



FLACSO
2022

LA ESFERA DIGITAL EN LA PRODUCCIÓN BIBLIOGRÁFICA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA EN COLOMBIA. UN PANORAMA DESDE LAS REVISTAS ACADÉMICAS NACIONALES ENTRE 2010 – 2021

Mg. Diego Andrés Quintero Timaná

Universidad Mariana

Eje temático 07: Comunicación, ciudadanía y poder

V Congreso Latinoamericano y Caribeño de Ciencias Sociales. *“Democracia, justicia e igualdad”*

FLACSO URUGUAY. www.flacso.edu.uy. Teléf.: 598 2481 745. Email: secretaria@flacso.edu.uy



FLACSO 2022

Resumen

Este escrito tiene como propósito examinar el papel de la esfera digital en los flujos comunicativos presentados entre el sistema de medios de comunicación, el sistema político y la ciudadanía, a través de la revisión de la producción bibliográfica generada en el contexto colombiano durante la última década. Para ello se examinaron artículos de investigación publicados en revistas académicas en Colombia registradas en las áreas de Periodismo, Comunicación Social y Ciencias Políticas. Con un diseño metodológico cualitativo, basado en un método de revisión documental y análisis de contenido, se logró establecer que el estudio de las dinámicas políticas en Colombia han mantenido una relación con las TIC, vistas no solo como un instrumento que permite canalizar los mensajes entre emisores y receptores, sino como una esfera de interacción en la cual los actores políticos convergen, se expresan políticamente y configuran acciones contenciosas a partir del contexto social que los rodea.

Palabras clave. Comunicación política; producción bibliográfica; esfera digital, redes sociales; Colombia.



Introducción

La democracia y los procesos políticos han estado en una continua relación de interdependencia con el campo de la comunicación. Aspectos como las representaciones mediáticas de los actores políticos, el cubrimiento informativo de los comicios electorales, las estrategias de marketing electoral, la comunicación de crisis de los entes gubernamentales, las relaciones entre prensa y Estado, la acción colectiva, y la movilización social, entre otros procesos, han estado estrechamente ligados a dinámicas informativas, persuasivas y argumentativas que se generan desde y hacia la ciudadanía a través de prácticas discursivas enunciadas en los diferentes medios de comunicación.

Las relaciones entre medios de comunicación, sistema político y ciudadanía han configurado una triada de interés analítico para el campo de la Comunicación Política (Mazzoleni, 2014), desde la cual, se han venido desarrollando estudios que profundizan en la incidencia de las estructuras y actores de poder sobre la ciudadanía y los medios de comunicación. La configuración de los discursos políticos, la polarización de los medios, el auge de la web en las formas de hacer política y los modelos de interacción entre los medios de comunicación y la ciudadanía, son algunos de los elementos que se encuentran inmersos en una continua vía de actualización y transformación que se inserta en las tendencias de la globalización.

Al respecto, cabe señalar que, para la Comunicación Política, la dimensión política se establece como un proceso de relaciones de poder en las que intervienen actores sociales, en cuya relación intervienen procesos comunicativos para configurar la vida política como un gran sistema de diálogos entre actores, tal como lo señala Ochoa (2000). De esta manera, la Comunicación Política es entendida como el campo de interacción entre tres actores fundamentales en la vida social como lo son el sistema político,



FLACSO 2022

los medios de comunicación y la ciudadanía. Para López-García (2017) la Comunicación Política se divide en dos grandes corrientes, por un lado, los estudios que ponen el énfasis en la mediatización de la política, esto es, la adecuación de los mensajes políticos al discurso, estrategias, intereses y lógica de los medios de comunicación, y por otro, las escuelas y enfoques que advierten de la dependencia de los medios de comunicación respecto de actores externos.

Así, las relaciones entre comunicación y política integran un campo específico de estudio de la Comunicación Social, que a su vez comparte sus fronteras disciplinares con la Ciencia política. Dentro de estos límites encontramos el campo de la comunicación política, la cual, para Dominique Wolton (1995), se configura como “el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política: los políticos, los periodistas y la opinión ciudadana” (p. 31). Por su parte, según Riorda (2017) la Comunicación Política se enfoca en cuatro áreas de análisis como lo son la comunicación electoral, desde la cual se aborda el marketing y la publicidad política; la comunicación gubernamental, enfocada en las relaciones comunicativas entre gobernantes y gobernados; la comunicación de crisis, la cual examina el abordaje comunicativo ante las situaciones de crisis para las instituciones; y la comunicación de riesgos, enfocada en el desarrollo acciones comunicativas preventivas para la imagen y representación de los gobernantes.

