doctoral "La fuerza de la opinión. Jorge Eliécer Gaitán, el movimiento gaitanista y la formación de la opinión pública", proyecto que adelanta el autor gracias al apoyo dado por el Programa de Becas Alban de la UE y de la Universidad de Antioquia.

** Antropólogo con Opción en Historia por la Universidad de los Andes, Bogotá, Colombia. Magíster en Sociología por la Universidad del Valle, Cali, Colombia. Estudiante del doctorado en Sociología por la Universitat de Barcelona, España. Profesor del Departamento de Sociología de la Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia. Correo electrónico: ca_charry@yahoo.com

Entre o público e o movimento, entre a ação coletiva e a opinião pública. Reflexões sobre o movimento gaitanista

RESUMO

Partindo de uma revisão dos principais estudos desenvolvidos sobre a figura do líder populista colombiano Jorge Eliécer Gaitán (1898-1948) e do movimento social formado em torno dele (o gaitanismo), este artigo propõe a consideração de cenários alternativos de interpretação, diante dos quais se pretende dar conta de outro tipo de dimensões e facetas que estiveram presentes neste movimento social. Para tal fim, apresentam-se e discutem as noções de *referencial cognitivo (frame)*, *estrutura de oportunidades políticas* e *estrutura de oportunidades discursivas*, como ferramentas que podem contribuir com uma compreensão mais detalhada das características deste movimento social. O artigo conclui apresentando alguns dados gerais sobre o impacto exercido por Gaitán e seu movimento no funcionamento e estruturação do processo de formação da opinião pública.

PALAVRAS CHAVE

Gaitanismo, movimentos sociais, opinião pública, sociologia.

Un debate no resuelto en torno al gaitanismo

A pesar de ser uno de los fenómenos sociales más sobresalientes de la época, los diversos intentos por estudiar las dimensiones y facetas del movimiento gaitanista han sido eclipsados por una marcada preferencia hacia el estudio de la vida de Jorge Eliécer Gaitán (1898-1948), o bien, y en mayor medida, por las investigaciones relacionadas con las consecuencias producidas a raíz de su asesinato, es decir, los estudios sobre el impacto de los acontecimientos del 9 de abril de 1948 (el denominado *Bogotazo*), así como por aquellas investigaciones que trataron de comprender el proceso de configuración del período de la historia política colombiana en el cual estos hechos estuvieron inscritos, época comúnmente denominada como el período de *La Violencia* (1946-1957).¹

Un repaso de esta literatura nos permite distinguir tres tipos de estudios o investigaciones. El primero de ellos

está constituido por los estudios realizados alrededor del líder del movimiento, en donde se encuentran las biografías elaboradas por ex militantes del gaitanismo (*cfr.* Córdoba 1952; Osorio 1979; Peña 1948), hasta las más recientes, en las que se destacan los trabajos realizados por reconocidos historiadores profesionales (Sharpless 1978).² En esta categoría de investigaciones también se hallan los esfuerzos editoriales dedicados a recopilar sus principales discursos e intervenciones, así como los análisis que han abordado su ideología y pensamiento político (*cfr.* Eastman 1979; Gaitán 1998 y 2002; Perry 1968; Sierra 1997; Valencia 1968; Vásquez 1992).

Un segundo grupo de investigaciones estaría compuesto por aquellos acercamientos que trataron de explicar la función y el impacto ejercidos por Jorge Eliécer Gaitán en la estructuración del conflicto bipartidista colombiano, y las consecuencias producidas por tales relaciones en la evolución del régimen político (*cfr.* Braun 1987; Otálora 1989; Palacios 1971; Pécaut 2000), encontrándose aquí el único esfuerzo por explicar de forma focalizada al movimiento gaitanista (Robinson 1976).

Por último, desmarcándose de la *mirada estructural* que caracterizó al segundo grupo de estudios, recientemente ha emergido una serie de investigaciones que han lla-

1 En relación con la importancia dada por las ciencias sociales colombianas a *La Violencia*, Russell Ramsey (1973) contabilizó más de cien investigaciones relacionadas con este período, hasta los años setenta. Para un debate en torno al período de *La Violencia*, consúltense también Fals Borda, Guzmán y Umaña (1988), Martz (1969), Hobsbawm (1974), Sánchez (1986), Pécaut (2002) y Palacios (1995).

2 En una reseña sobre el texto de Sharpless, Frank Safford afirmó: "Because of his concentration on Gaitán's personal style, Sharpless provides too little discussion of others in this movement. Gaitán's most important collaborators are simply described as *middle class*. One would like to know more about them, how they became connected to Gaitán, and how they differed socially from others in politics. Sometimes the political context is not sketched adequately" (Safford 1979, 600).

mado la atención sobre las consecuencias y restricciones que tuvo este movimiento en determinadas regiones de la geografía colombiana, evidenciando la importancia de considerar otros elementos de movilización social tales como la raza y el género, factores a través de los cuales este movimiento desbordó el ámbito de acción y control ejercido por los partidos políticos tradicionales (cfr. Charry 2010; Luna 2003a, 2003b; Green 1996, 2003; Roldán 2000, 2003).

A pesar de las diferencias en cuanto a perspectivas, enfoques, momentos y lugares de enunciación desde los cuales fueron elaborados estos estudios, en la mayoría se encuentra como factor común la caracterización del gaitanismo como una disidencia radical del Partido Liberal, o bien, y en mayor medida, como un movimiento populista, en razón de que su principal rasgo distintivo fue su compleja manera de organizarse: una forma de acción colectiva que mantenía su vigencia en función del liderazgo impuesto por una figura carismática, cuya tarea fue proveer de contenido ideológico, así como coordinar y protagonizar las principales acciones adelantadas por el movimiento.

Siguiendo la tesis del líder *carismático* o del líder *populista*, las investigaciones de Palacios, Robinson, Sharpless, Pécaut, Braun y Vásquez (entre otras) establecieron una vinculación directa de la trayectoria vital y política de Jorge Eliécer Gaitán con las etapas, momentos y formas de lucha articulados por el movimiento gaitanista, de lo cual podemos distinguir la existencia de *tres fases* o etapas constitutivas.

La primera se relaciona con las incursiones políticas desarrolladas por Gaitán hacia el final de la década de 1920, definidas por su participación como representante a la Cámara por el Partido Liberal y, en especial, por la formación en 1933 de una organización política independiente, con la cual pretendió competir con los tradicionales partidos políticos, denominada Unión Nacional de Izquierdas Revolucionarias (UNIR). La segunda etapa se produce una década después, en 1944, cuando Gaitán se lanza como candidato presidencial, para lo cual conformó una alianza política dentro del Partido Liberal, integrada por personalidades políticas independientes o de izquierda, y que fue derrotada en las urnas, a pesar de conseguir el apoyo popular en las principales ciudades del país. Por último, en la tercera etapa, que va de 1946 hasta el día de su asesinato, Gaitán se convierte en el jefe único de Partido Liberal, y logra que los representantes de su movimiento político triunfen local y regionalmente en diferentes comicios electorales, victorias que lo conducían

de forma clara hacia la obtención de la Presidencia de la República para el período 1950-1954.³

Si bien este conjunto de investigaciones han expuesto significativos avances en cuanto a la comprensión de la configuración del sistema político colombiano de la época, lo cierto es que –en su preocupación por el hallazgo de las características comunes o divergentes con otros movimientos populistas latinoamericanos, o bien, por el tipo y las formas de liderazgo político ejercidos por Gaitán– han descuidado otras dimensiones y facetas presentes en los complejos modos de acción colectiva articulados por el gaitanismo, los cuales ofrecen elementos significativos para comprender mejor ciertas características del funcionamiento mismo de los movimientos sociales, siendo en realidad pocas las investigaciones sensibles a las formas de *poder simbólico* activadas por Gaitán y los líderes de su movimiento, razón por la cual aún existen serios vacíos y dudas acerca de las estrategias implementadas por este movimiento social a la hora de definir y orientar la acción colectiva.⁴

Siendo conscientes de tales formas de acumulación del capital simbólico, los estudios que de una u otra manera han abordado la figura política de Jorge Eliécer Gaitán, o que han investigado al movimiento gaitanista, no prestaron la suficiente atención al hecho de que Gaitán jugó de forma deliberada a impactar la *opinión pública*, que su mayor pretensión fue crear un *público*, y que era consciente de que en determinadas circunstancias dicho público podría ser presentado como multitud, como masa, y que esas *masa* –aparentemente amorfa e impersonal– podría incidir en la toma de importantes decisiones políticas.

