

# **REDES SOCIALES EN INTERNET Y AGENDA SETTING EN EL CASO DE MARÍA CAMILA SÁNCHEZ, VÍCTIMA DE ACOSO SEXUAL EN TRANSMILENIO EN BOGOTÁ**

## **RESUMEN:**

Este artículo se propone analizar la manera en que se reubica la información de los medios en el contexto de los cambios tecnológicos y sociales que se han producido en el ámbito periodístico en Colombia, en general en Bogotá, en particular un caso específico de violencia contra la mujer; el caso escogido para el análisis es el de María Camila Sánchez, víctima de acoso sexual en Transmilenio en Julio de 2014, cuando se dirigía de regreso a su casa. Se espera proporcionar a partir del caso estudiado, nuevas miradas sobre el tema y aportar al conocimiento del periodismo sobre el fenómeno de intersección entre la información que se presenta en las redes sociales y que logra posicionarse en un lugar privilegiado en los medios de comunicación nacional.

Facebook y Twitter son algunas las redes sociales en Internet que acaparan el interés de los colombianos como lo demuestra señala la más reciente “Encuesta de Calidad de Vida” del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2014) de Colombia, que asegura que el 63,8<sup>1</sup> por ciento de los usuarios que accedieron a internet y redes sociales, lo hicieron desde cualquier lugar o dispositivo móvil y su aplicación móvil. En este contexto, el caso de María Camila permite analizar la vinculación actual de las redes sociales en la construcción de la *agenda mediática*, bajo la mirada de la teoría *agenda setting*, desarrollada por Maxwell McCombs.

**Palabras Clave: redes sociales en Internet, Agenda Setting, Periodismo**

---

<sup>1</sup> Departamento Administrativo Nacional de Estadística es la entidad responsable de la planeación, procesamiento, análisis y difusión de las estadísticas oficiales de Colombia. Actualización de datos 2014.

## **ABSTRACT:**

This article analyzes how the information is relocated in the media under the context of the technological and social changes that have occurred in the Colombian journalism, by using a study case of violence against woman: the case of Maria Camila Sanchez who was sexual harassed while riding the Transmilenio in July 2014. This work seeks to present a new perspective about the theme and advance in the research regarding the information handle by the social networks and how it can reach a privileged place in the national communication media.

Facebook and Twitter are some of the most important social networks that are used by Colombian people. According to The National Administrative and Statistic Department (DANE, 2014), 63, 8%<sup>2</sup> of the internet users from Colombia access this device by using one of these social networks. Under this context, the case from Maria Camila Sanchez helps us to analyze the relationship between the use of social networks and the construction of the media agenda, using the *agenda setting* theory developed by Maxwell McCombs.

**Keywords: social networking sites, Agenda Setting, Journalism.**

---

<sup>2</sup> The National Administrative Department of Statistics (Spanish: Departamento Administrativo Nacional de Estadística), commonly referred to as DANE, is the Colombian Administrative Department responsible for the planning, implementation, analysis and diffusion of the official statistics of Colombia.

# 1. INTRODUCCIÓN

Las redes sociales en Internet son un fenómeno que cambió la forma de hacer y conocer la información, la manera de relacionarse el periodista con la audiencia: herramientas tan conocidas como Facebook y Twitter crean un nuevo espacio de interacción entre los medios de comunicación y sus audiencias. Con el Internet y las redes sociales, los medios de comunicación se han adaptado a los nuevos espacios, la relación entre la audiencia y el periodista ha cambiado sustancialmente en los nuevos tiempos. Y ellos mismos, los periodistas, son parte de la red de usuarios que además han ido incorporando todas las nuevas herramientas tecnológicas para ejercer día a día su profesión. A través de las redes sociales, el periodista, por ejemplo, mantiene un diálogo con el público a quien le provee información y revela abiertamente su metodología de trabajo, su día a día.

Resumidamente, algunas herramientas permiten hacer un periodismo moderno se destacan por permitir, a los medios, hacer una publicación atractiva para la web y para el lector; generar videos desde dispositivos móviles, proporcionar un nuevo tipo de narración audiovisual. Del mismo modo compartir información y enlaces a través de redes sociales de manera instantánea. Otro ejemplo de estos instrumentos digitales son los espacios referidos hacia la audiencia en los que ésta tiene la oportunidad de dar su opinión de manera inmediata, se da espacio a que haya una retroalimentación y se multiplique el número de personas que conocen los temas que el periodista está desarrollando.

En relación con estos cambios sufridos en el trabajo periodístico, McQuail señala que los cambios “obedecen directamente a los avances tecnológicos en las formas de distribución y manejo electrónicos de la información, pero también refleja transformaciones sociales y económicas más esenciales y duraderas” (1992,25) en este sentido agrega que el periodismo de hoy responde a unos cambios sociales que algunos autores han denominado *“la sociedad de la información”* en donde los individuos y las instituciones dependen cada vez más de la información y de la comunicación para poder funcionar con eficacia (1998, 25). En del reportero, éste puede escribir y publicar su producto periodístico desde su teléfono móvil, e incluso puede procesar datos para trasladar información en documentos de papel a formato digital, al tiempo que ayuda a recolectar, editar y cobrar contenidos digitales para su agenda mediática o pública. En el caso de las noticias Miguel

Ángel Bastenier señala que las noticias o los hechos que responden a una realidad tangible; es decir “todo aquello que se oye, se ve y se toca” (2009,92) porque las noticias se construyen sobre la base de las practicas rutinarias.

## **Las Redes Sociales: Facebook y Twitter**

Las redes sociales en internet crearon una serie de nuevas y complejas relaciones entre los usuarios y además han afectado al periodismo, que en este artículo se presentará cómo estas redes sociales se vinculan a la labor del periodismo y cómo contribuyen a la construcción de agenda. Las redes sociales en este artículo serán entendidas como **redes sociales en Internet**, en este sentido, una definición adecuada es la proporcionada por Boyd y Ellison (2007).

We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site. (Boyd y Ellison, 2007, p 211). <sup>3</sup>

Por otra parte, el *Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información* (ONTIS), complementa la definición dada por Boyd y Ellison al señalar que la red social es “un sitio en la red cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades” (ONTIS, 2011,12). Estas redes sociales son la nueva forma en la que se representa nuestra red social, pero también son el modo en el que se construye nuestra identidad online y el cauce mediante el que se agrega y comparte nuestra actividad en la red. Todo esto nos conduce a la teoría de la *agenda melding*, según la cual los usuarios tienden a agruparse de acuerdo con factores de gusto e interés y, a la vez, se mueven de un grupo a otro ya no solo de acuerdo a sus intereses sino a la agenda que los mismos medios crean.

---

<sup>3</sup> Son servicios dentro de las webs que permiten al usuario 1) construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema limitado, 2) articular una lista de otros usuarios con los que comparte una conexión y 3) visualizar y rastrear su lista de contactos y las elaboradas por otros usuarios dentro del sistema. La naturaleza y nomenclatura de estas conexiones suele variar de una red social a otra. (Traducción propia).

En este sentido, las redes sociales en Internet juegan un papel muy importante en el nuevo periodismo porque constituyen agenda pública y agenda mediática en la medida que las personas discuten algunos temas de actualidad presentados por los medios. Esta fue la base que suscitó el concepto de “agenda-setting” pensando sobre la relación y la influencia de las Redes Sociales en la construcción de agenda mediática.

En nuestro contexto, Colombia sobresale como uno de los países en vía de desarrollo que viene liderando el avance del gobierno electrónico. Desde la base hasta la cumbre del poder, la democratización de los medios de comunicación y el internet, es una de las políticas de desarrollo que más se ha fortalecido.

### **La Agenda Setting**

Teoría elaborada por McCombs a comienzos de los 70 en los Estados Unidos. En compañía de Donald Shaw, Maxwell McCombs investigaron su hipótesis en el libro “*Agenda-Setting Function of Mass-Media*” en 1972. Para esta teoría, los temas que son relevantes para los medios de comunicación terminan siendo transcendentales y significativos para el público.

Maxwell McCombs, señala que McCombs que los temas en los que enfatizan los medios, se vuelve importante para el público (McCombs, 2006). Felipe Pena de Oliveira señala que McCombs desarrolló esta importante teoría que surgió como una reacción a la teoría de los efectos limitados y alcanzó su auge en los años 40 y 60. Sin embargo, ya desde 1922, Walter Lippman, había hablado en su libro ‘Public Opinion’ acerca de la relación de causa y efecto que existe entre la agenda mediática y la pública (2009 p. 152-153). Y complementa que la teoría “...defiende la idea de que los consumidores de noticias tienden a considerar más importantes los asuntos que difunde la prensa y sugiere que los medios de comunicación dirigen nuestras conversaciones. Es decir, los medios nos dicen sobre qué hay que hablar y determinan nuestras conversaciones” (Pena, 2009, 152).

En otras palabras, el concepto de “*Agenda Setting*” se centra en la capacidad de los medios para determinar la importancia de la información que éstos difunden, dándole un orden y una prioridad

a las noticias que, en últimas, influyen en la percepción de la audiencia. “los límites en el tamaño de la mayoría de las agendas mediáticas aún resultan más obvios, al darse una cantidad limitada de espacio en el periódico y una cantidad limitada de tiempo en las radiodifusiones informativas” (McCombs, 2006, pág. 85.) también ocurre en internet donde hay restricciones de acuerdo con la capacidad de los portales, en algunos casos el espacio o el tiempo son limitados.

Teniendo en cuenta que hay una diversidad de temas para abordar en términos de noticias, solo algunos de ellos, entre tres y cuatro, logran captar la atención de los medios e influenciar a la audiencia. En este sentido, la teoría de “*agenda setting*” estudia la relación causal entre agenda mediática y pública en dos niveles: 1) En el primer nivel, McCombs sostiene que el público incluye o excluye de sus conocimientos lo que los medios de comunicación, a su vez, incluyen y excluyen de sus contenidos de noticias. El público le asigna a dichos contenidos la misma importancia que los medios le dan a estos. 2) El segundo nivel, más reciente, determina los atributos o adjetivos del tema que los periodistas destacan al momento de informar. En resumen, como lo menciona Meyer “los medios no solo nos dicen en qué pensar sino en cómo pensar” (Meyer, 2009), dándoles características como “*leads*” llamativos, diferentes fuentes, tipos de encuadre y puntos de vista particular a la noticias y haciendo que las personas formen su propia opinión a partir de estos atributos.

De esta manera los medios de comunicación le imponen, a un mensaje determinado, relevancia cuando lo colocan en un lugar privilegiado como la portada de un diario, se le agregan gráficos que llamen la atención (McCombs, 2006, p107), si siempre la relación causa se ha mantenido entre una agenda mediática y publica, es decir, la *agenda setting* influencia en la manera en que el público piensa, el caso que se estudia a continuación nos muestra un nuevo elemento en donde el público, a través de las redes sociales, influencia la *agenda setting*. Agrega McCombs, que “la comunicación de masas es un proceso social en el que el mismo mensaje, sea de forma impresa, sonora o audiovisual, es propagado una numerosa población.

Hay características o atributos de dichos mensajes que tienen influencia sobre cuanta gente les presta atención y captan al menos alguna parte del contenido. Las noticias de portada tienen dos veces más lectores que las que no aparecen en las páginas interiores” (McCombs, 2006, pág. 107).

También lo hacen los gráficos, titulares grandes y el uso de palabras específicas, lo que genera que el lector interprete la realidad que le muestra el periodista.

### **El fenómeno de las redes sociales y el periodismo**

Las redes sociales son plataformas que también permiten usarse para consultar material periodístico, según la investigación realizada por el Pew Research Center, uno de los “Think Tank”<sup>4</sup> más influyentes en Washington, seis de cada 10 personas usan estas herramientas para informarse. (Pew Research Center, 2015).

Seis de cada 10 personas consumen noticias a través de Facebook y Twitter. Las redes sociales siguen posicionándose cada vez más como herramientas esenciales para el diario vivir. Así lo demuestra un estudio realizado por Pew Research Center, pues señala que seis de cada 10 personas consumen noticias a través de Facebook o Twitter. Esta investigación se realizó en Estados Unidos e indica que durante el 2015 se incrementó el número de personas que acceden a las noticias a través de estas redes sociales, para ser exactos, es el 63 por ciento de la población de ese país. (Pew Research Center, 2015).

Al mismo tiempo las rutinas de periodista se enfrentan a nuevos cambios. En el caso de noticias sobre transporte público, años atrás, la noticia era reportada en los diarios algunos días después del hecho, hoy con una sola publicación en la cuenta de un medio en Facebook o Twitter puede resultar atractivo para que el periodista en compañía del medio decida hacer del hecho un producto periodístico que de ser consultado, se integra a la opinión pública de las personas.