En este sentido, desde los planteamientos de Riorda (2017), la comunicación ciudadana como parte de la comunicación política, se configura en tanto se abordan procesos comunicativos desde la participación y el ejercicio político de ciudadanía, buscando la satisfacción de demandas colectivas, siguiendo los lineamientos planteados por autores como Lagos (2008). Mientras que la categoría de opinión pública y procesos políticos permite identificar las implicaciones de los medios de



FLACSO 2022

comunicación en la construcción de la opinión pública, vista como la opinión dominante en la esfera pública, que obliga a la obediencia de actitud y comportamiento del individuo (Noelle-Neumann, 1995) alrededor de dinámicas y hechos políticos. Estos elementos permiten definir los rasgos conceptuales de la Comunicación Política como campo de estudio interdisciplinar entre las disciplinas de la Comunicación, la Sociología y la Ciencia Política.

A partir de estos planteamientos, se logra establecer que, si bien el campo de la Comunicación Política ha tenido un auge significativo en el desarrollo investigativo en las últimas décadas, no se cuenta en el orden nacional con estudios bibliográficos que examinen el papel e incidencia de la esfera digital en los procesos y acontecimientos políticos, a través de la producción de artículos científicos publicados en revistas académicas nacionales, por tanto, es pertinente generar reflexiones en torno a este escenario, a partir de un balance que dé cuenta de las tendencias temáticas, en especial, del papel de la esfera digital en la investigación en Comunicación Política, teniendo en cuenta los acontecimientos políticos del contexto nacional durante la última década.

La producción bibliográfica en Comunicación Política en Colombia

Al realizar la búsqueda bibliográfica en las revistas académicas seleccionadas, se lograron identificar una serie de artículos de investigación publicados entre el periodo 2010 a 2021, en torno a ejes temáticos relacionados con el campo de la Comunicación Política. Una vez procesada la información, se estableció que la selección de los artículos de investigación cumple los criterios de selección, evidenciado además un incremento paulatino en el número de publicaciones por parte de las

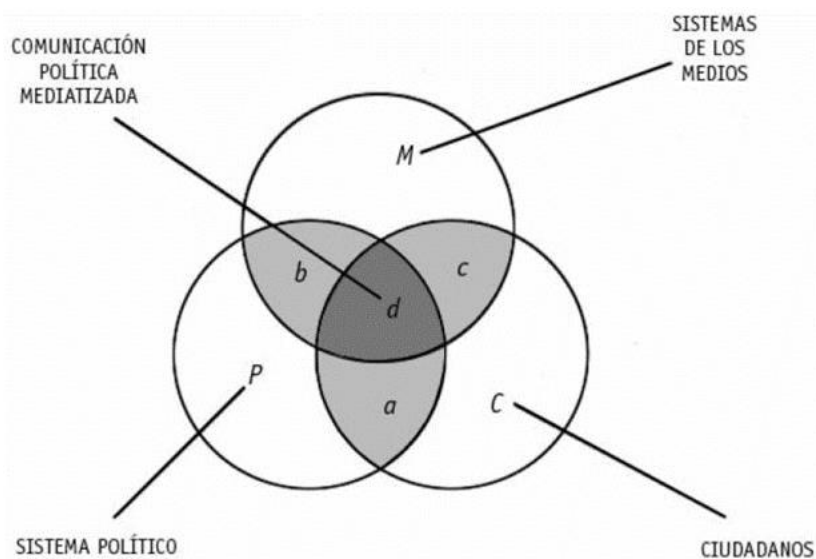


FLACSO 2022

revistas académicas en este campo de estudio, convirtiéndose en los últimos años en uno de los ámbitos de mayor interés desde de la investigación en Ciencias Sociales tanto en Colombia en América Latina.