3 En concepto de Robinson, “En las primeras etapas del gaitanismo, el movimiento estuvo estructurado bastante bien, con líneas de comando a través de toda su organización. Sin embargo, a mediados de la década de los cuarenta, el movimiento se tornó bastante informal, sin ninguna estructura formal, exceptuando la presencia de comités locales, establecidos como agencias de propaganda y para organizar demostraciones masivas. A medida que la figura carismática de Gaitán se volvía más y más el foco del movimiento, la visibilidad de otros líderes principales disminuía rápidamente. La informalidad en la estructura continuó aún después de que el gaitanismo absorbiera la organización del Partido Liberal en 1947. [...] En los últimos años de su existencia, el gaitanismo buscó activa y abiertamente una superioridad numérica, no tanto un comprometimiento con sus valores, en sus esfuerzos por ganar el control del Partido Liberal, y al mismo tiempo, por disminuir el poder del gobierno conservador” (Robinson 1976, 18-19).

4 En relación con esta forma de poder, Pierre Bourdieu afirma: “El poder simbólico es un poder de construcción de la realidad que aspira a establecer un orden *gnoseológico*: en el sentido inmediato del mundo (y en particular del mundo social) supone una concepción homogénea del tiempo, del espacio, del número, de la causa, que hace posible el acuerdo entre las inteligencias [...]” (Bourdieu 2001, 91-92). Tenemos que mencionar acá que las investigaciones que han abordado parcialmente esta faceta o dimensión del gaitanismo han sido las adelantadas por el profesor Herbert Braun (1987), y lo expuesto por John Green (2003).

En por ello que se desea insistir en el hecho de que Gaitán –junto con sus más allegados amigos y compañeros de lucha política– produjo dos periódicos, el primero de ellos, *Unirismo*, asociado con la primera etapa de su movimiento en la década de 1930, mientras que en la segunda mitad de los años cuarenta fundó *Jornada*, diario en el que se expresó una pequeña parte de la segunda y toda la tercera etapa del movimiento. De igual manera, conviene reconocer que Gaitán realizó un programa de radio (llamado, despectivamente, por sus adversarios *Viernes culturales*) y que su movimiento contó con la presencia activa de intelectuales, literatos y periodistas, factores que fueron decisivos en la producción de los medios de comunicación que se autoproclamaron como *gaitanistas*.⁵

Aun así, lo que la mayoría de investigaciones hechas en torno a Gaitán y el movimiento gaitanista no han explicado es cómo dichos factores favorecieron o no la activación y organización de la acción colectiva, todo lo cual nos conduce a afirmar que la comprensión del movimiento gaitanista ha sido incompleta, dado que no se ha prestado la suficiente atención a la *dimensión mediática* de este movimiento, la cual, a nuestro parecer, explica buena parte de lo que fue su desarrollo y éxito.

Es por ello que se considera aquí que la intención de Gaitán y de sus más allegados seguidores de formar un público, su habilidad para mantenerlo y gestar a través de él todo un movimiento social de amplias dimensiones como lo fue el Gaitanismo, abren un debate sobre las relaciones que existen entre la acción colectiva y los procesos de formación de la opinión pública, razón por la cual resulta indispensable preguntarse cuál puede llegar a ser la relevancia sociológica de ese par de fenómenos (el de querer formar un público y, por medio de él, un movimiento social), así como saber si existe una relación entre tales procesos de orden colectivo, y, en caso de que exista, determinar con algún grado de certeza cuál es y qué implicaciones tiene.

Así, el propósito de este artículo es dar cuenta de cuáles pueden llegar a ser estos tipos de relaciones y dinámicas,

y de cómo éstas pueden abrir nuevos campos de interpretación sobre lo que fueron la experiencia, la repercusión y el cambio del movimiento gaitanista.

Acción colectiva y medios de comunicación

Desde la teoría social clásica se acostumbró entender las expresiones del comportamiento social de masas como anomalías que tipifican los problemas de integración de las sociedades modernas. A partir de los trabajos de Le Bon (1983) y Taine (1986), se construyó el consenso de interpretar los comportamientos colectivos como patologías, como expresiones sociales disruptivas y amenazantes, cuyo origen y principio eran la sugestión, la imitación o la identificación del individuo con un líder o con la masa, idea que luego sería difundida y ampliada por psiquiatras y criminalistas (Laclau 2005).

A diferencia de tales aproximaciones, en las que la acción social de masas era vista como la principal forma de *anomia* de las sociedades modernas, Gabriel Tarde, en *La opinión y la multitud*, logró identificar con claridad los rasgos sociológicos que distinguen a dos tipos de fenómenos de masas: el público y la multitud; dos formas de acción social que tienden a superponerse y confundirse, y que nos son útiles para describir las facetas y dimensiones sociológicas que dieron vida e identidad al movimiento gaitanista como un *movimiento social de masas*.

De modo genérico, podemos afirmar que un público se caracteriza por ser una forma de cohesión social cuyos miembros están dispersos –en palabras de Tarde–, una *colectividad puramente espiritual*, en la que los individuos que participan en ella se encuentran físicamente separados, pero unidos por una sólida cohesión psíquica o mental. Entretanto, la multitud es una forma de acción social esencialmente constituida por la animación ejercida por un líder, en la que los niveles de coordinación y de acción se encuentran limitados o circunscritos a las formas de presencialidad física que alcanza la interlocución del agitador con la masa, lo cual las hace ser expresiones sociales espontáneas e inconstantes, pero con un alto poder político. Es así como, para Tarde, la principal diferencia entre el público y la multitud consistía en que la fuerte cohesión social del primero se debía a un hecho crucial y ausente en la segunda: la pretensión de formar una *opinión*, es decir, de configurar una serie de valores y creencias más o menos comunes en un grupo amplio de individuos, relacionados con un conjunto de temas

5 En palabras de la historiadora Adriana Rodríguez Franco, en la producción de los medios de comunicación gaitanistas “No había ningún tipo de autonomía” (Rodríguez 2009, 114) por parte de los intelectuales y periodistas que acompañaron a Gaitán. No obstante, al analizar las biografías y testimonios dados por sus más cercanos amigos y compañeros, se encuentra uno con información que da cuenta de todo lo contrario, y queda claro que el periódico *Jornada*, así como la emisora gaitanista Onda Libre, funcionaron bajo el estricto criterio de su director y editorialista, Daniel Samper y José Mar, respectivamente.

específicos, a partir de un trabajo *mediado* –y, por consiguiente, *a distancia*– que podría extenderse por un período considerable (cfr. Tarde 1986).

De esta manera, Tarde identificó cinco factores de diferenciación entre el público y la multitud, los cuales describen, a su vez, sus principales rasgos sociológicos. El primero de ellos tiene que ver con la posibilidad que posee todo individuo de participar en varios públicos, mientras que, por las limitaciones de presencialidad y simultaneidad que caracterizan a las multitudes, un individuo sólo podrá participar en una multitud. Por las mismas razones, los públicos no están sometidos a las restricciones que imponen el medio físico y la presencialidad, que hace de las multitudes acciones sociales altamente susceptibles, inestables y proclives a la rápida disolución. Como tercer factor, Tarde atribuyó la diferenciación entre el agitador y el publicista, dado que el trabajo del primero se concentra en la excitación inmediata, mientras que el segundo influye constantemente en los miembros de su público, lo cual hace que el grado de coordinación y de acción de éstos sea mucho más poderoso y persistente que el de las multitudes. Otro hecho significativo que diferencia la configuración de los públicos de la configuración de las multitudes resulta de la selectividad ejercida tanto por el publicista como por los miembros del público, es decir que, a diferencia de la espontánea y estrepitosa formación de las multitudes, la formación del público se ha producido por una *selección mutua* entre el publicista y las personas que participan en la formación del público, lo cual no sólo permite que los individuos puedan participar en diferentes tipos de públicos, sino que les permite *elegir* en cuáles de ellos quieren o no participar. Por último, Tarde encontró que el carácter y el tipo de homogeneidad que se presentan en uno y otro caso son bastante disímiles, dado que los miembros del público, además de ser más perseverantes, son a su vez mucho más homogéneos que los de la multitud, en la cual suelen “colarse” curiosos y escépticos que se adhieren momentáneamente, dificultando así la coordinación ulterior de los fines que la multitud pueda perseguir (cfr. Tarde 1986).

Pero el legado de Tarde para el pensamiento sociológico moderno no sólo consistió en distinguir dos tipos o formas de acción social de masas; también proveyó un marco de referencia para clasificarlas, hallando dos tipos de multitudes y públicos: los *expectantes* y los *actuales*. Y es en este último tipo en donde queremos llamar la atención.

Entre las multitudes actuales, Tarde diferenció entre las motivadas por el *odio* y las motivadas por el *amor*. Las

primeras se asocian con los fenómenos de masas a los cuales solían prestar atención sus contemporáneos Le Bon y Taine; las segundas eran multitudes organizadas por el deseo de comunión, tales como las fiestas públicas o las manifestaciones populares (misas, carnavales, ferias, etc.). De igual modo, Tarde atribuyó la existencia de públicos de *odio* y de *amor*; no obstante, se preguntaba si la esencia misma de un público no era el estado de pasividad, es decir, de expectación. Así, cuando aparece un público actuante, sea este guiado por el odio o por el amor, lo que está aconteciendo en realidad es la formación de un grupo de manifestantes fuertemente organizado para la acción política o, en su defecto, para la violencia (cfr. Tarde 1986). Un hecho sin duda crucial para el entendimiento de la acción social colectiva.