---

<sup>4</sup>Think tank es un término que en inglés americano significa coloquialmente «cerebro». El concepto moderno de think tank tiene un origen militar. Durante la Segunda Guerra Mundial se refería a un local o recinto cerrado en el que científicos y militares se reunían para debatir asuntos estratégicos. La traducción literal al español es depósito de pensamientos o tanque de pensamientos.

## CONTEXTO DEL TRANSPORTE PÚBLICO

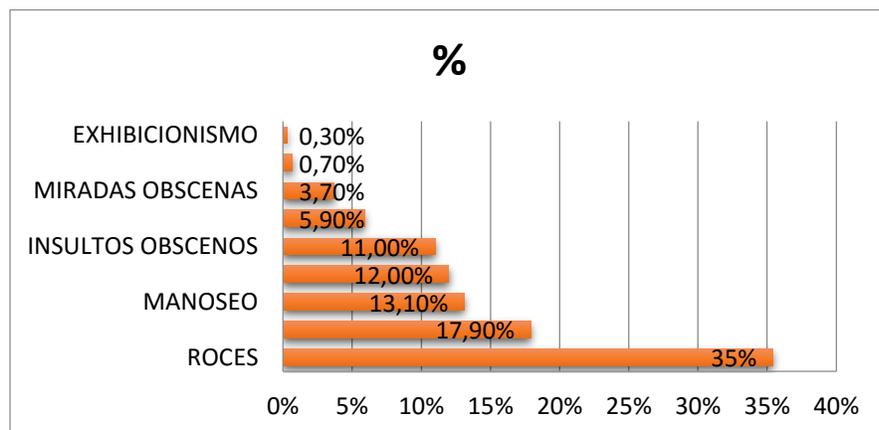
### Situación del acoso femenino en el transporte público, Transmilenio.

El acoso sexual del que son víctimas algunas las mujeres que utilizan el transporte público, se describe como el uso del poder físico o la agresión verbal de hombres sobre mujeres, la concepción del cuerpo de las mujeres como objeto y la tolerancia social de los transeúntes o pasajeros. De acuerdo con la Secretaría de la Mujer, estas características son una expresión de las desigualdades entre mujeres y hombres que permanecen, reproduciendo la inequidad y la discriminación (Secretaría de la Mujer, 2014).

En la Encuesta Distrital de Movilidad de 2011, publicada en el año 2014, entre 17.336 mujeres encuestadas, el 75% “manifestaron no haber sido afectadas por algún tipo de violencia o agresión como manoseo, insultos, atracos, entre otros en el último mes.” (Secretaría de la Mujer, 2011). Adicionalmente, la misma encuesta evidencia prevalencia de diferentes tipos de violencia y agresiones en contra de la mujer en el transporte público en Bogotá (ver siguiente gráfica 1).

#### Gráfica número 1.

### Tipos de violencia y agresiones en contra de la mujer en el transporte público en Bogotá



Producción propia a partir de las cifras suministradas por la Secretaría Distrital de la Mujer. (2014) en el *Boletín informativo número 2*.

En este sentido, para comprender en términos de numéricos, los siguientes datos traducen los porcentajes en cifras de violencia en el Transporte Público en Bogotá:

**Tipo de acoso y número de casos denunciados:**



De acuerdo con la gráfica anterior, y las cifras suministradas, la incidencia más alta de agresiones contra la mujer fue del 35,4% para los casos de roces, definidos como tocamientos leves sin consentimiento. Estos incidentes hacen parte del 64 % del total que conllevan a una clara connotación sexual. Estos tipos de actos suelen pasar desapercibidos porque no son visibilizados por considerarse menores ante las autoridades e instituciones públicas.

El acoso sexual en el transporte público en Bogotá es ampliamente estudiado y discutido por las instituciones del Estado, principalmente por la Secretaría de la Mujer que no fue ajena a la agresión de María Camila, mediante un boletín de prensa divulgado el 11 de julio de 2014, manifestó en este caso, la entidad rechazaba el hecho e instó a la ciudadanía y a todas las autoridades competentes para que actúen de manera oportuna, coordinada y corresponsable para que garantizara la protección integral y efectiva de las mujeres víctimas (Secretaría de la Mujer, 2014).

# CASO DE MARÍA CAMILA SÁNCHEZ

Imagen número 1.



Imagen tomada de la cuenta en Twitter de María Camila Sánchez

María Camila Sánchez, periodista de la revista Dinero, fue agredida sexualmente por un individuo en uno de los vagones del transporte masivo en Transmilenio. Ella salía como es su costumbre, de su trabajo, el 10 de julio de 2014 en horas de la noche, ubicado en la Calle 93, y sobre las 8 de la noche, estando en la estación del Virrey, ella abordó el articulado D10 que va hacia el Portal de la 80. A esa hora, las estaciones y los buses todavía la aglomeración es muy grande. Al subirse al articulado, María Camila sintió el roce de una mano en su ingle. Como ella lo relató en la entrevista hecha para este trabajo, el sujeto la tocó dos veces, ella amedrentada no fue capaz de gritar o pedir ayuda, pues todo el tiempo le preocupaba que el sujeto pudiera estar armado. Decidió esperar hasta entrar al portal de la 80, y al salir del bus buscó ayuda para que detuvieran al hombre que, infortunadamente, se dirigió a un alimentador.

María Camila se dirigió al primer funcionario de Transmilenio que encontró, relató lo sucedido y la respuesta fue que había que buscar un policía pero que en esa plataforma no había un auxiliar entonces tocaba ir a otra. Mientras todo esto sucedía el hombre huyó.

La revista Semana, al publicar el hecho enfatizó en los problemas de Transmilenio: “En primera instancia, no gritó y simplemente se hizo a un lado por miedo a que el hombre tuviera un arma y reaccionara de manera violenta. Pero después corrió para que alguien la ayudara, sin embargo la respuesta por parte del personal de Transmilenio y de los usuarios fue nula” (Revista Semana, 2014). En su cuenta de Twitter, apenas llegó a su casa, escribió desde su celular el siguiente trino: “Fui manoseada x un enfermo sexual en @TransMilenio y desafortunadamente el tipo escapo porque nadie pudo detener el alimentador al que subió” (tomado del Twitter @MaCamiSanchez).

Posteriormente recurrió a colegas y logró que otros medios de comunicación, periódicos y noticieros, programas de radio, fijaran su atención en el cubrimiento y posterior análisis de su caso. Al día siguiente, atendió entrevistas de radio y televisión en las que afirmaba que después del hecho pidió ayuda en el Portal de la 80, sin obtener ninguna respuesta. A pesar de las promesas de las autoridades y del retrato hablado divulgado, la respuesta de la gente ayudó a que, al menos, en ese momento, se discutiera sobre el tema y fuera abordado en los medios de comunicación en momentos en que Colombia celebraba los partidos ganados en el Mundial Brasil 2014.

Casos como el de María Camila ocurren a diario en un sistema tan complejo como Transmilenio. De hecho es posible que en cada articulado y en cada viaje se produzca debido a la acumulación de gente, a la incomodidad, un roce indeseado. No es desconocido para ningún usuario, la incomodidad que produce el sobrecupo, la falta de atención a las mínimas normas de seguridad cuando se invaden o se traspasa los espacios señalados en amarillo, sin el menor miramiento. Estas situaciones se convierten en un pretexto y en una oportunidad para un enfermo sexual o para una simple persona sin una formación en los valores de convivencia y de respeto.

En la siguiente fase del artículo, se presentan los resultados de la investigación del caso y su vinculación con las redes sociales en Internet. El caso de María Camila Sánchez habla de la importancia de las redes sociales para hacer de un episodio común, un tema en la agenda pública nacional. El suceso que se propone estudiar es la noticia de María Camila Sánchez, expresada primero como un “trino” de desahogo, ante una ofensa de carácter sexual en el Transmilenio de Bogotá. Tomando en cuenta las nuevas dinámicas del periodismo, analizando cuál fue la relevancia de la noticia del caso de María Camila, víctima de acoso sexual en Transmilenio cuya reacción

inicial fue visibilizada por los medios y las redes sociales provocando una respuesta inmediata de la audiencia, planteamos la siguiente hipótesis: las Redes Sociales en Internet reubican los temas de la agenda de los medios de comunicación, contribuyendo a dar mayor o menor relevancia a un hecho e involucrando actores e ideas que tradicionalmente quedaban fuera de los medios de comunicación, se responderá a la pregunta: *¿Cuál es la vinculación de las Redes Sociales en la construcción de la agenda setting en el caso de María Camila Sánchez, víctima de acoso sexual?*

## 2. METODOLOGÍA

La recolección de información se hizo con base en un método mixto que vincula técnicas cuantitativas y cualitativas. Los medios de comunicación que se escogieron por su cobertura e importancia en el periodismo nacional. Los hechos se recolectaron, buscando definir cómo creció y decreció el flujo de información alrededor de la noticia. Posteriormente se analizó y sintetizó la información, quedando manifiesta la acción de los medios de comunicación, su cubrimiento y seguimiento a un hecho que logró mover a la audiencia. Se revisaron las publicaciones hechas de la noticia con el fin de realizar un ejercicio cualitativo que permitió, definir algunas características para refutar o comprobar la hipótesis y conocer la información más importante.

Se realizó también una entrevista (vía Skype) a María Camila Sánchez, víctima de acoso sexual en Transmilenio, con el fin de obtener información de primera mano acerca lo que sucedió y poder analizar otras variantes del caso. Para, finalmente conocer qué tuvo de particular el caso de ella y por qué movió a un grupo pequeño de ciudadanos a través de las redes sociales y logró que su denuncia fuera atendida por los medios y publicada en televisión, radio y prensa nacional e incluso internacional.

Los medios analizados fueron: Blu Radio, Caracol Radio, en su portal digital, la versión digital de El Tiempo, El Espectador y Semana, y las publicaciones hechas por las cuentas de los perfiles de los medios de comunicación en las redes sociales Facebook y Twitter. En la etapa de recolección de datos, se hicieron evidentes los dos momentos contemplados en la teoría de la *agenda setting*. En un primer momento, el registro de la noticia y el seguimiento cronológico de ésta. En este sentido para el caso del primer nivel de se definió, entonces, una matriz de recolección de información con los siguientes aspectos: medio de comunicación donde fue publicada la noticia, sección o programa, factor cronológico, cuál fue el titular, la extensión en párrafos o tiempo, para el caso radial y si hubo o no uso de recurso audiovisual.

**Tabla de recolección y sistematización de la información de análisis utilizada en el primer nivel, construida a partir de la teoría de *agenda setting*, primer nivel**

Cuenta del Medio de Comunicación	Fechas. 10, 11, 12, 13, 14, 15 de julio	Programa	Titular	Extensión	Recurso Audiovisual
<b>Blu Radio</b>					
<b><i>Caracol Radio</i></b>					
<b>Semana.com</b>					
<b>Elespectador.com y Eltiempo.com</b>					

En un segundo momento, para la etapa de recolección de datos, se hizo el registro y posterior seguimiento dado a la noticia y se analizó cómo fue expuesto el hecho, además de aspectos formales como el titular, el uso y número de fuentes y finalmente, la intención con que fue recibida la noticia.

Los aspectos son: medio de comunicación donde fue publicada la noticia, sección o programa, factor cronológico, cuál fue el titular y *lead*, uso y número de fuentes y la intención con que fue recibida la noticia, es decir en qué enfatizan, cuáles fueron sus temáticas.

**Tabla de recolección y sistematización de la información de análisis utilizada en el primer nivel, construida a partir de la teoría de *agenda setting* segundo nivel.**

Cuenta del Medio de Comunicación	Fechas. 10, 11, 12, 13, 14, 15 de julio	Sección	Titular y lead	Fuentes	Intención
Blu Radio					
Caracol Radio					
Semana.com					
Elespectador.com y Eltiempo.com					

También es de tener en cuenta que en el caso radial, se analiza los diferentes espacios radiales y sus niveles de sintonía. La franja que resulta importante para nuestro análisis es la de la mañana: entre las 6 y las 10 a. m. que se podría considerar como la más competida entre las emisoras de radio: “Caracol Radio con 1.030.000 oyentes; seguido por La W Radio, con 780.000; RCN La Radio, con 456.000; La F.M., 428.000, y Blu Radio alcanza ya 207.000 oyentes” (Revista Semana, 2014).

Fueron analizados los siguientes perfiles en las redes sociales Twitter y Facebook:

Cuenta en Red Social	Volumen de información	Periodo
Twitter @MaCamiSanchez	46 publicaciones	8-16 de julio
#NoabusadoresenTM	9 publicaciones	11-12 de julio
Twitter ET Noticias	9 publicaciones	11 julio
ElTiempo y ElEspectador	9 publicaciones	11 julio
Facebook Semana.com	20 publicaciones	11 julio

Dentro de los perfiles de redes sociales de Twitter y Facebook se analizaron las cuentas de los principales generadores de opinión en términos radiales y de prensa escrita. Seguido, se describe la participación sobre la audiencia y sus características más relevantes con el fin de dar un contexto de quiénes cubrieron la noticia del caso de María Camila Sánchez.