Para su análisis, los artículos encontrados fueron divididos en tres categorías, siguiendo los planteamientos de Mazzoleni (2014) para quien la Comunicación Política mediatizada se compone a partir de las interacciones entre tres actores como lo son el sistema político, la ciudadanía y los medios de comunicación. Estas interacciones generan categorías analíticas para examinar los procesos comunicativos que se establecen entre los actores en mención, tal como se puede detallar en la siguiente figura:

Figura 1. Modelo propagandístico dialógico de la comunicación política.



Fuente: Mazzoleni, G. (2014, p. 27).

El modelo propagandístico dialógico propuesto por Mazzoleni, permite definir 3 categorías de interacción comunicativa entre los actores que integran el campo de la Comunicación Política. Estas categorías son retomadas por la presente investigación para examinar los ejes temáticos abordados por los artículos publicados en las revistas académicas nacionales durante la última década; así, se podrá distinguir las temáticas



FLACSO 2022

investigativas desarrolladas en torno a: I. Flujos comunicativos entre ciudadanía y sistema político; II. Flujos comunicativos entre sistema político y medios de comunicación y III. Flujos comunicativos entre medios de comunicación y ciudadanía.

De esta manera, para identificar el rol de la esfera digital en los ejes temáticos abordados en la producción bibliográfica de revistas académicas, se examinaron las interacciones comunicativas entre los actores políticos-gubernamentales, mediáticos y civiles que integran la esfera pública, a partir de los procesos comunicativos que se configuran entre los pares anteriormente enunciados, considerando que las dinámicas comunicativas/políticas presentadas en la sociedad, interrelacionan en su acontecer a los diferentes actores y procesos que, en el presente artículo, intentamos examinar de manera disgregada cuando en las dinámicas sociales y cotidianas operan de manera conjunta e interrelacionadas.

Flujos comunicativos entre ciudadanía y sistema político

La ciudadanía, entendida no solo desde la personificación del ciudadano, sino desde la configuración como sujetos de derechos en las que se incluyen personas, organizaciones, movimientos u agrupaciones sociales quienes unifican sus intereses alrededor de la defensa y cumplimiento de derechos colectivos y ciudadanos, desarrolla una serie de dinámicas comunicativas con el sistema político, entendido como el conjunto de instituciones que constituyen la vida política de un país, del cual forman parte los poderes legislativo, ejecutivo y judicial, así como también sujetos políticos como partidos, grupos de presión y movimientos sociales, quienes interactúan entre sí y con las instituciones políticas.



FLACSO 2022

Para autores como Mazzoleni (2014) las dinámicas comunicativas entre ciudadanía y sistema político se han configurado desde dos formas; la primera, cuando el flujo de la comunicación se origina en el sistema político y se dirige a la ciudadanía. Esta forma no solo representa un ejercicio de poder unilineal del sistema político hacia la ciudadanía, es decir, no se trata solo de una comunicación top-down, sino también de una comunicación pública que integra la información y comunicación institucional con las demandas, medios, mensajes e interacciones de la ciudadanía con el sistema político. En este sentido, Mazzoleni (2014) hace alusión a los flujos comunicativos bottom-up desde el cual se producen respuestas de la ciudadanía a los mensajes procedentes del sistema político. De esta manera, podemos examinar algunos casos de estudio que se publicaron en las revistas académicas abordadas en la presente investigación.

Tabla 1. Flujos comunicativos entre ciudadanía y sistema político

No.	Título	Autores	Revista	Año
1	Gobierno electrónico. ¿Estado, ciudadanía y democracia en Internet?	Julie Massal y Carlos Sandoval	Análisis político	2010
2	Uso de las redes sociales en los gobiernos locales de Colombia	Juan Manuel Rojas	Mediaciones	2014

Fuente: Esta investigación, basado en los datos obtenidos de las revistas en estudio

Para examinar las dinámicas digitales presentadas en las investigaciones en Comunicación Política en Colombia, es menester precisar que, la denominada esfera digital “reúne a los individuos en un contexto mediático abierto, lo que dibuja un modo distinto de colaboración en el espacio público creado por las redes de comunicación” (Contreras, 2013, p. 119). En este sentido, se requiere pensar dicha esfera como un espacio no físico



FLACSO 2022

en el cual se desarrollan diferentes formas de interacción entre actores sociales.