Lo que resulta sustantivo de las reflexiones hechas por Tarde en los albores del siglo XX se deriva de la importancia que atribuía al fenómeno periodístico como el principal factor que posibilita la formación de la opinión en la era moderna. Y resultan significativas si consideramos que, cuatro décadas después, el padre de la Escuela de Chicago, Robert Enza Park, afirmaba que los medios de comunicación poseen un peso decisivo en los procesos cognitivos a través de los cuales los individuos construyen su versión de la realidad (Park 1940). Para Park, las noticias cumplían la misma función en el público que la que cumple la percepción en el individuo. En medio de la *espesa densidad* de información que discurre en el diario vivir, los medios de comunicación proveen a los individuos la información sustancial para comprender *lo que está pasando*. No obstante, el interés de Park por las noticias estaba encaminado hacia la configuración de una sociología del conocimiento, y no a la comprensión de cómo aparecen los públicos y los manifestantes,⁶ siendo éste un tema cooptado por la emergente sociología de la comunicación (cfr. Curran 2005) y por el interaccionismo simbólico (cfr. Blumer 1982), campos de estudio en donde quedó diluida la dimensión manifestante y movilizadora que puede llegar a indicar la formación de todo público.

6 En este artículo Park desvirtuaba la posibilidad de que un público generase algún tipo de acción colectiva. En su concepto, “News circulates, it seems, only in a society where is a certain degree of rapport and certain degree of tension. But the effect of news form outside the circle of public interest is to disperse attention and, by so doing, to encourage individuals to act on their own initiative rather than of a dominant party or personality” (Park 1940, 684). En relación con las formas de acción social de masas en este autor, consúltese Park (1969), en donde se remite a las discusiones entre Le Bon y Tarde, dando mayor importancia al primero que al segundo.

Por otro lado, un número considerable de académicos ha venido desarrollando desde los años sesenta una serie compleja de estudios de carácter teórico y empírico encaminados a analizar a los manifestantes. Desde la teoría de la *frustración relativa* (Gurr 1971) o desde la *teoría del status* (Gusfield 1986), pasando por los enfoques de la *elección racional* (Olson 1965) y la *movilización de recursos* (McCarthy y Zald 1977), se consideró el surgimiento de las manifestaciones como una acción que buscaba recomponer el equilibrio estructural entre los agentes, o bien, eran entendidas desde una visión instrumental según la cual el sistema de jerarquías y roles sociales existentes canalizaba o permitía la cristalización de demandas y recursos determinados, convirtiéndolos en movimientos sociales o en grupos de interés. Haciendo uso de teorías provenientes de la psicología y de la economía, los teóricos de los movimientos sociales de los años sesenta, setenta y ochenta interpretaron las manifestaciones como portadoras de un alto sentido de racionalidad y organización, poniendo de presente que las movilizaciones sociales no eran el simple resultado del contagio o la contaminación, sino que se trataba de un trabajo de delimitación política, de la búsqueda de canales y consensos, así como del establecimiento de unos objetivos específicos y de unos repertorios de acción para conseguirlos (Neveu 2006a; Tarrow 2004).

Gracias a estos desarrollos sabemos que los componentes generales que definen a un movimiento social son: I) la acción colectiva, II) los objetivos que persigue para generar un cambio, III) la existencia de algún grado de organización, IV) la continuidad en el tiempo y V) el establecimiento de estrategias de acción institucional o extrainstitucional. Igualmente, por estos estudios entendemos que la formación de todo movimiento social indica la creación de unos *protagonistas*, de unos *antagonistas* y de unos *espectadores*. Colegimos, a la vez, que, según las aspiraciones de cambio que persigan, pueden existir movimientos sociales *alternativos*, *reformadores*, *redentores* y *transformativos*, y que, dependiendo del tipo y la forma de organización, pueden surgir movimientos sociales *formales* o *informales*, todo lo cual depende de la interacción de factores y del tipo de contexto en el cual se gesticione la acción colectiva (cfr. McAdam, McCarthy y Zald 1999; McAdam y Snow 1997; Ramos 1997).

De hecho, en gran parte estos desarrollos se concentraron en los aspectos organizativos, pues los teóricos de los movimientos sociales hallaron allí elementos sustanciales para explicar el tipo y el modo de configuración de la acción colectiva. Ejemplo de ello se encuentra en el estudio realizado por Suzanne Staggenborg sobre el movimiento

proabortista en Estados Unidos, en el cual declaró que los movimientos sociales formales poseían: “[...] procedimientos burocráticos para la toma de decisiones, una desarrollada división del trabajo con posiciones para varias funciones, un criterio explícito de membresía y reglas para gobernar las subunidades” (Staggenborg 1988, 587). En contrapartida, los movimientos sociales informales “poseen pocos procedimientos establecidos, carecen de requisitos de membresía y una mínima división del trabajo. Las decisiones en las organizaciones informales tienden a tomarse de forma *ad hoc*, en vez de hacerlo de forma rutinaria. La estructura organizacional de los movimientos sociales informales es frecuentemente ajustada, el establecimiento de tareas del personal y los procedimientos son desarrollados para resolver las necesidades inmediatas”, razón por la cual “[...] suele ocurrir que un líder individual ejerce una influencia importante en la organización” (Staggenborg 1988, 590).⁷

Es por esto que, para este conjunto de académicos, los movimientos sociales formales tienden a captar de mejor manera los recursos y ventajas ofrecidos por las fundaciones e instituciones, logrando así la consecución de sus objetivos y demandas, dado que se han especializado en la utilización de los canales institucionales como táctica para la obtención de recursos, mientras que los movimientos sociales informales tienden al desarrollo de acciones disruptivas, las cuales pueden o no generar los cambios deseados.⁸

A pesar de lo sugerente que sigue siendo este enfoque para la investigación de los movimientos sociales, Sidney Tarrow hacía notar que, por su predilección en las estructuras organizativas, esta perspectiva descuidó los aspectos ideológicos, valorativos, militantes, y, en especial, los *ciclos y estructuras de oportunidad política* en los que se circunscribe la puesta en marcha de todo movimiento social. Además, desde el punto de vista de Tarrow, los hallazgos encontrados por este grupo de investigadores se basaban primordialmente en movimientos sociales de Estados Unidos, un país que ha producido un sistema po-

7 La traducción del inglés es mía.

8 Previamente, en *The Strategy of Social Protest*, William Gamson (1975) analizó los prototipos organizativos de más de 50 movimientos sociales a lo largo y ancho de Estados Unidos, entre 1800 y 1945, y encontró que en un 71% de los casos, los movimientos sociales organizados eran reconocidos por sus interlocutores políticos, mientras que sólo un 28% de los movimientos sociales informales lograban tal reconocimiento. Así, un 62% de los movimientos sociales organizados lograban conseguir alguno de sus objetivos, mientras que en el caso de los movimientos sociales informales lo hacía un 38%. Para una ampliación sobre este estudio, véase Neveu (2006a). Otro ejemplo que contextualiza esta perspectiva se encuentra en Morris (1981).

lítico caracterizado por un conjunto de prácticas que en otros contextos no se hallan igualmente desarrolladas, democracias en las cuales es más común el surgimiento espontáneo de los movimientos sociales y de las protestas (cfr. Tarrow 2004).

Por esta misma vía, es preciso señalar que, si bien este grupo de estudios y teorías sobre los movimientos sociales han acumulado una gran experiencia en la comprensión de los movimientos sociales formales, en realidad ofrecen poca información acerca de cómo logran conseguir sus objetivos políticos los movimientos sociales informales.

Como respuesta a este tipo de críticas emergió una perspectiva que hacía notar las dimensiones culturales y simbólicas mediante las cuales los movimientos sociales activaban y definían la acción colectiva. Amparados en la noción de *frame* acuñada por Gregory Bateson desde la psicología social, y ajustada y recompuesta por Erving Goffman (2006) para la sociología, estos académicos han venido retomando las *representaciones sociales* con las cuales los manifestantes interpretan el conflicto social y político. Para los impulsores de este enfoque, David Snow y Robert Benford, la construcción de significados suele ser un proceso por medio del cual se identifican los problemas (*diagnóstico*), se construyen soluciones y alternativas (*pronóstico*) y se proveen marcos de acción para reparar dichos problemas (*motivación*) (cfr. Snow y Benford 2000; Snow y Benford *et al.* 1986).