## **Participación de los medios en la audiencia**

### **3.1.1. Radio**

En el caso de la radio, un estudio publicado por la Revista Semana conocido bajo el nombre de “Estudio Continuo de Audiencia Radial” (ECAR) para julio de 2014, analiza los diferentes espacios radiales y sus niveles de sintonía, Sin embargo, la franja que resulta importante para nuestro análisis es la de la mañana: entre las 6 y las 10 a.m. que se podría considerar como la más competida entre las emisoras de radio: Caracol Radio con 1.030.000 oyentes; seguido por La W Radio, con 780.000; RCN La Radio, con 456.000; La F.M., 428.000, y Blu Radio alcanza ya 207.000 oyentes (Revista Semana, 2014).

#### **Blu Radio**

Blu Radio es una cadena de radial colombiana, propiedad de Caracol Televisión que pertenece al grupo Valórem. Comenzó transmisiones oficiales desde septiembre de 2012. De acuerdo con el estudio, ECAR, Blu Radio se sitúa en el cuarto y último lugar de número de oyentes con 435 mil oyentes es decir el 1,6 % del universo poblacional.

En el caso de la franja informativa de las horas de la mañana (entre las 6 a. m. y las 10 a. m.), la que se podría considerar la más disputada entre las cadenas radiales, Blu Radio cuenta con 207.000 oyentes y se sitúa en el quinto lugar de sintonía. Su programa Mañanas Blu, importante para este que se transmite de 4 a 10:15 de la mañana de lunes a viernes, y habla de la actualidad en Colombia y el mundo en una franja que conjuga información y opinión. (Blu Radio 2014).

## **Caracol Radio**

Caracol Radio es un sistema de estaciones de radio que cubre todo el territorio colombiano. Es propiedad del grupo español Prisa desde el año 2003. Caracol Radio nació en Medellín en 1948 como Cadena Radial Colombiana S.A., cuando el 50% de Emisoras Nuevo Mundo (Fundada en 1945 por la Sociedad de Radiodifusión Interamericana), de Bogotá, fue adquirido por La Voz de Antioquia. Siendo Caracol Radio el primero con 1.030.000 oyentes en la franja de la mañana con su programa 6 AM Hoy por Hoy nació en abril de 1979, y revolucionó la radio informativa de Colombia. Desde entonces, es el programa más escuchado de la radio colombiana, según las cifras audiencia del Estudio Continuo de Audiencia Radial (ECAR, 2014) y del Estudio general de Medios (EGM). Darío Arizmendi lo dirige desde 1991.

### **3.1.2. Prensa, sus portales digitales**

El Estudio de Medios Digitales de la organización periodística Consejo de Redacción y el Centro Ático de la Universidad Javeriana muestra que en Colombia, a fines de 2012, había 650 medios definidos como informativos. La mayoría, más de la mitad, son exclusivamente plataformas en internet. Aunque más de 300 están en Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla, el resto se origina en otros 100 municipios. Y la mayoría es nueva: dos tercios tienen entre uno y cinco años de edad. (Estudio de Medios Digitales, Germán Rey, 2012).

Respecto a los formatos digitales de El Tiempo, El Espectador y la Revista Semana, que por ejemplo permiten ubicar un texto específico en segundos, reproducción en videos, espacio para los comentarios de los usuarios registrados, posibilidad de compartir el contenido en las redes sociales y la posibilidad de consultarlo las 24 horas del día, desde que se cuente con internet o descargando la aplicación en un dispositivo móvil como celulares o tabletas.

### **Portal Digital de El Tiempo, eltiempo.com**

El portal digital de El Tiempo, eltiempo.com, comenzó en alianza con la plataforma de Telecom en 1996, hace 16 años. Empezó su propia estrategia digital en 2004. El periódico El Tiempo es un periódico colombiano fundado el 30 de enero de 1911 por Alfonso Villegas Restrepo.

En la actualidad, la versión impresa es la de mayor circulación en Colombia y por siete años prácticamente el único nacional, debido a la crisis de su principal competidor, El Espectador, que en 2001 se convirtió en semanario antes de volver a ser diario en 2008. Su propietario es el grupo económico liderado por el empresario colombiano Luis Carlos Sarmiento Angulo, que le compró su parte al Grupo Planeta de España, en marzo de 2012.

### **Portal Digital de El Espectador, elespectador.com**

El Espectador, con su portal digital elespectador.com estrenó el formato digital en 1997, en alianza con UOL. La estrategia digital propia del periódico arrancó en 2006. El Espectador es un periódico colombiano que cuenta con 1.850.400 suscriptores. La versión impresa fue fundada por Fidel Cano Gutiérrez el 22 de marzo de 1887 en la ciudad de Medellín. En 2012 cumplió 125 años de existencia, siendo el periódico más antiguo en Colombia, uno de los más antiguos de América y el de mayor trayectoria en la historia del país.

### **Portal digital Revista Semana, semana.com**

La versión impresa de la revista, fue fundada en 1946, por Alberto Lleras Camargo, justo después de terminar su período presidencial. La revista fue un referente del Partido Liberal y circuló hasta 1961. En 1982, Felipe López decidió refundar la revista y logró que Alberto Lleras le cediera los derechos sobre el nombre de Semana.

Desde este momento Semana se convirtió en la revista de opinión de mayor circulación e influencia en el país y permanecería prácticamente sin competencia en este campo, hasta la aparición de la revista *Cambio* en el año 2010. *Cambio* fue una revista colombiana sobre actividad sociopolítica y económica, fundada bajo el nombre de *Cambio 16*, fue más tarde vendida y renombrada como *Cambio* en 1998 por Gabriel García Márquez y otros socios.

En 2006 la revista *Cambio* fue vendida a la Casa Editorial El Tiempo, dueña del diario El Tiempo. En 2010 la Casa Editorial El Tiempo decide cerrar la revista, citando razones de rentabilidad y reorganización, aunque algunas fuentes dicen que en realidad fue la investigación del caso de Agro Ingreso Seguro, lo que precipitó el cierre de la revista. Para la opinión pública, se ha mantenido la idea de que fue un acto de censura por diferencias entre la línea editorial de la revista con la de El Tiempo. Revista Semana, con semana.com, creó su versión Web en 2002. Actualmente es visitada diariamente por miles de personas y usuarios en Colombia y en el mundo.

### **Historia y usos de Facebook y Twitter:**

El surgimiento de Facebook en el año 2004 produjo una real revolución en la manera de comunicarse la población. Facebook aprovechó algo que ha existido siempre, la necesidad de la gente de “conocer”. En todas las épocas y sociedades, saber acerca de quien está a nuestro lado ha sido un factor motivante de las relaciones sociales. Conocer desde lo más trivial, husmear, figonear, hasta un conocer altamente sofisticado que permite definir formas de organización social y política. La moderna tecnología, el mundo de la computación y la electrónica a los que nació unida Facebook, vinieron a suponer un cambio radical en la forma de comunicarnos. Primero, la posibilidad de conocer y contactar individuos trascendió al grupo natural, al vecindario y se extendió a la ciudad, el país, al mundo. Esta posibilidad, alteró también la manera de producir noticias, de compartirlas, de opinar e interpretarlas, dando al periodismo una cara radicalmente nueva.

En la actualidad, dos redes sociales acaparan a los usuarios en términos de cifras, Facebook y Twitter, siguen atrayendo a millones de personas en sus plataformas. Facebook es una red social creada por Mark Zuckerberg mientras estudiaba en la universidad de Harvard. La idea del joven era diseñar un espacio en el que los usuarios intercambian una comunicación fluida y comparten contenido de forma sencilla a través de Internet.

Existen dos tipos de cuentas en la red social Facebook: la de cualquier usuario corriente y la que pueden abrir una empresa. El primer tipo de cuenta es gratuita y permite la comunicación fluida entre personas. Las segundas, es decir las empresariales, sirven para ofrecer productos y mantener

contacto cercano entre empresas y clientes. A su vez, en las cuentas de empresas existen las versiones gratuitas y las pagas, estas últimas ofrecen más herramientas y otras opciones.

Si una persona quiere abrir una página personal en Facebook debe realizar una serie de pasos: En primer lugar, debe registrarse con su nombre y apellido y dar una dirección de correo electrónico de contacto, con la cual podrá ingresar en su cuenta. Una vez aceptada la solicitud, puede comenzar a publicar información en su perfil como textos, enlaces, vídeos, fotografías y cualquier otro tipo de archivo digital a fin de que las personas que él desea puedan verlos, compartir, comentar o expresar que les gusta algo en particular. Por último, cabe señalar que Facebook también ofrece aplicaciones y juegos a los miembros, convirtiéndose en una plataforma que trasciende el contacto social entre amigos.

En el caso de Twitter, esta red social permite en 140 caracteres divulgar información sobre cualquier tópico. Su diferencia radica en la brevedad de sus mensajes y la facilidad de publicación (pueden enviarse desde el móvil, ordenador o dispositivos para la mensajería instantánea). Cuando un usuario publica un mensaje en su página de Twitter, este mensaje es enviado e a todos los usuarios que hayan escogido la opción de recibirlos. El anterior mensaje puede ser visto de forma inmediata en el perfil del usuario.

Conceptos asociados al uso de Twitter: seguidores o *followers*, son aquellas personas que siguen una cuenta, *temas más populares o trending topics* son los temas más mencionados del momento, propagar es compartir una noticia que ha sido publicada en otra cuenta para que los seguidores la conozcan. Otro atractivo son los hashtags, se trata de palabras o frases que comienzan con el símbolo de hash o numeral (#) y permite ahondar en intereses específicos. Los mensajes escritos que genere un perfil determinado sólo serán vistos por aquellos otros usuarios que soliciten conocerlos. La raíz de su éxito reside en la brevedad y rapidez con la que se publican los mensajes. (Orihuela, citado en CiberSociedad.net, 2009).

En términos de cifras Facebook y Twitter siguen contagiando a millones de usuarios en sus plataformas:

Facebook, en un informe de ganancias publicado en el primer trimestre de 2014, anunció que 1,28 mil millones de usuarios son activos en el mundo (Facebook, 2014). En el caso de Colombia, de acuerdo con Sandra Quintero, gerente de Facebook en Colombia, en declaraciones al periódico El

Tiempo (12 de mayo de 2014) "más de 20 millones se encuentran en Facebook más, de esa enorme base de usuarios, el 60 por ciento crea contenidos en su perfil a diario. En otras palabras, 12 millones de colombianos interactúan" con la red social. En el caso de Twitter, en la actualidad, la Revista Semana "Twitter tiene 17 millones, especialmente en las grandes ciudades y las regiones particulares de Colombia" (Revista Semana, 2015).

En el caso de Twitter, en la actualidad, la Revista Semana "Twitter tiene 17 millones, especialmente en las grandes ciudades y las regiones particulares de Colombia" (Revista Semana, 2015). Las redes sociales son los nuevos espacios virtuales en los que nos relacionamos y en los que construimos nuestra identidad, pero también funcionan a modo de sistema de filtro y de alerta en la medida en que permiten un ajuste del flujo de información que recibimos en función de nuestros intereses y de los intereses de aquellos en quienes confiamos. (Orihuela, 2008).

### 3. ANÁLISIS Y RESULTADOS

Para recordar la teoría, ésta se centra en la selección temática como herramienta fundamental para la determinación de las percepciones de las audiencias respecto al grado de relevancia de dichos temas, es decir, el foco de la *agenda setting* está en la capacidad mediática para la regulación de la importancia de la información que se difunde, estableciendo un nuevo orden de prevalencia de unos tópicos sobre otros y favoreciendo una percepción específica de la audiencia sobre los asuntos colectivos. También sustenta que son los medios de comunicación quienes deciden qué temas incluir y cuáles excluir de su agenda con el fin de fomentar o inhibir la discusión pública. Desde esta perspectiva, la agenda mediática está constituida por el conjunto de noticias diarias que difunden los medios, la cual interviene e influye en la dinámica de la agenda pública, es decir, de la voz a voz.

La teoría está constituida por dos niveles. El primero hace referencia a los temas que los medios establecen como merecedores de la atención pública. El segundo hace énfasis en los denominados “atributos” (aspectos, marcos, encuadres, titulares) que los periodistas resaltan al informar sobre los sucesos. Por lo tanto desde este segundo nivel de la *agenda setting* los medios no sólo nos dicen sobre qué pensar sino también cómo pensar para discutir entre nosotros los diferentes temas. Al establecer la importancia de un asunto en su selección informativa y volverlo un foco importante de atención, los medios están contribuyendo a formar la opinión pública de su audiencia, lo anterior implica también un compromiso ético de los medios con la sociedad.