La esfera digital, tal como lo plantea autores como García y Olmedo (2019), se configura a partir de las revoluciones tecnológicas y de los cambios políticos derivados de la apertura e inclusión de la opinión ciudadana a los escenarios de discusión y debate, principalmente efectuados en espacios digitales como blogs, páginas web, y redes sociales, por mencionar algunos, “que en su conjunto conforman ese mundo digital que está revestido por un cierto determinismo tecnológico proveniente de sus difusores, tal y como sucedió con los otros medios de comunicación (prensa, radio y televisión)” (García y Olmedo, 2019, p. 85).

Así, la esfera digital como un escenario de interacción configurado a través de un conjunto de medios, ha hecho parte de los flujos comunicativos desde los cuales se aborda la Comunicación Política, convirtiéndose en la última década en un elemento protagónico en el desarrollo de los procesos políticos, considerando que, el auge tecnológico y de los medios digitales en países como Colombia, se ha consolidado a partir del inicio de la segunda década del siglo XXI, según lo plantean autores como Romero-Betancur (2021).

De esta manera, en lo que respecta a los flujos comunicativos entre ciudadanía y sistema político, según se puede detallar en la tabla No. 1, la esfera digital se configurado no solo en como un medio de información de información oficial desde los entes gubernamentales, sino también como un escenario de interacción entre el sistema político y la ciudadanía, ya sea a través del uso de la web para trámites administrativos con el desarrollo del denominado gobierno electrónico y digitalización de la atención al ciudadano, además de convertirse, la esfera digital, en el gran escenario para la propaganda y la publicidad política en los procesos electorales del siglo XXI.



Flujos comunicativos entre sistema político y medios de comunicación

El concepto de sistema político, tal como había sido definido anteriormente, es entendido como el conjunto de actores e instituciones políticas que configuran la vida política de un país, incluyendo a los entes gubernamentales en el orden nacional, regional y local, como también líderes políticos, partidos, movimientos sociales, entre otros, quienes interactúan entre sí, con las instituciones políticas y, para este eje de estudio, con los medios de comunicación.

Por su parte, el sistema de medios de comunicación se define como “el conjunto de instituciones mediáticas que desarrollan actividades de producción y distribución de información y conocimiento” (McQuail, 2000, p. 33). Si bien se ha hecho referencia a medios tradicionales como la televisión, radio, prensa, libros y el cine, cabe señalar también el auge e impacto que ha tenido la internet en las últimas décadas. Este conjunto de medios mantiene una estrecha relación con el sistema político en función a los objetivos de las empresas editoriales que lo poseen y administran la información. Si bien el sistema de medios actúa como interlocutor entre el sistema político y la ciudadanía, se convierten también en generadores y orientadores de la opinión pública hacia las instituciones y actores que integran el sistema político.

Niklas Luhmann (2000) localiza el poder en la comunicación como la capacidad de influir en la selección de los símbolos y en los actos de los individuos. En este sentido, si bien el sistema político pretende extender su influencia y control hacia los medios de comunicación para establecer sus criterios de selección y construcción de la realidad, como lo establece Luhmann, los medios disponen también de la facultad de seleccionar los símbolos y de influir en los actores políticos. A partir de los lineamientos conceptuales presentados entre los flujos comunicativos entre el sistema



FLACSO 2022

político y el sistema de medios, podemos examinar los casos de estudio que se publicaron en las revistas académicas abordadas en la presente investigación. Para ello se detalla a continuación el título del artículo, sus autores, revista y año de publicación, con relación a los ejes temáticos abordados dentro de este flujo comunicativo.