La construcción de tales significados es analizada por este grupo de científicos sociales como una actividad transformadora y reflexiva, poniendo de presente que los factores emocionales y psicológicos cumplen un rol decisivo en la percepción, encauzamiento y aprovechamiento de las oportunidades políticas (cfr. Jasper 1998; Kurzman 1996; Yang 2000; Zdravomyslova 1999). De igual manera, estos desarrollos teóricos han enfatizado que los repertorios organizacionales de los movimientos sociales son producto de una *aptitud cultural*, de un *habitus*, dado que la “[...] forma organizacional implica la existencia tanto de un *modelo cognitivo* por medio del cual se puedan estructurar las identidades colectivas como de las *estructuras de relaciones* propias de las instituciones sociales” (Clemens 1999, 291).

Es por ello que podemos afirmar que la *disposición organizativa* de un movimiento social es el resultado de la interacción de factores estructurales y relacionales, que pueden variar según las circunstancias y oportunidades que brinda el contexto en el que se desenvuelve dicho movimiento, un proceso en el cual se puede hacer mayor

énfasis en una dimensión organizativa, en detrimento de otras;⁹ oscilaciones sustanciales a la hora de intentar comprender el movimiento gaitanista, puesto que la mayoría de afirmaciones relacionadas con la falta de organización de este movimiento han hecho referencia solamente a su organización política interna, la cual se fue simplificando progresivamente, en la medida en que crecía la importancia política de Jorge Eliécer Gaitán (Pécaut 2000; Robinson 1976).

Pero ¿qué ocurre cuando un movimiento social decide dar mayor importancia a los factores organizacionales con los cuales dicho movimiento pretende generar algún tipo de repercusión en la esfera de discusión pública? Esta pregunta nos obliga a cuestionar si la creación y mantenimiento de un público no requieren de unas formas y tácticas organizativas complejas y específicas que permitan convertir dicho público en un movimiento social.

Como bien lo hacía notar Érik Neveu, los procesos interpretativos con los cuales los activistas y manifestantes crean su versión de la realidad se producen mediante la instauración de tramas discursivas y una serie de formas de comunicarlas, siendo los medios de comunicación el campo en donde se circunscribe y reproduce buena parte de tales prácticas y manifestaciones, en las que suele ser común la creación de un *nosotros* frente a un *ellos*.¹⁰ De hecho, para expertos como Mayer Zald, por medio de la construcción de significados, los movimientos sociales expresan las *rupturas estructurales* que ocurren en una forma de organización social específica, poniendo de manifiesto las *contradicciones culturales* mediante las cuales dichos roles y funciones sociales son asumidos, siendo los medios de comunicación *el lugar* donde discurre buena parte de tales luchas simbólicas (cfr. Zald 1999).¹¹

9 Un desarrollo empírico sobre este tipo de afirmaciones se encuentra en Olzak y Ryo (2007).

10 En palabras de Neveu, “El movimiento de la investigación se confronta así a los objetos que suscitan los cambios sociales: el papel de los medios de comunicación es uno de los que contribuye a modificar las condiciones de construcción y de escenificación en el espacio público de los grupos y reivindicaciones [...] Al designar causas y responsables, la dimensión simbólica es también normativa. Ella dice lo que está bien y lo que está mal, el *nosotros* y el *ellos*, y tiene también por ella una componente identitaria” (Neveu 2006a, 140). Al respecto, consúltese también Oegema y Klanderomans (1994).

11 Por esta misma vía, Gamson y Meyer aclaraban que “[...] la apertura de los medios ante los movimientos sociales constituye un importante elemento de la oportunidad política. [...] Debido sólo parcialmente a la existencia de una audiencia autoselectiva, los distintos medios llegan a públicos diferentes, emitiendo mensajes potencialmente contradictorios respecto de la urgencia, los problemas y la eficacia. Es aquí donde los movimientos pueden jugar un papel destacado como fuente de organización. Brindan a los

Si bien la relación de los medios de comunicación con el poder ha sido materia de amplios estudios y debates, entre los cuales se pueden destacar los estudios orientados hacia la formación de la opinión pública como un hecho interdependiente de la formación y existencia de las democracias y la cultura moderna,¹² así como los que analizaron el rol desempeñado por la prensa en la creación del ambiente político que facilitó el surgimiento de los Estados nacionales modernos (*cf.* Anderson 1993; Gellner 1988; Hobsbawm 1992), lo cierto es que la relación entre movimientos sociales y medios de comunicación puede llegar a ser tan estrecha que, en algunos casos, determinados movimientos sociales han hecho de ésta su principal estrategia y táctica organizativa, como lo evidenció el estudio pionero de Todd Gitlin sobre la formación del *Movimiento de Estudiantes por una Sociedad Democrática* y, en general, lo que se llamó la *Nueva Izquierda* en Estados Unidos, durante los años sesenta y setenta (Gitlin 1980).

En una dirección semejante, los estudios sobre medios de comunicación han indicado cómo éstos confieren una ventaja significativa a los grupos sociales y de interés que a través de ellos desean establecer e influir en los temas de discusión pública, como lo han evidenciado los trabajos de Neveu (2006b), Champagne (1993), y en especial, los de McCombs y Shaw (1972) y McCombs (2006), conformándose una interesante tradición de estudios en la que la noción de *frame* (marco cognitivo e interpretativo, en su traducción al castellano) viene dando lugar a interpretaciones bastante sugerentes sobre el desarrollo de la acción social colectiva y los procesos de formación de la opinión pública.¹³

Marcos cognitivos y estructuras de oportunidades políticas. Hacia el análisis integrado de las estructuras de oportunidad discursiva

A partir de la formulación que hemos venido esbozando, se puede deducir que la relación entre acción colectiva y procesos de formación de la opinión pública resulta ser un factor esencial para la comprensión de determinados movimientos sociales. Aun así, conviene señalar que

tanto la configuración de la acción social colectiva como la formación de la opinión pública no son procesos y dinámicas que estén al pleno alcance de los activistas de los movimientos sociales. En realidad, este par de dimensiones aluden a procesos *intervenidos* y *contenidos*, es decir, se trata de dinámicas que se ven afectadas y son producidas por el capital social, político, cultural y económico de los individuos y grupos sociales que buscan el establecimiento de una hegemonía o que aspiran a mejorar su posición en el campo de las relaciones sociales y de poder.

Por esta razón, la mayoría de enfoques y perspectivas que han abordado la relación entre acción colectiva y los procesos y dinámicas de formación de la opinión pública tienden a considerar que los movimientos sociales suelen encontrarse en una posición marginal (o desventajosa) dentro de las relaciones de poder que definen al campo social desde el cual se estructura este par de procesos.¹⁴

En tal sentido, y con el fin de proponer un marco metodológico que permita el control de variables y la identificación de tendencias, para la comprensión de la relación entre acción colectiva y procesos de formación de opinión pública, se considera aquí que esta relación puede ser entendida por la confluencia de tres categorías analíticas interdependientes.

La primera es la de *oportunidades políticas* (o estructura de oportunidades políticas). Por oportunidades políticas hacemos referencias a las “señales continuas –aunque no necesariamente permanentes, formales o a nivel nacional– percibidas por los agentes sociales o políticos que les animan o desaniman a utilizar los recursos con los que cuentan para crear movimientos sociales”. Lo cual implica “no sólo considerar las estructuras formales, como las instituciones, sino también las estructuras de alianzas generadas por los conflictos, que contribuyen a la obtención de recursos y crean una red de oposición frente a constricciones o limitaciones externas al grupo” (Tarrow 1999, 89).

Según esta definición amplia, las condiciones generales que inciden en la composición de una estructura de oportunidades políticas son el *incremento del acceso*, la presencia

activistas interpretaciones e información y pueden convertirse en parte integrante de la cultura compartida, generada desde el movimiento mismo” (Gamson y Meyer 1999, 407-408).

12 Hacemos referencia específica al trabajo de Jürgen Habermas (1994), *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública*. Para debates y críticas, consúltese Kornhauser (1969) y, en especial, Böchelmann (1983).

13 Para una referencia amplia de tales desarrollos en el estudio de las sociedades posindustriales, consúltese el reciente trabajo de Manuel Castells (2009).

14 De hecho, para Sidney Tarrow, “Las personas que poseen limitados recursos pueden actuar colectivamente, aunque sea de forma esporádica, aprovechando estas oportunidades mediante repertorios de acción conocidos. Cuando estas acciones se basan en redes sociales compactas y estructuras de conexión y utilizan marcos culturales consensuados orientados a la acción, podrán mantener su oposición en conflictos con adversarios poderosos. En esos casos –y sólo en esos casos– estamos en presencia de un movimiento social” (Tarrow 2004, 33).

de *alineamientos políticos inestables*, la concurrencia de *élites divididas* y el apoyo de *aliados influyentes*, así como el grado de *represión* o *facilitación* por parte del Estado. Por *incremento del acceso* se entiende la capacidad y calidad de los canales formales o informales con los cuales cuentan los manifestantes para expresar sus reclamaciones y demandas. Los *alineamientos políticos inestables* consisten en la presencia de factores desestabilizadores en el sistema político (cambios constitucionales, cambios y debilitamiento de un gobierno, etc.), que facilitan o inhiben la presencia de manifestantes. Por su parte, la concurrencia de *élites divididas* puede ser entendida como una dimensión subsidiaria de la anterior (en particular, en el contexto de las oligárquicas democracias latinoamericanas), que consiste en una fragmentación de las prácticas y los intereses políticos de las élites, que pueden llevar al extremo su lucha por el control del monopolio político del Estado, generando así un conflicto estructural en el sistema político. Entre tanto, la existencia de *aliados políticos influyentes* es concebida como la incidencia o aparición de personajes o de instituciones que promueven la formación y mantenimiento de la acción colectiva. La presencia de esta clase de aliados puede ser producida por las ventajas y cambios que provea el sistema político, la división de las élites, o bien la formación de *líderes políticos carismáticos*. Por último, los *grados de represión* se comprenden como las acciones (políticas, legales, policivas) que elevan el coste de la acción colectiva de los manifestantes, mientras que las acciones que posibilitan o permiten su formación son entendidas como *acciones facilitadoras* (cfr. Tarrow 2004; Tarrow 1999).