#### 3.2 Análisis de la teoría de *agenda setting* en medios de comunicación

La teoría de *agenda setting* desarrolla la idea de que existe una tendencia a que el público incluya o excluya de sus perspectivas aquello que los medios incluyen o excluyen de su agenda. En el primer nivel se analizará cómo fueron presentadas estas noticias a la gente y en el segundo nivel se analizarán los atributos, características del mismo grupo de noticias.

McCombs es mundialmente considerado uno de los más prestigiosos teóricos y expertos en opinión pública y, desde hace más de 40 años, su teoría del 'establecimiento de la agenda' ha

permitido a académicos del mundo analicen, por ejemplo, cómo los medios de comunicación son, los responsables de las imágenes que la audiencia lleva en la mente.

De acuerdo con la teoría de McCombs hay tres tipos de agenda dentro de la teoría de *agenda setting*: la de los medios de comunicación, agenda pública y la agenda política. La primera se encarga de estudiar cuáles son los temas que tienen primacía en los “*mass media*”; la segunda, los temas considerados más importantes por los ciudadanos; la tercera y última, es la que tiene que ver con los gobernantes y las instituciones.

Los temas que resultan más relevantes para las agendas, son los que afectan a una sociedad y a las imágenes que ésta tiene sobre diversas situaciones. En el caso que estamos analizando, el acoso sexual no aparecía como tema de los medios de comunicación, es el mismo caso el que lo pone de relieve en dicha agenda y desde ésta se proyecta sobre la agenda pública, no afectó a la agenda política en el contexto temporal analizado. (McCombs, 2006)

Entonces, existen dos niveles dentro de la teoría de *agenda setting*: El primer nivel, estableciendo la agenda, se centra en los temas que son seleccionados, que resultan importantes para los medios de comunicación, uno puede observar aquí qué se selecciona y qué no. Los medios resaltan acontecimientos, personalidades, grupos, etc. para destacarlos sobre el resto de temas. El segundo nivel, se centra en la construcción de agenda. Se examina la importancia de los atributos, de los temas. Las perspectivas y marcos o características que los periodistas utilizan para llamar la atención a ciertos atributos o puntos de vista dominantes de los objetos de la cobertura de noticias.

### **3.2.1 Primer nivel de agenda setting.**

El primer nivel, estableciendo la agenda, se centra en los temas que son seleccionados, que resultan importantes para los medios de comunicación, se puede observar aquí qué se selecciona y qué no. Los medios resaltan acontecimientos, personalidades, grupos, etc. Para destacarlos sobre el resto. En el caso de la radio, fueron examinados Blu Radio y Caracol Radio.

## Resultados en Radio

Tabla número 1 en donde se verifica el registro de la noticia y el seguimiento de la misma, dado por **Blu Radio** desde el portal digital.

Fecha	Hora	Programa	Titular	Extensión audio	Recurso Audiovisual
Julio 11 de 2014	4:22 am	Mañanas Blu	Periodista, nueva víctima de abuso sexual en TransMilenio	00:01:45	Imagen del trino de María Camila
Julio 11 de 2014	7:06 a.m.	Mañanas Blu	“Esperaba respaldo de funcionarios de TransMilenio”: periodista víctima de acoso	0:12:42	Entrevista con víctima
Julio 12 de 2014	7:11 am	En Blu Jeans	TransMilenio sancionará a funcionarios que no atiendan denuncias de abusos	0:00:40	Imagen de un articulado
Julio 13 de 2014	9:36 am	Noticias en general	Policía reveló retrato hablado de acosador de periodista en TransMilenio	0:00:31	Imagen del retrato hablado

**Análisis Blu Radio:** En general, se puede ver que el día siguiente de los hechos, Blu Radio dio a conocer la noticia de la “Periodista, nueva víctima de abuso sexual en TransMilenio” a primeras horas de la mañana, iniciando el programa de la mañana “Mañanas Blu” con una duración de 1 minuto 45 segundos en un programa de cuatro horas, lo que representa un mínimo porcentaje al momento de informar.

Luego, durante el mismo programa, a las 7:06 am, vuelve a transmitir la noticia con un mayor despliegue informativo en tanto que entrevistaron a la víctima durante casi 13 minutos, dentro de una hora del programa emitido durante la franja más disputada por las emisoras (entre las 6 y 10 de la mañana) en términos de tiempo, en el programa de “Mañanas Blu” es considerable que el

tiempo dedicado a la entrevista fue generoso, se le permitió expresar a la víctima lo que había ocurrido.

En este sentido, el programa radial cumple con un objetivo, de informar y conmover pues el relato es escuchado en la hora de mayor audiencia pero mirando las posteriores respuestas en las redes sociales, podríamos hablar de una repercusión mínima frente a la avalancha de respuesta que provocó, por ejemplo, una polémica por una jugada en un partido del Mundial como la protagonizada por el jugador Neymar en un partido de la selección Colombia frente al equipo de Brasil.

Seguido, El 12 de julio, en el programa “Blu Jeans” que se transmite los sábados domingos y festivos de 7 a 10 am por Blu radio, la emisora vuelve y emite una noticia relacionada con el caso de María Camila “TransMilenio sancionará a funcionarios que no atiendan denuncias de abusos” donde se hace una sencilla aclaración acerca de una medida tomada por Transmilenio como respuesta al caso de María Camila.

Finalmente el último registro que se encuentra de la noticia en Blu Radio” *Policía reveló retrato hablado de acosador de periodista en TransMilenio*” en la que describen, en 31 segundos de audio, al abusador de María Camila, de acuerdo con el retrato hablado proporcionado por la víctima.

La noticia fue seguida durante tres días. Dándole un total de 14 minutos de cubrimiento en los tres días que fue publicada en la versión digital de Blu Radio. La información que se emite en el programa “Mañanas Blu” contiene información nacional, internacional, deportes, tema del día, política entre otros. Es importante conocer que para la fecha en que sucedieron los hechos, el país estaba volcado a la final del Mundial de fútbol *Brasil 2014*. Y todo el mes, desde el 12 de junio el mundo periodístico se centró sobre el evento deportivo pues, tras 16 años, la Selección Colombia volvía a ser parte de los mejores equipos del mundo. Un mundial acapara la atención del mundo y esta vez Colombia se paralizó con los partidos de fútbol, no solo los transmitidos por televisión sino que, en una encuesta, realizada en colaboración con Insantly, el 44% dijo que era importante ver o informarse sobre los partidos en más de un dispositivo. Por otra parte, más de la mitad (54%) manifestó su intención de ver las repeticiones de los partidos en línea y el 59% señaló ser capaz de ver más de una repetición en varios dispositivos.

Las redes sociales fueron determinantes: en Facebook se incluyeron recursos para que los usuarios pudieran seguir la Copa del Mundo en tiempo real y obtuvieran información de primera mano sobre los pormenores del evento. El Mundial Brasil 2014 es un evento que permite comprender el tamaño de lo que ocurre porque mientras se realizaron millones de trinos sobre el evento, el caso de María Camila registró, comparativamente, un porcentaje insignificante de trinos.

Así como María Camila utilizó Twitter para dar a conocer su caso a través de las publicaciones el campeonato de futbol utilizó la plataforma para publicar información. Por ejemplo, fueron más de 83 millones las interacciones las que se registraron durante el partido de Argentina y Holanda y más de 200 millones durante el encuentro entre Brasil y Alemania. En Twitter, se publicó día tras día la programación de los partidos. Además, ofreció varias funciones para que los usuarios pudieran seguir a sus equipos, las figuras más representativas y los resultados a través de su plataforma. María Camila compartió en Twitter lo que le ocurrió en Transmilenio.

En Facebook también son millones los “Me Gusta”. Con pocas semanas de llevarse a cabo, el torneo ya se está convirtiendo en uno de los acontecimientos más hablados en Twitter de todos los tiempos, superando los más de 150 millones de trinos sobre los Juegos Olímpicos de 2012 en Londres durante 16 días.

Estos datos nos están remitiendo al hecho de que las noticias son creadas también por el interés del público. En la interacción entre el mundo y el individuo hay una cantidad de factores que condicionan y delimitan lo que le interesa a la personas. El nivel cultural y de formación cognitiva, el nivel social, los principios éticos y valores por los que se rigen las comunidades y los individuos, todo esto determina lo que le interesa conocer a la audiencia y los medios no son ajenos a este hecho. El futbol atrae a muchas personas a nivel mundial, no es raro entonces que se produzcan más de 200 millones de interacciones cuando juegan dos de los equipos más importantes del mundo, como Brasil y Alemania. El hecho del acoso sexual a María Camila se queda comparativamente en un contexto muy regional y llega a un público reducido siendo aún menor el número de personas que se sienten afectadas o interesadas en el hecho y aún muchísimo menor el número que entra a participar, directamente, con sus opiniones en programas a través de redes sociales o llamadas telefónicas.

Pero igualmente, estas situaciones como la de María Camila y su análisis interesan mucho menos a la gente cuando el contexto está dominado por un mundial de fútbol o simplemente, se compara con hechos lúdicos o placenteros. Indudablemente va a generar más Twitter comentar los deslices amorosos de un actor popular que analizar el comportamiento de un irrespetuoso o perverso en Transmilenio.

### **Análisis de Caracol Radio:**

A continuación Tabla número 2. En donde se verifica el registro de la noticia y el seguimiento de ésta, dado por **Caracol Radio** desde el portal digital.

<b>Fecha</b>	<b>Hora</b>	<b>Programa</b>	<b>Titular</b>	<b>Extensión audio</b>	<b>Recurso Audiovisual</b>
Julio 11 de 2014	6:23 A.m.	6 am Hoy por Hoy	Periodista denuncia ataque sexual en Transmilenio	0:05:11	Entrevista a María Camila
Julio 11 de 2014	Sin dato	Noticias	TransMilenio sancionará funcionarios, si no ayudaron a mujer abusada.	4 párrafos	Imagen del sistema masivo
Julio 12 de 2014	Sin dato	Noticias	Revelan retrato hablado de abusador de una periodista en TransMilenio	0:00:49	Retrato del abusador
Julio 13 de 2014	Sin dato	Noticias	Ofrecen recompensa por hombre que abusó de periodista en TransMilenio	3 párrafos	Retrato del abusador

Se puede ver que el día siguiente de los hechos, Caracol Radio dio a conocer la noticia en su programa 6 a.m. Hoy por hoy, emitido de lunes a viernes de 6 a 10 de la mañana, durante un espacio de 05:11 minutos, en los que entrevistó a María Camila, víctima de acoso sexual. La noticia

salió al aire a las 6:23 a.m. del 11 de julio. Luego, en términos radiales, la noticia tuvo un seguimiento en tanto que volvió a ser escuchada, esta vez el 12 de julio durante una corta noticia de 49 segundos titulada “Revelan retrato hablado de abusador de una periodista en Transmilenio”.

En total, el caso de María Camila apareció en la radio de Caracol radio por 6 minutos. Mucho menos que en Blu Radio. Posteriormente, la noticia tuvo un seguimiento el 11 y 13 de julio de manera escrita pues hay una extensión, como muestra la tabla, total de 7 párrafos y el retrato de acosador al igual que el Blu Radio, Caracol Radio tituló de manera corriente en comparación con otras noticias, es decir no hubo ningún resalto en términos de tamaño de la letra del titular del sitio web.

Estas son algunas cifras que se registraron durante el evento: 12,2 millones de tuits durante el primer partido, el partido entre Brasil y Chile se convirtió en el evento más tuiteado durante la Copa del Mundo, con más de 16 millones de tuits. De hecho, 12.4 millones de tuits en el partido de Brasil y Colombia, frente a los escasos trinos del tema de María Camila Sánchez.

En Colombia, desde el 30 de junio, Carlos Antonio Vélez con los ácidos comentarios que tuvo para la selección colombiana generó una buena serie de titulares. Como se recuerda, Vélez despotricó del jugador colombiano James Rodríguez, el entrenador argentino de la selección, José Néstor Pékerman, y la selección de Costa Rica, dirigida por el también colombiano Jorge Luis Pinto.

El cinco de julio la selección Colombia había sido eliminada frente Brasil y el 8, éste había sido goleado por Alemania, 7 a 1. Estábamos en plena final y en medio de todo este tráfago la noticia de María Camila parecía destinada a desaparecer, sorpresivamente, el interés de la audiencia se volcó sobre la noticia, convirtiéndola en tema del día y de los siguientes.

En la selección de temas hay una variación porque el tema de María Camila Sánchez hizo parte de la agenda informativa en la medida que hubo una variación de temas al ser incluido el acoso sexual lo que influye naturalmente en las imágenes u opinión de los oyentes porque al ser incluido en la agenda informativa permite que las personas discutan.