Tabla 2. Flujos comunicativos entre sistema político y medios de comunicación

No.	Título	Autores	Revista	Año
1	Influencias de las campañas políticas y los medios de comunicación en los votantes universitarios	Gabriel Awad y Alejandro Valencia	Reflexión política	2012
2	Los medios de comunicación como actores (des)legitimadores. Reflexiones acerca del rol de los medios de comunicación sobre la construcción de la opinión pública entorno al proceso de paz de La Habana	Juan David Cárdenas Ruiz	Análisis político	2015
3	La retórica del miedo como estrategia política. El plebiscito por la paz en Colombia	Luz Cardona y César Londoño	Forum	2018
4	Twitter en tiempos electorales. Una revisión de #ColombiaDecide	Cristina Briceño, Liliana Calderón-Benavides, Johana Manrique y Gélvez Salazar	Disertaciones	2019
5	Los líderes sociales en la agenda digital de los congresistas colombianos: entre la corrección política y la denuncia directa	David Cárdenas, Sergio Roncallo-Dow y Catalina Cruz-González	Análisis político	2020



FLACSO 2022

6	#Paro21denoviembre: un análisis de redes sociales sobre las interacciones y protagonistas de la actividad política en Twitter	Sergio Andrés Rodríguez Rojas	Análisis político	2020
7	Los debates electorales en Twitter y preocupaciones ciudadanas en la contienda presidencial Colombia 2018	Sergio Alvarado-Vivas, Juan López y Joan Pedro-Carañana	Signo y pensamiento	2020
8	Factualidad e imparcialidad informativa en la prensa digital publicada durante la campaña presidencial en Colombia 2014 -2018	Ximena García-Arango	Forum	2020
9	El lenguaje político en Twitter durante la segunda vuelta presidencial Colombia 2018	Sandra Gallego; Roberto Gayón y Felipe Alzate	Anagramas	2021
10	Las redes sociales y su relación con la función del comunicador político	Fredy Vásquez-Rizo; Melissa Murgueitio y Alejandra Jiménez	Anagramas	2021
11	Del programa electoral a la campaña política en Twitter. Análisis de los datos suscritos a la interacción en Twitter de las campañas ganadoras en Medellín y Bogotá para 2019	Santiago Duque y Carlos Salazar	Comunicación	2021
12	El plebiscito del 2016 en Colombia: Framing, resonancia cultural y comunicación política en los contenidos visuales de Facebook	Juan David Cárdenas	Ciencia Política	2021

Fuente: Esta investigación, basado en los datos obtenidos de las revistas en estudio



FLACSO 2022

Los flujos comunicativos entre el sistema político y los medios de comunicación presentes en la producción bibliográfica en Comunicación Política durante la última década, permite evidenciar el creciente uso e impacto de las redes sociales en procesos políticos como la movilización social y el ciberactivismo, las campañas electorales, la administración pública, el cubrimiento informativo de los hechos noticiosos de carácter político y el seguimiento crítico de los hechos políticos, entre otros.

En este sentido, el primer eje temático de este flujo comunicativo dio cuenta de la incidencia de las redes sociales como Facebook y Twitter para la comprensión de fenómenos como el plebiscito por la paz en Colombia, la elección de mandatarios locales y nacionales, los debates electorales y su impacto en la opinión pública y por ende las capacidades digitales que requieren los profesionales de la comunicación política en la actualidad, puesto que, tanto las estrategias electorales como la administración del poder y la función pública, requieren hoy en día de habilidades digitales en torno al manejo de las TIC que permitan responder a los propósitos políticos de los actores sociales inmersos en este campo.

Así, en la última década, el apogeo de las redes sociales ha suscitado que la esfera digital tenga una fuerte imbricación en la Comunicación Política, en tanto la información que circula en la web se ha convertido en un mecanismo para acercarse a los hechos noticiosos de carácter político, como también en un mecanismo de vigilancia y crítica en torno al sistema político. Las publicaciones realizadas por líderes políticos, gobernantes, partidos o instituciones se han convertido en fuente de información que posibilita a su vez una interacción con la ciudadanía, mediada por los medios de comunicación digital que se proyectan como uno de los principales medios de comunicación sobre el acontecer político.

Por último, el eje temático en torno al análisis del tratamiento informativo del sistema político, se destaca no solo el interés de los investigadores por el cubrimiento mediático en alrededor de la noticia política, sino también



FLACSO 2022

los efectos que pueden generar en las representaciones sociales de las audiencias. En este punto el llamado es focalizar las investigaciones no solo en los medios digitales sino también mantener un seguimiento académico a medios tradicionales como prensa, radio y televisión quienes continúan generando una incidencia tanto en la opinión pública de los ciudadanos como también en los procesos de construcción de las representaciones sociales del mundo político. En la última década se ha evidenciado un auge de las redes sociales y de la internet en el tratamiento informativo del acontecer político nacional, pero tampoco se puede dejar de lado los medios tradicionales y los estudios clásicos del análisis de medios sobre los cuales se fundó gran parte de la investigación clásica de la sociología de la comunicación.