Por su parte, la investigación de los procesos de formación de la opinión pública ha tendido a considerar a los medios de comunicación como un filtro seleccionador tanto de los acontecimientos como de los personajes y las acciones a partir de los cuales se configura la agenda temática sobre la que se desea mantener informado al público, razón por la cual se afirma que la opinión pública es un campo intervenido (cfr. Bretones 2001; Curran 2005; Noelle-Neumann 1995; Monzón 1996; Neveu 2006b). Al tratarse de un producto, de algo que ha sido fabricado para un fin específico, la producción de noticias constituye en sí misma un sistema con el cual se pretende mantener el sistema de relaciones que soportan la estructura de dominación y poder (cfr. Raboy y Dagenais 1992; Thompson 2006 y 2007). No obstante, como ya se indicó, las rutinas de producción de los medios de comunicación abren espacios que permiten la incursión de *mensajes específicos para audiencias específicas*, cuya difusión posibilita o facilita el surgimiento de la acción colectiva.

Por esto, y como segunda categoría analítica, las investigaciones sobre la influencia ejercida por los medios de comunicación en los procesos de formación de la opinión pública se han concentrado en los *marcos cognitivos* mediante los cuales los actores sociales y los productores mediáticos objetivan y producen su interpretación de las evoluciones y tendencias que experimenta el proceso político (cfr. Jenkins 1999; Kruse 2001). Los marcos cognitivos, o *frames*, consisten en los componentes ideológicos con los cuales los activistas, así como los productores de noticias y los grupos de poder, formulan, proyectan y motivan los problemas y soluciones de los conflictos sociales. Se trata, esencialmente, de las herramientas argumentativas y, por consiguiente, *retóricas* con las cuales los agentes sociales tratan de comprender y explicar las circunstancias, los hechos y las acciones que nutren el diario vivir, y con los cuales desean modificar o mantener las relaciones y jerarquías dentro de la estructura social.

Aun así, los marcos cognitivos no son simples herramientas estáticas del discurso. La construcción de tales marcos indica la consideración de un proceso compuesto por tres dinámicas subsidiarias: el *proceso discursivo* propiamente dicho, el *proceso estratégico* y el *proceso de contestación*. En el proceso discursivo interviene la formulación de articulaciones mediante las que se conectan los eventos y las experiencias a partir de los cuales se crea una unidad discursiva más o menos homogénea, que sirve para dar explicación al tema-problema sobre el que se ha llamado la atención. En igual o mayor medida que la formulación de articulaciones, el proceso discursivo se compone también de la amplificación de los marcos, dinámica que consiste en resaltar determinados aspectos o atributos del discurso, tales como ideas, valores o creencias específicas, que operan en el proceso articulador y sirven para condensar y difundir el mensaje. Un ejemplo claro de estas categorías fueron los valores de “Libertad, Fraternidad e Igualdad” estereotipados por la Revolución Francesa, valores que se encontraban encriptados en todas las expresiones de la ideología revolucionaria de la época (cfr. Snow y Bendford 2000).

Por su parte, el proceso estratégico consiste en los esfuerzos organizativos a partir de los cuales los activistas pretenden obtener el respaldo del público, la consecución de determinados recursos o el logro mismo de legitimidad, dinámica comúnmente denominada procesos de *alineamiento* (*frame alignment processes*, en inglés). A diferencia del proceso discursivo, en el que operan de modo subvertido los componentes estructurales del discurso, el proceso estratégico infiere la expresión deliberada e instrumental del discurso como herramienta retórica para la lucha po-

lítica, encontrándose aquí cuatro tipos de marcos cognitivos o formas estratégicas de usar el discurso: la *conexión*, la *amplificación*, la *extensión* y la *transformación*.¹⁵

Por último, se encuentra el proceso de contestación, el cual se define a partir del campo en el cual las estrategias discursivas de los movimientos sociales compiten con las estrategias comunicativas de otros movimientos, grupos o instituciones sociales, en donde se producen *luchas de significados* (*frame dispute*) derivadas de las reacciones producidas por los antagonistas del movimiento, por los espectadores y por los medios de comunicación, siendo estos últimos la esfera más estudiada, dadas la centralidad y funcionalidad que éstos cumplen en la formación de la opinión pública (*cfr.* Snow y Benford 2000).

En este sentido, para Susan Olzak y Ruud Koopmans, la configuración de la esfera de discusión pública (o lo que Snow y Benford definen como *proceso de contestación*) cumple una función mediadora entre la estructura de oportunidades políticas y la acción colectiva adelantada por los manifestantes (Olzak y Koopmans 2004). De esta manera, y con el fin de armonizar los enfoques provenientes de la construcción de marcos cognitivos y el de estructura de oportunidades políticas, Olzak y Koopmans han propuesto la consideración de las *oportunidades discursivas*, tercera categoría de análisis que deseamos introducir, a partir de la cual se incluyen en la interpretación de la acción colectiva los factores que hacen que unos marcos cognitivos logren un mayor grado de repercusión frente a otros que ni siquiera son tenidos en cuenta en el proceso de formación de la opinión pública.

Al hablar de oportunidades discursivas queremos hacer alusión a los aspectos de la esfera de discusión pública que determinan y hacen posible la incursión y difusión de determinados mensajes. En tal sentido, la comprensión de las oportunidades discursivas parte del supuesto según el cual el proceso de formación de la opinión pública, además de ser contenido, es a su vez un campo altamente competitivo, que se expande o se contrae a determinados temas, según las estrategias comunicati-

vas puestas en marcha por los productores mediáticos, los grupos de poder y los activistas de los movimientos sociales; agentes sociales y políticos que luchan para que sus mensajes y propuestas ideológicas logren mayores grados de difusión y aceptación en los espectadores. No obstante, como lo han indicado Olzak y Koopmans, mayores niveles de difusión por sí mismos no garantizan el éxito de un mensaje. Por consiguiente, las oportunidades discursivas deben ser entendidas a partir de los grados de *visibilidad*, *resonancia* y *legitimidad* adquiridos por un mensaje o por un marco cognitivo.¹⁶

La *visibilidad* de un mensaje depende de la cantidad de veces, así como de la cantidad de canales a través de los cuales fue difundido un marco cognitivo, en donde intercede la importancia dada por los medios a dicho mensaje. La *resonancia* consiste en la capacidad que tiene un mensaje de ser reproducido por otros actores o medios de comunicación. Según Olzak y Koopmans (2004), la capacidad de movilización del mensaje se debe a que la importancia que éste posee va más allá de las características del sujeto que originalmente lo emitió, logrando así el desplazamiento del marco cognitivo a nuevas audiencias. No obstante, conviene señalar que existen diferentes tipos de resonancia: aquellas que son positivas, o *consonancia*, en la que se produce una reproducción total o parcial del mensaje originalmente emitido, mientras que la reproducción negativa del mensaje es entendida como una resonancia *disonante*. Así, la *legitimidad* de un mensaje o de un marco cognitivo consiste en el grado (promedio) de reacciones positivas que éste produce en terceros actores que participan en el proceso de formación del espacio de discusión pública.¹⁷

A modo de conclusión: el gaitanismo y la opinión pública

Al volver la mirada sobre los estudios que se valieron de la teoría del *líder carismático* (o, en su defecto, del *líder populista*) para explicar el rol desempeñado por Gaitán y por el movimiento gaitanista en la transformación del sistema político colombiano de los años cuarenta (Robin-

15 Desde este enfoque, la conexión de marcos consiste en ligar o hacer asemejar que dos marcos cognitivos congruentes, pero estructuralmente inconexos, se unan homogéneamente en el proceso discursivo. La amplificación consiste en la idealización, embellecimiento, clarificación o vigorización de determinadas valores o creencias, como factor clave para la ampliación del mensaje. La extensión consiste en la consideración de otros valores, ideas o creencias externos que pueden garantizar que el mensaje llegue a nuevas audiencias, mientras que la transformación infiere la modificación total de creencias y valores construidos con anterioridad por otros grupos sociales, las instituciones o los partidos políticos.