La noticia de María Camila se empezó a difundir en un “trino”, llegando a manos de sus colegas periodistas quienes le abrieron un espacio en sus propias agendas. A su vez la audiencia reaccionó multiplicando el número de “trinos” alrededor del desahogo inicial de María Camila. Los colegas

periodistas llevaron a otro nivel las opiniones y comentarios, exponiendo otros casos, invitando a especialistas de otras áreas a opinar y cuestionando el papel de todos los actores del hecho, usuarios de Transmilenio, autoridades de Policía, directivos del sistema. Se tocó una parte sensible del público y éste reaccionó, dejando de lado la emoción del mundial y otras noticias de la agenda política y social, para darle relevancia al tema del acoso hacia las mujeres en Transmilenio.

## Resultados en Prensa digital

### Análisis “eltiempo.com”

A continuación Tabla número 3. En donde se verifica el registro de la noticia y el seguimiento de ésta, dado por **eltiempo.com**

Fecha	Hora	Sección	Titular	Extensión párrafos	Recurso Audiovisual
Julio 11 de 2014	8:34 am	Bogotá	Periodista denuncia acoso sexual en TransMilenio	8 párrafos	Imagen de María Camila dando una entrevista a CityTv.

La noticia fue cubierta el 11 de julio, puesta a la opinión pública a las 8:34 am “Periodista denuncia acoso sexual en Transmilenio” También dentro de los 8 párrafos de texto, sugieren vínculo o hipervínculos referentes a otros casos del pasado de acoso sexual en Transmilenio. Aquí, muestran como recurso audiovisual la foto o imagen de a María Camila en momentos en que se encuentra dando una entrevista.

La noticia no fue documenta de manera digital en los días posteriores al hecho. La noticia fue ubicada en la sección de Bogotá dentro del portal digital. El titular, por su parte llama la atención en cuestión de tamaño. En el caso de la página de internet de “eltiempo.com” solo hubo registro una vez de la noticia, contrario a la difusión de los otros medios.

En el caso de eltiempo.com la noticia fue presentada en la página web, describiendo no sólo los hechos, sino, retomando otros casos similares y extendiéndose a las medidas tomadas por el distrito

y Transmilenio. Así en este momento fue el medio que dedico más espacio y análisis a la noticia. Daba la posibilidad de visualizar la entrevista hecha por CityTv más temprano a la periodista. 59 “Me Gusta” en Facebook y 26 trinos fueron los indicadores de la recepción de la noticia a través de este medio. Estos hechos nos ponen frente a la situación de que la audiencia obedece al dictado de la practicidad cuando atiende preferencialmente a las emisoras de radio. Es lógico pues, se facilita si la persona se encuentra conduciendo de camino a su trabajo o va en el transporte público, porque puede escuchar el programa o consultar la página web. La respuesta definitivamente tiene que ver con que la audiencia bogotana y del país, en general sigue más los programas radiales que una página web así sea de un medio tan prestigioso como el tiempo. Sin embargo, el hecho fue que desde el portal eltiempo.com sólo tuvo una noticia publicada y no tuvo mayor profundidad. Y la respuesta no se hizo esperar. Vemos entonces que en la relación causa-efecto entre *agenda setting* y las redes sociales interviene una variable, la condición de la víctima como periodista de un medio influyente porque fue ella quien, al conocer su papel en la sociedad como actor influyente, y en medio de la indignación producida por el hecho, decidió trinar y llamar la atención de sus colegas, caso contrario con una mujer del común que, además, no tuviera Twitter.

## Análisis “elespectador.com”

A continuación Tabla número 4. En donde se verifica el registro de la noticia y el seguimiento de ésta, dado por “elespectador.com”.

<b>Medio</b>	<b>Fecha</b>	<b>Hora</b>	<b>Sección</b>	<b>Titular</b>	<b>Extensión párrafos</b>	<b>Recurso Audiovisual</b>
<b>Elespectador.com</b>	11 de julio de 2014	6:33 A.m.	Bogotá Acoso sexual	Periodista denunció acoso sexual en bus de TransMilenio	7 párrafos	Imagen de articulado de TransMilenio
<b>Elespectador.com</b>	13 de julio de 2014	Sin dato	Judicial criminales	Revelan retrato hablado de acosador sexual contra periodista en TransMilenio	4 párrafos	Retrato hablado del abusador

La noticia fue cubierta el 11 de julio fue dispuesta a la opinión pública a las 6:33 de la mañana bajo el titular “Periodista denunció acoso sexual en bus de TransMilenio”. Al igual que el tiempo, usan hipervínculos esta vez con la idea de que la audiencia revise el relato en el video de la entrevista dada por María Camila a Noticias Caracol en televisión. Como ilustración de la noticia aparece una imagen de un bus de Transmilenio muy lleno pero no aparece María Camila. Es importante ver que en el caso de El Espectador la noticia tiene 7 párrafos y además, hace énfasis en la categoría de Acoso sexual en la sección de Bogotá.

En la siguiente noticia, del 13 de julio, el Espectador titula de la siguiente manera: “Revelan retrato hablado de acosador sexual contra periodista en TransMilenio”. Con ayuda de la imagen del abusador. La noticia tiene 4 párrafos y se encuentra ubicada en la sección Judicial pero haciendo

énfasis en la palabra Criminal, lo que hace que las personas al leer tengan como imagen preconcebida la negativa del *criminal*.

Retomando el contexto del mundial, el tema del acoso sexual analizado en el caso de María Camila permite conocer que las personas que abordan Transmilenio repudian estos hechos, aun así son pocos los casos conocidos porque a raíz de la publicación de María Camila otros casos de otras mujeres se conocieron.

### **Análisis “Revista Semana.com”**

A continuación Tabla número 5 en donde se verifica el registro de la noticia y el seguimiento de ésta, dado por **Semana.com**

<b>Medio</b>	<b>Fecha</b>	<b>Hora</b>	<b>Sección</b>	<b>Titular</b>	<b>Extensión Párrafo</b>	<b>Recurso Audiovisual</b>
<b>Semana.com</b>	11 de julio de 2014	Sin dato	Nación	La periodista abusada en TransMilenio	6 párrafos	Imágenes dos trinos de María Camila y la respuesta de TM
<b>Semana.com</b>	11 de julio de 2014	Sin dato	Nación/ multime dia	El relato de la periodista abusada en TransMilenio	1 párrafo	Entrevista audiovisual a María Camila Sánchez

Revista Semana es propietaria de Dinero.com, donde trabaja la periodista María Camila como comunicadora social. Las noticias que se encuentran en el portal digital de la Revista Semana impreso, Semana.com fueron incluidas en este artículo. En la primera noticia, del 11 de julio, Semana.com la tituló “La periodista abusada en TransMilenio”. Tuvo seis párrafos se relata el hecho y como imagen ilustrativa la revista presenta es bus de Transmilenio con pasajeros a bordo. Y está ubicada en la sección de Nación.

La Revista Semana le da seguimiento a ésta noticia, debido a que dicho acontecimiento. Vuelve a aparecer la noticia pero en este momento le agregan un vídeo de una entrevista hecha a María Camila. Llama la atención sobre este hecho que el portal semana.com se caracteriza por la emisión

de noticias escritas más no por la realización de entrevistas audiovisuales, esto nos lleva a resaltar la importancia que éste medio le dio al caso de la periodista acosada sexualmente en Transmilenio. El titular de la revista semana es llamativo.

Después de hacer el análisis del primer nivel de “*agenda setting*”, en el cual se muestra la relevancia que le dieron a la noticia de María Camila, víctima de acoso sexual en Transmilenio, y sabiendo de antemano que las secciones de los informativos de cada medio se comportan de manera muy similar a la hora de escoger los temas de su agenda. Algunos de ellos son por ejemplo, actualidad nacional, deportes, noticias internacionales, del centro del país, ciencia y tecnología entre otras.

El tema de acoso sexual en Transmilenio no había sido parte de la agenda desde el caso de Diana Gamboa quien también fue víctima de acoso sexual en Transmilenio en el mes de febrero pasado. Aunque el acoso sexual a las mujeres ocurre de manera invisible a los ojos de los medios y de la opinión pública, el caso de María Camila, puso, en julio de 2014, en debate el tema nuevamente.

Continuando con el primer nivel de *agenda setting*, podemos concluir, hasta el momento que, el caso de María Camila Sánchez fue introducido en la agenda de los medios citados el día 11 y en el caso de Blu Radio y Caracol Radio y El Espectador, hubo, a diferencia del El Tiempo y la Revista Semana, un mayor seguimiento a la noticia y se mantuvo en la agenda de los medios no con tanta relevancia, por los dos días siguientes a los hechos ocurridos.

En este sentido, el día en que sale la noticia por primera vez, se le da un cubrimiento particular por parte de Blu Radio, Revista Semana, El Tiempo, El Espectador, y Caracol Radio porque no solo es la información de lo ocurrido sino que hay entrevista radial en el caso de Caracol Radio y Blu Radio. Además en el *eltiempo.com*, hay una ayuda audiovisual de la entrevista. Lo último también ocurrió en Revista Semana.

La agenda setting de los diferentes medios de comunicación, previamente mostrados, el día 11 de julio se incluyó el caso de María Camila Sánchez gracias a dos factores: el primero es el uso de las redes sociales por parte de la víctima porque utilizó para denunciar al agresor y consiguió elevar por más de 700 el número de seguidores en Twitter. Además recibió la respuesta de la gente con respecto al hecho de manera desfavorable.

El segundo factor es el hecho de que ella es periodista de la revista Dinero y que expresamente como lo confirma en su entrevista personal, utilizó sus contactos e influencias en diferentes medios para hacer visible la denuncia del acoso que vivió en carne propia en Transmilenio cuando se dirigía a su casa el 10 de julio en horas de la noche, haciendo visible el fenómeno del acoso sexual en contra de las mujeres usuarias de este transporte.

En la línea de trinos en que venía la protagonista del caso, tenían que ver con temas propios de la agenda del portal Dinero.com. Por ejemplo, “Países que buscan cosméticos colombianos @proexportcol” tuiteado el 8 de julio (ver anexo, tabla 1), posteriormente, “La instantánea y exitosa quinua colombiana @factoriaquina” al día siguiente. Sin embargo el trino que desató el boom fue el siguiente:

La cuenta en Twitter de María Camila Sánchez<sup>5</sup>, revisada el 24 de agosto 2014 cuenta con 1293 seguidores y a la fecha del 22 de septiembre de 2014 cuenta con 1291, pero antes del hecho contaba con alrededor de 593 de acuerdo con la entrevista, porque según se entrevista, sus seguidores aumentaron en 700 personas. Esto demuestra que si la noticia no se hubiera dado a conocer de los diferentes canales de comunicación, no solo no hubieran aumentado su número de seguidores sino que probablemente el tema del acoso sexual en Transmilenio hubiera seguido en silencio. Para el momento en que ocurrieron los hechos, el Sistema daba a conocer cifras positivas sobre la disminución del número de denuncias de acoso sexual, sin embargo María Camila fue un detonante para que las autoridades no olvidaran el tema.

Entonces su número a través de la red social Twitter aumentó a raíz de la denuncia y del tratamiento de los medios pues, a septiembre 22 de 2014 su número de seguidores se mantuvo igual e incluso disminuyó en dos seguidores. En este sentido, ella a través de su cuenta @MaCamiSanchez se analizaron los trinos que realizó entre el 8 de julio y el 16 de julio tiempo durante el cual se *trinaron* 46 *tuits*.

Antes de lo sucedido, ella trino por ejemplo el 8 de julio de 2014 “Países que buscan cosméticos colombianos @proexportcol” y para el 9 de julio de 2014 trino acerca de la exitosa quinúa (semilla de los Incas) colombiana.

---

<sup>5</sup> <https://twitter.com/MaCamiSanchez>

En términos generales, se evidencia que las personas están más interesadas en la denuncia, siempre y cuando, haya una foto que describa al individuo. Y sobresale el dato acerca de la crítica a la autoridad. También la policía logró su objetivo, que ella a través de un trino evidenciar que la autoridad debía quedar bien. “usted es periodista y no nos conviene que siga hablando mal de nosotros ante los medios de comunicación” ese fue el mensaje que ella recibió de la Policía” pero publicó en su Twitter “He recibido la mejor asesoría por parte de la policía quienes están al tanto con sus investigadores. Mi gratitud para la institución” (María Camila, 2014).

Algunos “trinos” permitían la difusión de la información de la noticia y hasta agregaban el signo numeral “Hashtag” Así las cosas, tenemos que la denuncia generalmente está acompañada con una crítica a la autoridad, el uso del #noabusadoresenTM, manifestaciones de solidaridad o con la imagen del agresor, es decir, comparten su retrato hablado). Esto equivale a más del 52% de los trinos. Esto es una muestra de que las personas sancionaron el hecho del acoso sexual luego de leer la noticia y conocer el trino de María Camila “Fui manoseada x un enfermo sexual en @TransMilenio y desafortunadamente el tipo escapo porque nadie pudo detener el alimentador al q subió”.

