

Siempre se habla de lo público como aquello que es de todas, todos y todes, pero ¿eso qué significa? ¿qué se entiende realmente por “lo público”?

En Transparencia por Colombia nos planteamos estas preguntas y unimos fuerzas con La Agencia para indagar sobre este tema. Así que realizamos una investigación que contempló entrevistas a profundidad con expertos; grupos focales con personas de diferentes edades, regiones y ocupaciones y escucha social en redes sociales.

Durante la investigación nos dimos cuenta que hay diferentes maneras de entender lo público y esas interpretaciones varían de acuerdo con la experiencia personal, creándose diferentes imaginarios sobre el tema.

**¿Cuáles fueron los principales hallazgos?**

## ***En las entrevistas vimos que:***

- La mayor dificultad es evidenciar que lo público es mucho más que la política.
- Es necesaria la participación efectiva del Estado para cambiar la cultura de la resignación.
- Es importante que la participación ciudadana no sea vista solo como un derecho, sino también como un deber.

## ***En los grupos focales identificamos que:***

- Es difícil encontrar una definición consensuada sobre qué es lo público.
- Existe la necesidad de impulsar la defensa de lo público desde el Estado, empresa privada y sociedad civil, para lograr una ciudadanía más activa.
- Se comparte la idea de que la defensa de lo público debe pasar por iniciativas locales porque los individuos deben sentir cómo estas acciones les afectan en su cotidianidad.



# ¿Qué opinas hasta el momento de estos hallazgos? ¿No te suenan interesantes?

Pero nuestra curiosidad no se detuvo ahí. También, quisimos conocer las conversaciones digitales que se estaban creando alrededor del cuidado y defensa de lo público. Para esto, realizamos un ejercicio de escucha social.



## ¿Cómo lo hicimos?

Creamos cinco categorías de análisis, cada una de ellas conformadas por una extensa lista de palabras clave que buscamos en espacios digitales como: grupos abiertos de Facebook, Twitter, blogs y todo medio de comunicación con presencia digital en el país.

## Estas fueron las categorías de estudio:

- Actores Públicos
- Recursos Públicos
- Proceso Electoral
- Actores Sociedad Civil
- Temáticas Sociedad Civil



**¡Buscamos abarcar la mayor cantidad de temas y fue un gran reto lograrlo!**

# ¿Cuál fue el resultado de esta búsqueda en el mar digital?

- Cuando la gente publica acerca de lo público en redes, es esencialmente desde un enfoque negativo, refiriéndose muchas veces a los recursos públicos y asociándolo a personajes políticos.
- Muy pocas veces se habla de otros tipos de actores (ONG, asociaciones ciudadanas, etc.) o de otros temas que se relacionen con lo público.
- Cuando se habla de un tema relacionado es porque hubo una coyuntura política sobre la cual a la gente opina (por ejemplo: la reforma tributaria o la publicación del informe de la Comisión de la Verdad).
- Los políticos son los que más hablan en redes sobre lo público y no los ciudadanos.
- Hay una pequeña discusión en redes sociales y medios digitales sobre temas de cuidado de lo público, pero necesitan ampliarse.

## De toda esta investigación, ¿qué concluimos?

- Para crear estrategias exitosas, es mejor que las iniciativas sean locales y ligadas a la cotidianidad.
- Existe la necesidad de revalorizar lo que es lo público en el discurso de las personas y de los políticos.
- Hay que impulsar y hacer resonar distintas voces, nuestras voces.
- Hay un espacio de conversación que se debe ocupar.
- No hay un relato sobre este tema y pocas organizaciones trabajan sobre esto.

***Es decir, ¡existen muchas oportunidades y retos para que como ciudadanos actuemos y pongamos este tema en la agenda!***