16 De hecho, a partir de las investigaciones de Nelson, Oxley y Clawson sabemos que “[...] la efectividad de los marcos cognitivos no deriva de la presentación de información nueva, sino de la activación de porciones de estructuras de pensamiento preexistentes [...] los marcos cognitivos tienden a activar creencias existentes familiares al contenido del mensaje” (Nelson, Oxley y Clawson 1997, 233-234). La traducción al castellano es propia.

17 Para una ampliación, consúltese Olzak y Koopmans (2004). Una aproximación empírica similar se encuentra en Levin (2005).

son, Sharpless, Palacios, Pécaut, entre otros), éstos han fallado en demostrar cómo un liderazgo de ese tipo logra instituirse como *carismático*. Como lo ha expuesto María Blanca Deusad haciendo referencia a los estudios de Max Weber, tradicionalmente la figura del líder carismático ha sido definida a partir del reconocimiento y admiración que esta clase de personalidades gozan por parte de sus seguidores y adeptos, lo que les confiere un grado de legitimidad superior en el cual se fundamentan sus formas de dominación. No obstante, cabe resaltar con esta investigadora que “en la actualidad los medios de comunicación de masas son un elemento indispensable para poder acceder a la condición de carismático, agente con el cual no contaba Weber en su época” (Deusad 2001, 101).

Así, y atendiendo al desarrollo conceptual elaborado, es posible distinguir cómo la aparición y formación de todo *líder carismático* y *populista* indican que éste debe adquirir mayores niveles de *visibilidad*, *resonancia* y, en especial, *legitimidad* dentro de las dinámicas y procesos de producción y formación de la opinión pública, razón por la cual todo liderazgo de ese tipo se ve obligado a encontrar los mecanismos tanto individuales como colectivos, organizacionales y discursivos, que logren hacer que una parte o la totalidad de sus propuestas ideológicas se impongan como preponderantes en el espacio de discusión pública. En otra tradición analítica relacionada (la teoría del *campo* demoscópico), esto infiere que toda forma de liderazgo debe cumplir con el rol de ser un *empresario cognitivo*.

Según Grossi, el *empresario cognitivo* es el encargado de insertar en las dinámicas de producción de la opinión pública “determinados núcleos cognitivos y simbólicos [o *frames*] que luego se vuelven objetos de enfrentamiento y negociación y que conllevan a su vez la formación de la misma opinión pública”; y se define “[...] como aquel tipo de actor social (individuo, grupo, organización) que asume la tarea (y el riesgo) de promover, activar y orientar, un determinado proceso de opinión de relevancia social y colectiva, tanto como portador de intereses –el *empresario cognitivo* invierte en bienes inmateriales– como de competencias; sabe cómo presentar las cuestiones, sabe cómo comunicar las problemáticas, es capaz de expresar orientaciones bien argumentadas y está dotado de un *capital de opinión* valorizable dentro la esfera pública” (Grossi 2007, 143).

Partiendo de estos presupuestos, resulta trascendental considerar, a su vez, que la creación y el mantenimiento de todo medio de comunicación no son un proceso que obedezca a un esfuerzo o a un deseo de carácter individual, sino que se trata, esencialmente, de una iniciati-

va de carácter colectivo, en la que interviene y participa un grupo diverso de personas, el cual debe dar cuenta de un conjunto de habilidades tanto organizativas (en lo relativo a la coordinación y consecución de recursos y conocimientos técnicos para sacar a la luz dicho medio de comunicación) como de orden *ideológico* o *intelectual*, que hagan de ese medio de comunicación un espacio de divulgación de un conjunto de ideas más o menos comunes sobre una serie de temas específicos; lo que en otro contexto indica que la creación de todo medio de comunicación debe guardar cierto grado de coherencia interna, que le permita constituirse en un formador de valores y creencias que aspiran a ser hegemónicas dentro del proceso de formación de la opinión pública.

Así, existen al menos dos claros ejemplos con los cuales el movimiento gaitanista pretendió impactar de forma consciente el proceso de formación de la opinión pública; estos ejemplos o experimentos fueron, precisamente, la creación y puesta en marcha de dos periódicos: *Unirismo* y *Jornada*. Y si bien éstos no fueron los únicos intentos de impactar en la opinión pública, puesto que a lo largo y ancho de la geografía nacional existieron otros medios de comunicación (hablados y escritos) que se autoproclamaban como *gaitanistas*, lo cierto es que estos dos periódicos fueron los medios de comunicación oficiales del movimiento en sus etapas unirista y gaitanista, respectivamente. No obstante, se trató de dos medios de comunicación totalmente distintos, no sólo por el hecho de que entre uno y otro existió una década de diferencia, sino porque entre estos dos medios de comunicación reluce otra serie de importantes transformaciones, que dan cuenta de las innegables adaptaciones que tuvo que sufrir el movimiento gaitanista entre su primera etapa, por un lado, y la segunda y tercera, por el otro.

Una de tales diferencias fue que *Unirismo* se estructuró como un semanario, que, si bien se editó a color y en un principio tuvo una extensión de dieciséis páginas, a los pocos meses de haber salido a la luz redujo su presupuesto, lo cual implicó una significativa disminución de su contenido, que pasó a un formato de ocho páginas. Al mismo tiempo, y por la existencia de otros medios de comunicación similares que cumplían su propósito en las provincias, tales como los semanarios *Pluma Libre*, de Pereira, y *El Socialista*, de Barranquilla, sabemos que *Unirismo* no logró tener un amplio espectro de difusión, el cual sólo llegaba a abarcar algunas provincias del centro del país (Cundinamarca y Tolima, principalmente), vacío que era parcialmente llenado por este otro par de semanarios en el Occidente y en la Costa Caribe, respectivamente. Por

Imagen 1. Periódico *Unirismo* del 13 de abril de 1934 y periódico *Jornada* del 16 de marzo de 1947



último, cabe destacar que, por las diferencias expuestas entre Gaitán y los otros miembros y cofundadores de la UNIR (en su mayoría, de extracción comunista o socialista), *Unirismo* sufrió un abrupto e inesperado cierre, a mediados de 1935 (cfr. López 1937).

De forma similar a la existencia de *Unirismo*, en mayo de 1944 José Antonio Osorio Lizarazo, junto con un grupo de amigos y seguidores de Gaitán, fundó el semanario *Jornada*, periódico que se editó en los talleres alquilados de Editorial La Razón. *Jornada* salió a la luz en blanco y negro, con ocho páginas de extensión, y publicó sólo cuatro números, todo a raíz de la estrechez económica y editorial por la que atravesaban los miembros del movimiento gaitanista, resignados para ese momento (mayo-julio de 1944) a ser una minoría sin aspiraciones reales de poder dentro del Partido Liberal.

Posteriormente, en febrero de 1947, *Jornada* reapareció con un renovador formato, editado de la misma manera como se producían los periódicos que representaba a la Gran Prensa liberal de la época, con ocho páginas completas, hechas en máquina plana y haciendo uso de los gráficos y de la fotografía (esta última muy usual para representar las grandes manifestaciones que solían acompañar al tribuno popular), contando con un cuerpo editorial compuesto por elementos pertenecientes a una

nueva generación de profesionales, dedicados de forma exclusiva a vivir del periodismo.

Esta importante transformación que vivió el periódico *Jornada* fue el resultado de una serie de cambios organizacionales introducidos por Gaitán en su movimiento, entre ellos, la aparición de Darío Samper como nuevo director del medio, quien contó con el acompañamiento de importantes figuras del periodismo y las letras, tales como Luis Vidales, José Mar y Jorge Uribe Márquez (entre muchos otros). Además, la reaparición de *Jornada* incluyó la simultánea creación de una editorial propia (la Editorial La Patria), que fue dotada con una máquina de impresión plana propia, con lo cual se garantizó que el nuevo periódico se editara como diario.

Pero la amplificación que estaba viviendo el movimiento gaitanista no sólo significó el cambio de algunas fichas por otras y el nombramiento de Samper como director del nuevo periódico; implicaba también que, a futuro, el movimiento iba a contar con el apoyo organizacional de los directorios liberales departamentales, así como de la prensa liberal que funcionaba en las provincias, factores que le darían al gaitanismo la dimensión de ser un movimiento nacional; posición a la que nunca había accedido de forma tan clara y efectiva, como sí sucedió a partir de este momento.

A tal punto llegó el éxito organizativo del movimiento y del periódico (el cual no sólo tuvo una repercusión en las urnas, al obtener importantes victorias en los comicios de marzo y octubre de 1947), que *Jornada* se editó en los talleres del periódico *El Espectador* (el cual pasó a ser un vespertino) y tuvo un tiraje cercano a los 60.000 ejemplares (Alape 1983), que lo ubicaron como el tercer periódico de mayor difusión nacional (gracias al servicio aéreo de Avianca), condición a la que se sumó la creación de un programa de radio gaitanista denominado *Últimas noticias*, conducido por Rómulo Guzmán, en la emisora La Voz de Bogotá, que era retransmitido por otras emisoras similares en todo el país (Córdoba 1952).