El otro porcentaje representativo de la opinión de los tuiteros fue el de la crítica a la autoridad, al gobierno, al vacío que hay en la ley, pertenecientes al 10.8%, y 10,88% son críticas a los medios. También respuestas de la autoridad fueron 4.3% y manifestaciones de solidaridad pura otro tanto 4%.

Particularmente el uso de #noabusadoresenTM pocos fueron los trinos con este numeral, sin embargo, de los 9 trinos todos estuvieron dentro de la categoría de propios, es decir, que las personas exponen de manera propia sus ideas de manera autónoma sin recurrir a ninguna cita, sencillamente utilizan el numeral con el propósito de generar una discusión.

Las personas utilizaron el #noabusadoresenTM y en términos generales expresan su descontento e indignación con lo ocurrido, valga aclarar que casi el 20% de estos trinos son de autoría de María Camila Sánchez. Palabras como miedo, abuso y respeto se nombran en los trinos que comparten el #. Aunque no hubo muchos comentarios, el descontento de las personas frente a lo ocurrido

muestra que los casos de acoso sexual, aunque no se puedan totalizar, son muy comunes en especial en Transmilenio.

Algunos de los ejemplos de sus trinos y re trinos fueron los siguientes:

Cuenta Emisora	Mensaje
MaCamiSanchez	“La instantánea y exitosa quinua colombiana @factoriaquinao <a href="http://www.dinero.com/pais/articulo/quinua-instantanea-colombiana-exporta/198332...">http://www.dinero.com/pais/articulo/quinua-instantanea-colombiana-exporta/198332 ...</a> ”
MaCamiSanchez	“Fui manoseada x un enfermo sexual en @TransMilenio y desafortunadamente el tipo escapo porque nadie pudo detener el alimentador al q subió”
LoreMejia31	“Que intenten abusar de @MaCamiSanchez en un @TransMilenio y que las autoridades de TM no hagan nada es muy indignante. #NoAbusadoresEnTM”
RicAmortegui	“Periodista @MaCamiSanchez, víctima de enfermo sexual en Portal 80 @TransMilenio ante indiferencia de autoridades. #Indignación #HastaCuando”
MaCamiSanchez	“El miedo impide gritar y no es justo soportar un abuso. Se siente impotencia #NoAbusadoresenTm”
lexygaray	"@MaCamiSanchez: El miedo impide gritar y no es justo soportar un abuso. Se siente impotencia" / Que falta para que le pongan mano a esto?"
TransMilenio	“Buenas noches, sentimos este abrupto que te sucedió. Vamos a iniciar la revisión respectiva.”
MaCamiSanchez	“Un abusador puede destrozr la integridad de una mujer en segundos #noabusadoresenTm por favor!”

Sin embargo, no todas las personas leyeron completamente la noticia, casualmente por la brevedad de Twitter y sus 140 caracteres. Sencillamente leyeron lo que dice el titular El Tiempo publicó

“periodista Denuncia Acoso sexual en TransMilenio” y los usuarios pudieron haber revisado la cuenta en twitter de eltiempo.com conoce el trino y finalmente haber comentado la noticia.

En total la muestra fue de 18 trinos, pues además de tener más *likes*, hasta el momento de la recolección de los datos, eran los más populares, de estos, encontramos lo siguiente: en principio el texto de semana resulta ser el más contextualizado pues hace, además de informar, una analogía de otro caso pasado y encontramos que fue el más comentado porque su número de respuestas era 145, sin embargo, como mencione anteriores se te seleccionados que más tenían *likes*.

Las categorías de crítica al medio y al hecho que es periodista. En una línea general de comentarios, se trata de críticas en la manera en que han enfocado la noticia, pues algunos los tildan de amarillistas e insensibles a las necesidades de las víctimas, igualmente, muchos llaman la atención acerca de del hecho de que los medios han visualizado el tema cuando el abuso sexual ocurre a una periodista.

El 34% de los comentarios son críticas a los medios y a la manera de manejar la información. El otro gran porcentaje 38% de comentarios hacen una crítica a la autoridad: como políticos, el Transmilenio, a la ciudad y las leyes permisivas que no sancionan este tipo de delitos.

En este sentido los que tienen más “likes” son los que critican al medio por el hecho de la relevancia a la noticia por ser comunicadora, los siguientes están relacionados con la negligencia por parte de Transmilenio al no ofrecer ninguna solución.

### **3.2.2 Segundo nivel de Agenda Setting resultados**

El segundo hace énfasis en los denominados “atributos” (aspectos, marcos, encuadres) que los periodistas resaltan al informar sobre los sucesos, por tanto desde este nivel de la agenda los medios no sólo nos dicen sobre qué pensar sino también cómo hacerlo, la manera en que son presentadas las noticias de María Camila permite que el público se fije o no en ciertos aspectos al leer el titular e incluso el “lead”. Según la teoría de la agenda setting, el papel de los medios, en tanto fijadores de la agenda, consiste en su influencia sobre la relevancia del tema, es decir, en destacar la importancia del tema como objeto de la opinión pública. Cohen, científico e historiador de las ciencias, estableció claramente el objetivo de la agenda setting: "La prensa no tiene mucho

éxito en decir a la gente qué tiene que pensar, pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar" (Cohen, 1963).

Las telecomunicaciones fueron una de las prioridades del evento deportivo. Brasil encaminó toda su propuesta a la implementación de tecnología 4G en las principales ciudades y sedes de la competición. El mundial de los "Smartphone". Algunos estudios afirman que para este año habría en Latinoamérica cerca de 100 millones de dispositivos móviles, de ahí, que la cobertura 4G pueda cubrir sin inconvenientes la demanda de usuarios que sin duda llevarán consigo sus "teléfonos inteligentes". Se ha resaltado que la mayor penetración en cuanto a la transmisión de los partidos no será la señal de la televisión, sino que la comunicación girará en torno a los teléfonos inteligentes, tabletas y otros dispositivos.

## Resultados de Radio

Tabla número 1 en donde se verifica el registro de la noticia y el seguimiento de ésta, dado por **Blu Radio**.

Fecha	Hora	Programa	Titular y lead	Fuentes	Intención
Julio 11 de 2014	4:22 am	Mañanas Blu	Periodista, nueva víctima de abuso sexual en TransMilenio  <i>Se presentó un nuevo caso de abuso y manoseo en el sistema TransMilenio en Bogotá.</i>	La respuesta de la víctima a través de las redes sociales mediante publicaciones hechas.	Informar del hecho y recordar que se volvió a ocurrir un caso de acoso sexual. Dan cifra sobre acoso sexual del año 2013
Julio 11 de 2014	7:06 a.m.	Mañanas Blu	"Esperaba respaldo de funcionarios de TransMilenio": periodista víctima de acoso	Entrevista con víctima	Dar a conocer a la opinión pública la versión de María Camila. En

			<i>La periodista María Camila Sánchez, quien el jueves en la noche fue víctima de acoso sexual en el Portal de la 80 de TransMilenio.</i>		condición de periodista.
julio 12 de 2014	7:11 am	En Blu Jeans	TransMilenio sancionará a funcionarios que no atiendan denuncias de abusos  <i>Directivos de TransMilenio anunciaron que los funcionarios que no ayuden a las mujeres que denuncien casos de abusos en el sistema serán sancionados</i>	Transmilenio a través de su vocero Humberto Gómez	Se informa acerca de la posible sanción a funcionarios y se informa que en los últimos tres meses (antes de julio de 2014), dos mujeres han denunciado casos de ataques sexuales visibles.
julio 13 de 2014	9:36 am	Noticias	Policía reveló retrato hablado de acosador de periodista en Transmilenio  <i>La Policía Metropolitana de Bogotá reveló el retrato hablado del hombre que habría acosado sexualmente a la periodista María Camila Sánchez en el Portal de la 80 de Transmilenio.</i>	La fuente utilizada es directamente la Policía Nacional  TransMilenio	Se describe en la noticia la fisionomía del agresor.

Como atributos a esta noticia en el titular y lead se destaca la palabra víctima, abuso, Transmilenio, lo cual llama la atención de las personas. Además de informar dan un contexto, lo que

complementa la información. Se cita la declaración de María Camila, y ya los lectores saben que se trata no de una ciudadana cualquiera sino periodista. Y como fuente la Policía Nacional.

A continuación Tabla número 2. En donde se verifica el registro de la noticia y el seguimiento de ésta, dado por **Caracol Radio** desde el portal.

Fecha	Hora	Programa	Titular Y lead	Fuentes	Intención
julio 11 de 2014	6:23 A.m.	6 am Hoy por Hoy	Periodista denuncia ataque sexual en Transmilenio  <i>María Camila Sánchez asegura que nadie, ni siquiera funcionarios del sistema, la ayudaron.</i>	Entrevista a María Camila	Se informa sobre el hecho y se da a conocer que fue practicante de esa emisora
Julio 11 de 2014	Sin dato	Bogotá	Transmilenio sancionará funcionarios, si no ayudaron a mujer abusada  <i>Están analizando los videos de seguridad tras el ataque sexual a una joven en el Portal de la 80.</i>	Transmilenio	Además de informar, se agrega los nuevos vagones del programa de la alcaldía con vagones para las mujeres.
julio 12 de 2014	Sin dato	Bogotá	Revelan retrato hablado de abusador de una periodista en TransMilenio  <i>Se trata de un hombre de entre 40 y 45 años según reveló la Policía Metropolitana de Bogotá.</i>	Policía Metropolitana de Bogotá	Describe el hecho y las nuevas acciones de la Policía.

Julio 13 de 2014	Sin dato	Bogotá	Ofrecen recompensa por hombre que abusó de periodista en Transmilenio  <i>La Policía de Bogotá ofreció hasta 10 millones de pesos a quien ayude a ubicar al hombre.</i>	Policía Nacional	Resumen el hecho y muestran el retrato hablado
------------------------	----------	--------	---	------------------	--

Sus fuentes fueron la Policía Nacional, Transmilenio y la misma María Camila. Además de informar dan un contexto, lo que complementa la información. Ya los lectores saben que se trata no de una ciudadana cualquiera sino periodista. Y se le hace seguimiento a la noticia tras la revelación del retrato hablado.

Tabla número 3. En donde se verifica el registro de la noticia y el seguimiento de ésta, dado por **eltiempo.com**

Fecha	Hora	Sección	Titular y lead	Fuentes	Intención
Julio 11 de 2014	8:34 am	Bogotá	Periodista denuncia acoso sexual en TransMilenio  <i>María Camila Sánchez relató a través de Twitter la negligencia a la hora de capturar al agresor</i>	María Camila y su Twitter 2. Trino de TransMilenio 3. Autoridades	Indiferencia de la gente y negligencia de las autoridades. Además de la denuncia a través de TW  Dejan claro que es periodista. Hay un contexto del problema

**Análisis del portal digital, “eltiempo.com”** Comenzamos por analizar el *lead*, el número de fuentes y la intención de la noticia para medio digital escrito. Para el caso de eltiempo.com.

La noticia de María Camila, como podemos ver en la tabla, consta del siguiente *lead*, “*María Camila Sánchez* *relató a través de Twitter la negligencia a la hora de capturar al agresor*”, a su vez, tiene el titular de la noticia “Periodista denuncia acoso sexual en TransMilenio”, señala la condición de periodista de la agredida. Por su parte el *lead*, muestra que ella expresó su descontento y negligencia con las autoridades a través del Twitter. Y la noticia es enmarcada dentro del concepto de acoso sexual de acuerdo con el titular publicado

Las fuentes que usaron fueron: el relato de María Camila, su Twitter y el trino de Transmilenio en respuesta las denuncias por parte de ella. En la parte final, realizan una anotación acerca de las medidas tomadas por el Distrito para disminuir el fenómeno de acoso sexual en Transmilenio, como policía encubierto y mil gestores sociales para orientar a las víctimas de acoso sexual anunciados en semanas atrás.

En total fueron analizados 10 trinos de los cuales, el 50 % son críticas a Transmilenio como por ejemplo el siguiente trino. Cuenta con 18 favoritos y 35 retrinos.

Cuenta Emisora @	Nombre	Mensaje
marfann23	Martha Ibañez	“ELTIEMPO @TransMilenio esto es típico y donde están disque los buses exclusivos para las mujeres, sera que hay mujeres que les gusta esto??”

El siguiente 37.5 % estar dirigidas hacia la autoridad del Alcalde, por ejemplo:

Cuenta Emisora @	Nombre	Mensaje
<a href="#">@comandantemad77</a>	Manolo Peñaflor	“@ELTIEMPO pero como!si para @TransMilenio el "alcalde más inepto de Iberoamerica" ya "tomo medidas"! Ay de ti, Bogotá,en manos de un INEPTO!”

Existe además un 12.5 % que critica a María Camila, por ejemplo:

Cuenta Emisora @	Nombre	Mensaje
<u>Dayro Achury</u>	DAYRO ALEJANDRO	“Como es del medio si le dan noticia pero fuera alguien del común solo sería otra cifra de la policía!!”

La mayoría de las personas están molestas por la negligencia del Distrito y de Transmilenio porque los casos siguen ocurriendo sin que Transmilenio tome soluciones, pero las alusiones al caso de María Camila se disuelven en medio de las críticas a la administración pública, a la alcaldía de Gustavo Petro y al constante inconformismo de los usuarios de Transmilenio por casusas que no son exclusivamente el caso de María Camila. Otra crítica que hacen los “tuiteros” es que la noticia tiene visibilidad por el hecho de que la protagonista resulta ser comunicadora de Dinero.com. En el caso del mundial, cada noticia producía una avalancha de comentarios centrados en el hecho, el foco no se dispersa. Pero consideremos la manera en que la noticia es dada, cuando los periodistas y los medios de comunicación incluyen en sus titulares o en sus “leads” otros elementos como autoridad es de Transmilenio, negligencia, están también contribuyendo a dispersar la atención de la audiencia, si la noticia esta sesgada la persona se dispersa su atención en el caso de María Camila.

Estas respuestas o reflexiones del público podrían ser el resultado del encuadre o los atributos previamente mencionados como que la víctima es periodista y de contenido, la negligencia de Transmilenio ante el problema. También cómo se presentó la noticia en la versión digital. Ya hemos descrito previamente la noticia presentada en el tiempo.com cómo el lead hace referencia explícita al hecho de que la víctima es periodista.

## Análisis de “elespectador.com”

Tabla número 4. En donde se verifica el registro de la noticia y el seguimiento de ésta, dado por **El Espectador.com**

Fecha	Hora	Sección	Titular y lead	Fuentes	Intención
11 de julio de 2014	6:33 A.m.	Bogotá Acoso sexual	Periodista denunció acoso sexual en bus de TransMilenio  <i>Se trata de María Camila Sánchez, comunicadora de la revista Dinero.</i>	1. María Camila 2. Trino de María Camila.	Dejan claro que es periodista. Informativa acerca del hecho relatado.
13 de julio de 2014		Judicial criminales	Revelan retrato hablado de acosador sexual contra periodista en TransMilenio  <i>La Policía Metropolitana de Bogotá indicó que intensifica esfuerzos para evitar que situaciones de estas se repitan</i>	Policía Nacional María Camila	Que la gente reconozca al sujeto y reconozca el esfuerzo de la institución y que se trata de una periodista

En la primera noticia, “Periodista denunció acoso sexual en bus de Transmilenio” Nuevamente, queda claro, el estatus de la protagonista es el de periodista. Hacen el relato de lo ocurrido y de acuerdo con el siguiente lead, *Se trata de María Camila Sánchez, comunicadora de la revista Dinero. Al complementar la información* (Elespectador.com, 2014) con la profesión de María Camila, al especificar el lugar de trabajo en que se desempeña, dan pie a otras asociaciones: Revista Dinero, Revista Semana, Poder de los medios y del periodista. También señalan que hubo negligencia por parte de los funcionarios, lo que nuevamente permite que la atención de la audiencia se dirija a otras cosas. Y por último, María Camila y su Twitter son la fuente principal. En la segunda noticia revelan retrato hablado de acosador sexual contra periodista, nuevamente, en Transmilenio. Y consta del siguiente lead, que “*La Policía Metropolitana de Bogotá indicó que intensifica esfuerzos para evitar que situaciones de estas se repitan* “ Describen al abusador de manera física y las fuentes utilizadas son la Policía Metropolitana de Bogotá y María Camila

Sánchez y el retrato fue proporcionado por la Policía. En este caso la voz es de la Policía y está ubicado en la sección de Judicial y criminales.

Aunque no hay imagen en el trino, al contrario de El Tiempo, denuncian el acoso sexual de la víctima en Transmilenio, sancionando socialmente este acto como se puede ver en los siguientes ejemplos de trinos:

Cuenta Emisora @	Nombre	Mensaje
ArboMejia	Margarita Mejia Arbo	“elespectador @MaCamiSanchez Definitivamente es el colmo que a estas alturas todavia hallan tantos perversos manocando todo lo que ven!!!!!”

Otro ejemplo es:

Cuenta Emisora @	Nombre	mensaje
JotaDeiv	Jesús David Rincón	“@elespectador @MaCamiSanchez Lo más importante en estos casos es denunciar. Felicitaciones por su valentía. Es un aliento para otras mujeres”

Asimismo se presenta en algunos de ellos una invitación a actuar de manera contundente para que no se repitan los hechos y una crítica al Transmilenio por negligencia por estos casos. La noticia tampoco es que este tan bien contextualizada como sí lo está la siguiente de semana.com. En total fueron analizados ocho trinos de los cuales, casi el 100 % de los trinos realizados y cuenta con dieciséis retrinos y ocho favoritos. Hay una correspondencia entre el titular la respuesta y opiniones de los lectores de la noticia en la red social Twitter

## Análisis “Semana.com.”

Tabla número 5. En donde se verifica el registro de la noticia y el seguimiento de ésta, dado por **Semana.com**

Fecha	Hora	Sección	Titular y <i>Lead</i>	Fuentes	Intención
11 de julio de 2014	Sin dato	Nación	La periodista abusada en TransMilenio  <i>María Camila Sánchez, quien trabaja en Dinero.com, que un hombre tocó sus partes íntimas.</i>	María Camila, su Twitter.  Trino respuesta de TransMilenio	Hay un contexto con casos pasados, y con las políticas de la alcaldía. También hace mención a que usa las redes sociales. deja claro que es periodista

En el caso de Semana.com, la revista tituló “La periodista abusada en TransMilenio” con el siguiente lead, *María Camila Sánchez, quien trabaja en Dinero.com, denunció que un hombre tocó sus partes íntimas.* Dentro de los elementos que se resalta está que la noticia comienza por hacer un breve contexto de un suceso pasado y define el **abuso sexual** cuando dice que según la revista semana, “un hombre tocó sus partes íntimas” (revista Semana 2014). Inmediatamente hace un paralelo entre el caso de Diana Gamboa y María Camila Sánchez, ambas víctimas de abuso sexual en Transmilenio, quienes no pudieron obtener ningún tipo de ayuda por parte de la empresa operadora de transporte.

La gran crítica la hacen no al hecho de abuso sexual sino a la inoperancia de las medidas tomadas en Transmilenio, aparte de relatar el hecho, mencionan que la institución conoce perfectamente la situación (Semana, 2014) y no ha respondido a los reclamos de la ciudadanía e incluso de la Policía Metropolitana de Bogotá. Las fuentes consultadas fueron el Twitter de María Camila y de Transmilenio, y la policía también conoce este tipo de casos. Para reiterar la negligencia de Transmilenio semana afirmó que la policía “le ha advertido de la existencia de 109 casos similares en el año 2013” (Semana, 2014)

Para continuar con el segundo nivel de análisis de *Agenda Setting* en que además de analizar los atributos dados a la noticia y cómo la encuadraron, y su intención, en este paso se conocerá cual fue la respuesta de los lectores a las noticias y también al trino de María Camila Sánchez, usado como fuente principal la misma noticia publicada en eltiempo.com, elespectador.com y semana.com y las respuestas dadas a las mismas a través de Twitter.

Aunque el caso de María Camila parece pequeño, algunos atributos hicieron que se volviera interesante, no solo por el hecho que en Bogotá se acose a las mujeres en un bus de Transmilenio sino que al usar palabras como acosador, violador las personas reaccionan ante lo que están leyendo, escuchando, conociendo, es decir, de lo que se está informando. Otro aspecto es que la impunidad genera molestia. María Camila manifestó su inconformidad antes las promesas incumplidas de las instituciones públicas. El caso de María Camila cambió la agenda de los medios analizados en particular porque se incluyó por varios días en su menú informativo, permitiendo a las personas opinar, conocer, discutir sobre ese tema. E indudablemente, el caso de María Camila, por su misma naturaleza genera una serie de contextos y correlatos que, como hemos analizado, pueden en un momento dado, dispersar la atención y concentrar a la audiencia en cosas diferentes o ajenas al caso.

## 4. CONCLUSIONES

A lo largo de este trabajo se analizó y sintetizó un hecho o caso, la forma de presentarlo los medios, la manera de tratarlo en las Redes Sociales y la participación del común de la gente. Lo primero que queda en evidencia en este artículo es que son las personas quienes reubican la información con base en los titulares, las noticias, las transmisiones que utilizan los medios para divulgar la noticia y forman su propia opinión y deciden qué se convierte en viral o merece recibir una mayor importancia en la agenda pública y mediática.

El segundo aspecto evidenciado es que estas mismas personas tienen la facultad de regular la importancia que le dan a la información pero el papel del periodista y de los medios de comunicación es decisivo para la selección de temas, pues son ellos quienes deciden qué se presenta y cómo se presenta. Este cómo se presenta va al alterar la respuesta y el interés de la audiencia. En el caso de María Camila Sánchez, algunos de los medios citados cambiaron su agenda porque incluyeron el tópico del acoso sexual en Transmilenio y luego del hecho, entrevistas, videos, relatos sobre el caso, motivaron el interés de la audiencia y de otros medios.

Las redes sociales en internet sirvieron como puente entre María Camila, el público y las autoridades, quienes finalmente prestaron la atención requerida a la periodista, suceso que generó que la gente se enterara del hecho por redes sociales y por televisión y prensa y además le dio relevancia al caso en momentos de fervor futbolístico.

Los cambios en las rutinas y en el quehacer periodístico se evidencian en el uso de las redes sociales para dar a conocer la indignación por un hecho injustificable desde cualquier punto de vista como lo es el acoso sexual. Los medios de comunicación y sus periodistas enfatizan en ciertos aspectos como el uso de la palabra acoso y abuso, violador, víctima, lo que le da un tema para pensar e interpretar a la audiencia, modificando también la agenda pública porque la gente se manifestó no solo a través de las redes sociales sino en el debate común. Esto quiere decir que la agenda mediática ayuda a conformar una percepción de la realidad. Sin ser el único caso, tiene la particularidad de que ella, en calidad de periodista y usando como primera herramienta Twitter, consiguió el respaldo de los tuiteros y también que las autoridades le brindaran una ayuda

prioritaria en su situación, Sin embargo el hecho quedó impune, con ayuda de las redes sociales, las personas conocieron a partir de la agenda mediática, la problemática de María Camila, un hecho que ocurre, desafortunadamente, en un sistema de transporte con muchas deficiencias y poca preparación para reparar a las víctimas y en general, a los usuarios bogotanos.

Las personas sienten la necesidad de expresar su inconformidad ante la negligencia de las autoridades, en el caso de María Camila fue ella quien decidió cuál herramienta utilizar para llamar la atención, en este caso usó su Twitter, en vez de sencillamente, por ejemplo, realizar un par de llamadas, y a raíz de su trino otras mujeres evidenciaron sus casos y las autoridades le prestaron la asistencia aunque con impunidad a María Camila, hecho que, en un principio, no se hubiera podido lograr si fuera una persona que no utilizara, como en este caso, Twitter. A su vez tuvo repercusión en Facebook, porque a partir de las publicaciones de los medios de comunicación, las personas consiguieron expresar su opinión sobre el terrible caso.

También hay otros elementos a considerar como que los medios le dijeron al público en qué tema pensar y en el desarrollo de la noticia cómo pensar. Así se puso en evidencia la teoría de la *agenda setting*, elaborada por McCombs, en el sentido que con la ayuda de las redes sociales la noticia fue conocida, manejada, divulgada e interpretada, dentro de la agenda normal de los medios nacionales.

Lo anterior relativiza el peso de las redes sociales en la determinación de una agenda mediática y pública en el caso de María Camila Sánchez quien logra cambiar la regularidad de los informativos en el sentido en que el tema de acoso sexual es introducido y cuestionado, no solo por algunas horas, sino durante días siguientes al hecho, pero al lado del tema, la misma presentación de los medios provoca que se discutan otros temas y el caso pierda relevancia en un momento dado porque se vuelve más importante el tema Transmilenio. Lo anterior no es gratuito porque la inconformidad general con el sistema Transmilenio es amplia y toca a toda la audiencia.