No obstante, la diferencia más significativa entre estos dos medios de comunicación fue de carácter ideológico, puesto que *Unirismo* se definía como “la antorcha del proletariado colombiano” (*Unirismo* 19/08/1934, 1), mientras que *Jornada* en su primera etapa se proclamó como un “Diario al servicio del pueblo”, idea que sería reafirmada por los editorialistas del nuevo *Jornada*, que, luego de haber subtítulo al nuevo periódico como “Diario de la mañana”, en agosto de 1947 lo subtitaron como “Diario del pueblo”, lo cual evidencia una importante innovación discursiva entre uno y otro periódico, transformación que indica que en un principio Gaitán y sus seguidores expresaron un discurso más afín con el marco de la *lucha de clases*, mientras que en los años cuarenta idearon y difundieron un *frame* totalmente distinto, mucho más abarcador, incluyente y revolucionario, como lo fue *el pueblo*.¹⁸

Y si bien los datos preliminarmente esbozados aquí nos permiten controvertir la idea esbozada por varios investigadores y académicos según la cual el gaitanismo fue perdiendo su vigencia y capacidad organizativa en la medida en que se iba haciendo un movimiento mucho más grande, lo cierto es que los niveles de *visibilidad*, *resonancia* y *legitimidad* adquiridos por Gaitán y los gaitanistas demuestran que su posicionamiento en el campo de la opinión pública fue mucho más efectivo hacia la última etapa del movimiento.

Siguiendo algunas de las estimaciones estadísticas que hemos elaborado a partir de la aparición de Gaitán y de los gaitanistas en terceros actores mediáticos (*El Tiempo* para la primera etapa, y *El Tiempo* y *El Espectador* para la segunda y la tercera), los niveles de *consonancia* (resonancia neutral y positiva) y de *disonancia* (resonancia negativa)

entre las tres etapas constitutivas del movimiento fueron de 88,9%, frente a un 11,1% para la primera etapa; de un 64% y un 36% para la segunda, mientras que para la tercera etapa tales valores fueron de un 87,2%, frente a un 12,8%. A partir de tales estimaciones, podemos deducir que el grado de legitimidad de Gaitán y de los gaitanistas fue de 0,11 para la primera etapa, de 0,02 para la segunda etapa y de 0,14 para la tercera y última etapa.¹⁹

Y si bien el grado de legitimidad entre la primera y la tercera etapa es casi el mismo, debemos a su vez reconocer que la *visibilidad* de Gaitán y de los gaitanistas de la primera etapa llegó a ser de un 2,5%, indicador que sufrió una reducción en la segunda etapa, llegando a un 2,2%, mientras que para la tercera etapa el porcentaje de visibilidad de Gaitán y de los gaitanistas llegó a ser de un 12,5%, todo lo cual indica que durante la última etapa el gaitanismo no sólo logró un posicionamiento más legítimo, sino que, a su vez, éste fue cinco veces superior al de la primera etapa, y seis veces superior al de la segunda.

Así, las categorías de análisis parcialmente presentadas y discutidas aquí no sólo evidencian que existieron importantes elementos de cambio en las diferentes fases que experimentó el movimiento gaitanista que deben ser analizados con mayor detenimiento, sino que esgrimen un mecanismo de análisis que será de gran utilidad para estudiar otras formas de acción colectiva y de liderazgo político que han estado presentes en nuestra reciente historia política. ❧

Referencias

1. Alape, Arturo. 1983. *El Bogotazo. Memorias del olvido*. Bogotá: La Pluma.
2. Anderson, Benedict. 1993. *Comunidades imaginadas*. México: Fondo de Cultura Económica.
3. Blumer, Herbert. 1982 [1969]. *El interaccionismo simbólico: perspectiva y método*. Barcelona: Hora.

18 Sobre el papel que cumple la noción de pueblo en la ideología populista, ver Laclau (2005).

19 El grado de *legitimidad* de un actor político o de un personaje de la vida pública (que puede hacer referencia a un actor individual o colectivo) es el resultado de la diferencia entre *resonancia positiva* (p) y *negativa* (n), dividida por el número total de veces que se habló sobre ese actor político o personaje de la vida pública (p-n/N). Este indicador puede variar entre 1,0 y -1,0. En caso de que el valor sea negativo, estaríamos hablando de que dicho grado sería *ilegítimo*, pues indica que el medio de comunicación valoró más negativa que favorablemente las acciones y los mensajes emitidos por dicho actor político o personaje de la vida pública.

4. Böchelmann, Frank. 1983 [1975]. *Formación y funciones sociales de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
5. Bourdieu, Pierre. 2001. *Poder, derecho y clases sociales*. Madrid: Desclée.
6. Braun, Herbert. 1987. *Mataron a Gaitán. Vida pública y violencia urbana en Colombia*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
7. Bretrones, María Trinidad. 2001. *Sociedades avanzadas. Manual de estructura social*. Barcelona: Hacer.
8. Castells, Manuel. 2009. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
9. Champagne, Patrick. 1993. La construcción mediática de los malestares sociales. *Voces y Culturas* 5, no. 1: 7-20.
10. Charry, Carlos. 2010. *Los sucesos del 9 de Abril en Cali y el Valle del Cauca*. Cali: Universidad Libre de Cali.
11. Clemens, Elisabeth. 1999. La organización como marco: identidad colectiva y estrategia política en el movimiento sindicalista norteamericano (1880-1920). En *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*, eds. Dough McAdam, John McCarthy y Mayer Zald, 288-319. Madrid: Istmo.
12. Córdoba, José María. 1952. *Jorge Eliécer Gaitán: tribuno popular de Colombia*. Bogotá: Col-Val.
13. Curran, James. 2005. *Medios de comunicación y poder*. Barcelona: Hacer.
14. Deusad, María. 2001. El carisma político en la teoría sociológica. Tesis doctoral en Sociología, Universitat de Barcelona.
15. Eastman, Jorge Mario. 1979. *Jorge Eliécer Gaitán. Obras seleccionadas*. Bogotá: Imprenta Nacional.
16. Fals Borda, Orlando, Germán Guzmán y Eduardo Umaña. 1988. *La Violencia en Colombia. Estudio de un proceso social*. Bogotá: Círculo de Lectores.
17. Gaitán, Gloria. 1998. *Bolívar tuvo un caballo, mi papa un Buick*. Bogotá: Graficsa.
18. Gaitán, Gloria. 2002. *Jorge Eliécer Gaitán. Escritos políticos*. Bogotá: El Áncora.
19. Gamson, William. 1975. *The Strategy of Social Protest*. Homewood: Dorsey Press.
20. Gamson, William y David Meyer. 1999. Marcos interpretativos de la oportunidad política. En *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*, eds. Dough McAdam, John McCarthy y Mayer Zald, 389-412. Madrid: Istmo.
21. Gellner, Ernest. 1988. *Naciones y nacionalismos*. Madrid: Alianza.
22. Gitlin, Todd. 1980. *The Whole World is Watching. Mass Media in the Making and Unmaking of The New Left*. Berkeley: University of California Press.
23. Goffman, Erving. 2006 [1975]. *Frame Analysis*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
24. Green, John. 1996. Vibrations of the Collective: The Popular Ideology of Gaitanismo on Colombia's Atlantic Coast, 1944-1948. *The Hispanic American Historical Review* 76, no. 2: 283-311.
25. Green, John. 2003. *Gaitanismo, Left Liberalism, and Popular Mobilization in Colombia*. Tallahassee: University Press of Florida.
26. Grossi, Giorgio. 2007. *La opinión pública. Teoría del campo demoscópico*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
27. Gurr, Ted. 1971. *Why Men Rebel?* Princeton: University of Princeton.
28. Gusfield, Joseph. 1986 [1963]. *Symbolic Crusade*. Urbana: The University of Illinois Press.
29. Habermas, Jürgen. 1994 [1969]. *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gedisa.
30. Hobsbawm, Eric. 1974. La anatomía de la violencia en Colombia. En *Rebeldes y primitivos*, 263-274. Madrid: Ariel.
31. Hobsbawm, Eric. 1992. *Naciones y nacionalismo desde 1780*. Barcelona: Crítica.
32. Jasper, James. 1998. The Emotions of Protest: Affective and Reactive Emotions in and Around Social Movements. *Sociological Forum* 13, no. 3: 397-424.