El recurso más grande del periodista es la atención del público. La agenda presentada por los medios, que depende enteramente de la decisión del periodista y del medio, puede impactar a las personas, llevándolas a pensar de una manera particular un tema o tópico, en este caso la

información difundida sobre María Camila llevó a que los usuarios en la manera en que la iban leyendo, fueran formando sus propias opiniones. Tal vez, también podía ocurrir que solo despertara su curiosidad y desviar su atención. Finalmente, lo que la gente ve y escucha en las noticias es lo que llega a ser considerado importante para ellos pero como no todo es visibilizado, hay cosas que por selección se queda por fuera de la agenda mediática y pública, en consecuencia son cosas que nunca se van a tomar como relevantes.

Para que el caso de María Camila llegara a los noticieros cumplió con las siguientes condiciones:

- Ella era periodista
- Tuvo movida en redes sociales
- Aspectos como víctima, periodista, abuso, secciones de judicial, Bogotá
- Entró a la agenda de diferentes medios

## 5. BIBLIOGRAFÍA

- Blu Radio.com (agosto de 2014). Programa Mañanas Blu. Bogotá, Colombia. Recuperado el 3 de septiembre de 2014, de <http://www.bluradio.com/#!programa/mananas-blu>
- Blu Radio.com (11 de julio de 2014). “Esperaba respaldo de funcionarios de TransMilenio” periodista víctima de acoso. Bogotá, Colombia. Recuperado el 3 de agosto de 2014, de <http://www.bluradio.com/69624/periodista-victima-de-acoso-en-transmilenio-lamenta-falta-de-solidaridad>
- Blu Radio.com (11 de julio de 2014). Periodista, nueva víctima de abuso sexual en TransMilenio. Bogotá, Colombia. Recuperado el 2 de agosto de 2014, de <http://www.bluradio.com/69612/periodista-nueva-victima-de-abuso-sexual-en-transmilenio>
- Blu Radio.com (13 de julio de 2014). Policía reveló retrato hablado de acosador de periodista en Transmilenio. Bogotá, Colombia. Recuperado el 5 de agosto de 2014, de <http://www.bluradio.com/69776/policia-revelo-retrato-hablado-de-acosador-de-periodista-en-transmilenio>
- Blu Radio.com (17 de julio de 2014). Nueva víctima de abuso sexual en TransMilenio Bogotá, Colombia. Recuperado el 5 de agosto de 2014, de <http://www.bluradio.com/70317/nueva-victima-de-abuso-sexual-en-el-servicio-transmilenio>
- Blu Radio.com. (12 de julio de 2014). TransMilenio sancionará a funcionarios que no atiendan denuncias de abusos. Bogotá, Colombia. Recuperado el 2 de agosto de 2014, de <http://www.bluradio.com/#!69732/transmilenio-sancionara-funcionarios-que-no-atendan-denuncias-de-abusos>
- Boyd, Danah, Ellison, Nicole B (2007). *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Recuperado el 22 de noviembre de 2012, de University of California-Berkeley. De, <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> y <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/pdf> Volume 13, Issue 1,
- Caracol Radio.com (11 de julio de 2014). Transmilenio sancionará funcionarios, si no ayudaron a mujer abusada. Bogotá, Colombia. Recuperado el 8 de agosto de 2014, de <http://www.caracol.com.co/noticias/bogota/8203transmilenio-sancionara-funcionarios-si-no-ayudaron-a-mujer-abusada/20140711/nota/2317011.aspx>

Caracol Radio.com (12 de julio de 2014). Revelan retrato hablado de abusador de una periodista en TransMilenio. Bogotá, Colombia. Recuperado el 14 de agosto de 2014, de <http://www.caracol.com.co/noticias/bogota/revelan-retrato-hablado-de-abusador-de-una-periodista-en-transmilenio/20140712/nota/2318540.aspx>

Caracol Radio.com (11 de julio de 2014). Periodista denuncia ataque sexual en Transmilenio. Bogotá, Colombia. Recuperado el 13 de agosto de 2014, de <http://www.caracol.com.co/noticias/bogota/periodista-denuncia-ataque-sexual-en-transmilenio/20140711/nota/2316216.aspx>

Caracol Radio.com (13 de julio de 2014). La Policía de Bogotá ofreció hasta 10 millones de pesos a quien ayude a ubicar al hombre. Bogotá Colombia. Recuperado el 8 de agosto de 2014, de <http://www.caracol.com.co/noticias/bogota/ofrecen-recompensa-por-hombre-que-abuso-de-periodista-en-transmilenio/20140713/nota/2319221.aspx>

ComScore. (2011). *Average Time Spent on Social Networking Sites Across Geographies*. Recuperado el 23 de octubre de 2012, de <http://www.comscoredata.com/2011/06/average-time-spent-on-social-networking-sites-across-geographies/>

El Espectador.com (11 de julio de 2014). Periodista denunció acoso sexual en bus de TransMilenio. Bogotá, Colombia. Recuperado el 6 de agosto de 2014, de <http://www.elespectador.com/noticias/bogota/periodista-denuncio-acoso-sexual-bus-de-transmilenio-articulo-503740>

El Espectador.com (13 de julio de 2014). Revelan retrato hablado de acosador sexual contra periodista en TransMilenio. Bogotá, Colombia. Recuperado el 8 de agosto de 2014, de <http://www.elespectador.com/noticias/judicial/revelan-retrato-hablado-de-acosador-sexual-contra-perio-articulo-504092>

El Espectador.com (23 de julio de 2013). Crece número de casos de acoso a mujeres en Transmilenio. Bogotá, Colombia. Recuperado el 10 de octubre de 2014, de <http://www.elespectador.com/noticias/bogota/crece-numero-de-casos-de-acoso-mujeres-transmilenio-video-435393> y El Tiempo en <http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/internet-en-colombia-cifras-balance/15565535>

El tiempo en <http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/facebook-y-twitter-las-plataformas-mas-usadas-para-consultar-noticias/16105317>

El Tiempo.com (11 de julio de 2014). Periodista denuncia acoso sexual en TransMilenio. Bogotá, Colombia. Recuperado el 9 de agosto de 2014, de <http://www.eltiempo.com/bogota/periodista-denuncia-acoso-sexual-en-transmilenio-/14234835>

El Tiempo.com (14 de abril de 2015) ¿Cómo y para qué usamos internet en Colombia? Bogotá, Colombia. Recuperado el 24 de abril de 2015, de <http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/internet-en-colombia-cifras-balance/15565535>

Encuesta DANE 2014 <http://www.dane.gov.co/index.php/esp/estadisticas-sociales/calidad-de-vida-ecv/160-uncategorised/6014-encuesta-nacional-de-calidad-de-vida-2014> y citado por

Entrevista Sandra Quintero, Gerente de Facebook en Colombia <http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/entrevista-con-sandra-quintero-gerente-de-facebook-colombia/13976015>

Estudio Continuo de Audiencia Radial Bogotá, Colombia. Recuperado el 19 de noviembre de 2015, de <https://juanpalaguna.wordpress.com/ecar-estudio-continuo-de-audiencia-radial/>

Estudio de Medios Digitales de la Universidad Javeriana. (2012). Recuperado el 19 de noviembre 2015, [http://consejoderedaccion.org/documentos/emprendimiento/estudio\\_medios\\_digitales\\_2012.pdf](http://consejoderedaccion.org/documentos/emprendimiento/estudio_medios_digitales_2012.pdf)

Facebook Quarterly Earning Slides Q1 2014 <http://investor.fb.com/results.cfm> y [http://files.shareholder.com/downloads/AMDA-NJ5DZ/3114867160x0x746532/5c43ca27-de18-437a-b304-841a2052b98a/FB\\_Q114EarningsSlides20140421.pdf](http://files.shareholder.com/downloads/AMDA-NJ5DZ/3114867160x0x746532/5c43ca27-de18-437a-b304-841a2052b98a/FB_Q114EarningsSlides20140421.pdf)

Facebook.com (1 de enero de 2015). Perfil de inicio de Facebook e información sobre el servicio. Bogotá, Colombia. Recuperado el 24 de abril de 2015, de

[https://www.facebook.com/facebook/info?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/facebook/info?ref=page_internal)  
<https://es-es.facebook.com/RevistaSemana/posts/10152960647901679> 9/26/14 y cuenta con 250 miles.

<https://twitter.com/ELTIEMPO/status/487587175845085184> tomado el 9,26,2014 a las 6:06PM

María Camila Sánchez (11 de julio de 2014). Perfil de María Camila Sánchez. Bogotá, Colombia. Recuperado el 10 de agosto de 2014, de <https://twitter.com/MaCamiSanchez>

McCombs, Maxwell E. (1993). The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas, 15 de enero de 2013, de by Maxwell E. McCombs, University of Texas at

Austin, and Donald L. Shaw, University of North Carolina at Chapel Hill Sitio web:  
<http://www4.ncsu.edu/~amgutsch/McombsShawnew.pdf>

McCombs, Maxwell E. (2006) Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. Paidós Buenos Aires.

McQuail. Denis (1992) *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público.* (pág. 25). Bueno Aires: Amorrortu ediciones S. A. "La acción de los medios de comunicación", complementa la idea al agregar que (McQuail, 1998).

Medios Digitales en Colombia (2012) El Estudio de Medios Digitales de la organización periodística Consejo de Redacción y el Centro Ático de la Universidad Javeriana  
[http://consejoderedaccion.org/documentos/emprendimiento/estudio\\_medios\\_digitales\\_2012.pdf](http://consejoderedaccion.org/documentos/emprendimiento/estudio_medios_digitales_2012.pdf)

MinTIC. (2011). Colombia es uno de los países con más usuarios en redes sociales en la región. 25 de diciembre de 2012, de MinTIC, Sitio web: <http://www.mintic.gov.co/index.php/mn-sabia/797-colombia-es-uno-de-los-paises-con-mas-usuarios-en-redes-sociales-en-la-region>.

ONTIS. (2011). Las Redes Sociales en Internet, 9 de octubre de 2012, Recuperado Sitio web:  
[http://www.osimga.org/export/sites/osimga/gl/documentos/d/20111201\\_ontsi\\_redes\\_sociais.pdf](http://www.osimga.org/export/sites/osimga/gl/documentos/d/20111201_ontsi_redes_sociais.pdf)

Orihuela (2008) y Grupo de trabajo Periodismo Digital. (2009). Redes sociales y medios de comunicación, 10 de noviembre de 2012, de IV Congreso de Cibersociedad 2009, Crisis Analógica, Futuro Digital Sitio web: <http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/redes-sociales-y-medios-de-comunicacion/831/>

Pew Research Center (Julio 14 de 2015) Bogotá, Colombia. Recuperado el 2 de agosto de 2015, de <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/07/14/5-key-takeaways-about-twitter-facebook-and-news-use/>

Revers, M. (2014). The Twitterization of the News Making: Transparency and Journalistic Professionalism. *By: Revers, Matthias. Journal of Communication. Oct 2014, Vol. 64 Issue 5, p806-826. 21p. 1*

Revista Semana "Twitter tiene 17 millones, especialmente en las grandes ciudades y las regiones particulares de Colombia". (Revista Semana 2015) <http://www.semana.com/nacion/articulo/colombia-enredada/414427-3>

Revista Semana.com (11 de julio de 2014). La periodista abusada en TransMilenio. Bogotá, Colombia.

Recuperado el 2 de septiembre de 2014, de <http://www.semana.com/nacion/articulo/maria-camila-sanchez-periodista-abusada-sexualmente-en-transmilenio/395146-3>

Secretaría de la Mujer. (2014). Boletín informativo de la Secretaría Distrital de la Mujer. Bogotá

Humana. Alcaldía Mayor de Bogotá D. C. Sitio web

<http://www.sdmujer.gov.co/images/pdf/Mujeres-en-Cifras-Boletin-No2.pdf>

Secretaria de la Mujer. (2014). Comunicado de prensa Numero 78. Sitio web

<http://www.sdmujer.gov.co/images/pdf/boletines/78%20Rechazamos%20caso%20de%20acoso%20sexual%20en%20transporte%20masivo-%20Rev%20AQM.pdf>

Secretaría de la Mujer. Seguridad para las mujeres en el transporte público de la ciudad. Bogotá,

Colombia. Recuperado el 1 de septiembre de 2014, de <http://www.sdmujer.gov.co/inicio/443-seguridad-para-las-mujeres-en-el-transporte-publico-de-la-ciudad>

Semana. (Julio 16, 2013) ¿A quién escuchan más los colombianos? Recuperado de

<http://www.semana.com/nacion/articulo/a-quien-escuchan-mas-colombianos/351001-3>

Twitter.com (1 de enero de 2015). Perfil de inicio de Twitter e información sobre el servicio. Bogotá,

Colombia. Recuperado el 24 de abril de 2015, de <https://about.twitter.com/>

Twitter.com (11 de Julio de 2014). #noabusadoresenTM. Bogotá, Colombia. Recuperado el 2 de agosto

de 2014, de <https://twitter.com/hashtag/noabusadoresentm?f=realtime>