33. Jenkins, Richard. 1999. How Much Is Too Much? Media Attention and Popular Support for an Insurgent Party. *Political Communication* 16: 429-445.
34. Kornhauser, William. 1969. *Aspectos políticos de la sociedad de masas*. Madrid: Amorrortu.
35. Kruse, Corwin. 2001. The Movement and the Media: Framing the Debate over Animal Experimentation. *Political Communication* 18: 67-87.
36. Kurzman, Charles. 1996. Structural Opportunity and Perceived Opportunity in Social Movements Theory: The Iranian Revolution of 1979. *American Sociological Review* 61, no. 1: 153-170.
37. Laclau, Ernesto. 2005. *La razón populista*. México: Fondo de Cultura Económica.
38. Le Bon, Gustave. 1983 [1875]. *Psicología de las multitudes*. Madrid: Morata.
39. Levin, David. 2005. Framing Peace Policies: The Competition for Resonant Themes. *Political Communication* 22: 83-108.
40. López, Fermín. 1937. *El apóstol desnudo. Dos años al lado de un mito*. Manizales: Arturo Zapata.
41. Luna, Lola. 2003a. Maternalismo y discurso gaitanista, Colombia 1944-48. En *Los movimientos de mujeres en América Latina y la renovación de la historia política*, ed. Lola Luna, 87-100. Cali: Universidad del Valle.
42. Luna, Lola. 2003b. Populismo, nacionalismo y maternalismo: casos peronista y gaitanista. *Boletín Americanista* 53: 189-200.
43. Martz, John. 1969. *Colombia. Un estudio de política contemporánea*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
44. McAdam, Doug y David Snow. 1997. Social Movements: Conceptual and Theoretical Issues. En *Social Movements. Readings on Their Emergence, Mobilization and Dynamics*, eds. Doug McAdam y David Snow, xvii-xxvi. Arizona: Roxbury Publishing Company.
45. McAdam, Doug, John McCarthy y Mayer Zald. 1999. Oportunidades, estructuras de movilización y procesos enmarcadores: hacia una perspectiva sintética y comparada de los movimientos sociales. En *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*, eds. Doug McAdam, John McCarthy y Mayer Zald, 21-46. Madrid: Istmo.
46. McCarthy, John y Meyer Zald. 1977. Resource Mobilization and Social Movements: A Partial Theory. *The American Journal of Sociology* 82, no. 6: 1212-1241.
47. McCombs, Maxwell y Donald Shaw. 1972. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly* 36, no. 2: 176-187.
48. McCombs, Maxwell. 2006. *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
49. Monzón, Cándido. 1996. *Opinión pública, comunicación y política. La formación del espacio público*. Madrid: Tecnos.
50. Morris, Aldon. 1981. Black Southern Student Sit-In Movement: An Analysis of Internal Organization. *American Sociological Review* 46, no. 6: 744-767.
51. Nelson Thomas, Zoe Oxley y Rosalee Clawson. 1997. Toward a Psychology of Framing Effects. *Political Behavior* 19, no. 3: 221-246.
52. Neveu, Érik. 2006a. *Sociología de los movimientos sociales*. Barcelona: Hacer.
53. Neveu, Érik. 2006b. *¿Una sociedad de comunicación?* Barcelona: Lom.
54. Noelle-Neumann, Elisabeth. 1995. *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
55. Oegema, Dirk y Bert Klandermans. 1994. Why Social Movements Sympathizers Don't Participate: Erosion and Nonconversion of Support. *American Sociological Review* 59: 703-722.
56. Olson, Mancur. 1965. *The Logic of Collective Action*. Cambridge: Harvard University Press.
57. Olzak, Susan y Ruud Koopmans. 2004. Discursive Opportunities and the Evolution of Right-Wing Violence in Germany. *Annual Journal of Sociology* 110, no. 1: 198-230.
58. Olzak, Susan y Emily Ryo. 2007. Organizational Diversity, Vitality and Outcomes in the Civil Rights Movement. *Social Forces* 85, no. 4: 1560-1591.
59. Osorio, José Antonio. 1979. *Gaitán: vida y muerte y permanente presencia*. Bogotá: Carlos Valencia.
60. Otálora, Sergio. 1989. Gaitanismo: movimiento social y no disidencia partidista. En *Entre movimientos y caudillos: 50 años de bipartidismo, izquierda y alternativas populares en Colombia*, ed. Gustavo Gallón, 27-45. Bogotá: Cinep.
61. Palacios, Marco. 1971. *El populismo en Colombia*. Bogotá: Suasinza.
62. Palacios, Marco. 1995. *Entre la legitimidad y la violencia. Colombia 1875-1994*. Bogotá: Norma.

63. Park, Robert. 1940. News as a Form of Knowledge: A Chapter in the Sociology of Knowledge. *The American Journal of Sociology* 45, no. 5: 669-686.
64. Park, Robert. 1969 [1945]. Collective Behavior. En *Introduction to the Science of Sociology*, 865-877. Chicago: The University of Chicago Press.
65. Pécaut, Daniel. 2000. Populismo imposible y violencia. El caso colombiano. *Revista de Estudios Políticos* 16: 45-70.
66. Pécaut, Daniel. 2002. *Orden y violencia. Evolución sociopolítica de Colombia entre 1930 y 1953*. Bogotá: Norma.
67. Peña, Luis David. 1948. *Gaitán íntimo*. Bogotá: Iqueima.
68. Perry, Santiago. 1968. *Escritos políticos*. Medellín: Bedout.
69. Raboy Marc y Bernard Dagenais. 1992. *Media, Crisis and Democracy. Mass Communication and the Disruption of Social Order*. Londres: Sage.
70. Ramos, Luisa. 1997. La dimensión política de los movimientos sociales: algunos problemas conceptuales. *Revista de Investigaciones Sociológicas* 79: 247-263.
71. Ramsey, Russell. 1973. Critical Bibliography on La Violencia in Colombia. *The Latin American Research Review* 8, no.1: 3-44.
72. Robinson, Cordell. 1976. *El movimiento gaitanista en Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo.
73. Rodríguez, Adriana. 2009. El gaitanismo y los gaitanistas de *Jornada* (1944-1948). En *Mataron a Gaitán: 60 años*, eds. César Ayala, Óscar Casallas y Henry Cruz. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
74. Roldán, Mary. 2000. Limitaciones locales de un movimiento nacional: Gaitán y el gaitanismo en Antioquia. *Análisis Político* 39: 15-31.
75. Roldán, Mary. 2003. *A sangre y fuego: la Violencia en Antioquia, Colombia 1946-1953*. Bogotá: Icanh.
76. Safford, Frank. 1979. Reviewed Work of Gaitán of Colombia: A Political Biography by Richard E. Sharpless. *The American Historical Review* 84, no. 2: 599-600.
77. Sánchez, Gonzalo (Ed.). 1986. *Pasado y presente de la violencia en Colombia*. Bogotá: Cerec.
78. Sharpless, Richard. 1978. *Gaitán of Colombia A Political Biography*. Pittsburgh: University of Pittsburgh.
79. Sierra, Jorge E. 1997. *El pensamiento político de Gaitán*. Bogotá: Plaza & Janés.
80. Snow, David, Robert Benford, E. Burke y Steven Worden. 1986. Frame Alignment Processes, Micromobilization, and Movement Participation. *American Sociological Review* 51, no. 4: 464-481.
81. Snow, David y Robert Benford. 2000. Framing Processes and Social Movements: An Overview and Assessment. *Annual Review of Sociology* 26: 611-639.
82. Staggenborg, Suzanne. 1988. The Consequences of Professionalization and Formalization in the Pro-Choice Movement. *American Sociological Review* 53, no. 4: 585-605.
83. Taine, Hyppolite. 1986 [1878]. *Los orígenes de la Francia contemporánea*. Barcelona: Orbis.
84. Tarde, Gabriel. 1986 [1904]. *La opinión y la multitud*. Madrid: Taurus.
85. Tarrow, Sidney. 1999. Estado y oportunidades: la estructuración política de los movimientos sociales. En *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*, eds. Dough McAdam, John McCarthy y Mayer Zald, 71-99. Madrid: Istmo.
86. Tarrow, Sidney. 2004. *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Madrid: Alianza.
87. Thompson, John. 2006 [1990]. *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: UAM.
88. Thompson, John. 2007 [1997]. *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
89. Valencia, Luis E. 1968. *Gaitán. Antología de su pensamiento económico y social*. Bogotá: Ediciones Suramericana.
90. Vásquez, Julio César. 1992. *Gaitán. Mito y realidad de un caudillo*. Tunja: Servicios Gráficos.
91. Yang, Goubin. 2000. The Liminal Effects of Social Movements: Red Guards and the Transformation of the Identity. *Sociological Forum* 15, no. 3: 379-406.
92. Zald, Mayer. 1999. Cultura, ideología y creación de marcos estratégicos. En *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*, eds. Dough McAdam, John McCarthy y Mayer Zald, 369-388. Madrid: Istmo.
93. Zdravomyslova, Elena. 1999. Oportunidades y creación de marcos interpretativos en la transición a la democracia: el caso de Rusia. En *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*, eds. Dough McAdam, John McCarthy y Mayer Zald, 182-202. Madrid: Istmo.