De esta manera, el estudio de la producción bibliográfica relacionada con el flujo comunicativo entre sistema político y medios de comunicación ha permitido dar cuenta de los avances y retos de los ejes temáticos que se insertan en este ámbito de estudio. Posibilitando la construcción de agendas de investigación alrededor de la industria mediática y representaciones sociales de la noticia política, como también respecto a las directrices institucionales y legales sobre el ejercicio del periodismo en Colombia, promoviendo un trabajo interdisciplinario desde las disciplinas de la Comunicación Social, la Ciencia Política, la Sociología, la Historia y el Derecho en Colombia.

Flujos comunicativos entre medios de comunicación y ciudadanía.

El tercer flujo de comunicación se enfoca en las relaciones comunicativas entre el sistema de medios y la ciudadanía. Al respecto, Mazzoleni (2014) señala que, desde el actor-ciudadano-elector, la comunicación de retorno al



FLACSO 2022

sistema de los medios adopta las formas de una retroalimentación genérica. Así, retomando a Thompson (1995), Mazzoleni establece que las formas de interacción entre la ciudadanía y el sistema de medios van desde la participación de los miembros del público en las transmisiones que traten temas políticos, o las cartas del lector hacia el editor del medio, hasta la intervención directa disruptiva como apagar el medio, sea televisión o radio, cambiar de canal o emisora, no comprar el periódico, etc.

Para autores como Wolton (1995) el sondeo de opinión realizado directamente por un medio de comunicación es también una modalidad de comunicación, pues se presume que el ciudadano comunica, de manera indirecta, al medio de comunicación su opinión sobre determinadas cuestiones políticas. A partir de los lineamientos presentados entre los flujos comunicativos entre el sistema de medios y la ciudadanía, se examinan los casos de estudio publicados durante la última década. Para ello se detalla a continuación el título del artículo, sus autores, revista y año de publicación de las publicaciones encontradas.

Tabla 3. Flujos comunicativos entre medios de comunicación y ciudadanía

No.	Título	Autores	Revista	Año
1	El insulto político en los foros de los lectores de la prensa digital colombiana	Juan Carlos Acebedo Restrepo	Signo y pensamiento	2013
2	El poder de los medios masivos tradicionales y las plataformas digitales en el activismo político	José Trillos y Jairo Soto	Encuentros	2018
3	Manipulación mediática y tratamiento informativo de las movilizaciones sociales indígenas en Cauca y Huila	Neyder Jhoan Salazar Torres	Mediaciones	2018
4	La justificación de la agresión física entre políticos colombianos. El caso del exalcalde Rodolfo Hernández en YouTube	Giohanny Olave	Palabra clave	2021

Fuente: Esta investigación, basado en los datos obtenidos de las revistas en estudio

Al respecto se ahondaron en ejes temáticos como el tratamiento informativo que los medios de comunicación desarrollan en torno a hechos

V Congreso Latinoamericano y Caribeño de Ciencias Sociales. “*Democracia, justicia e igualdad*”

FLACSO URUGUAY. www.flacso.edu.uy. Teléf.: 598 2481 745. Email: secretaria@flacso.edu.uy



FLACSO 2022

noticiosos como la protesta y la movilización social, en las cuales la ciudadanía se convierte en el actor protagónico de la acción política. Así mismo, se evidenció el papel de las plataformas digitales como el principal escenario de discusión, de construcción de la opinión pública y de las representaciones sociales que se configuran alrededor de algunos hechos políticos que han acontecido en Colombia durante la última, entre los que se destaca el proceso de paz entre el gobierno colombiano y la guerrilla de las Farc, así como también en las dinámicas electorales a nivel regional y nacional, entre otros.

El eje temático de opinión pública y cultura política deja entrever un foco de notable interés para el campo de la comunicación política como lo es el proceso de construcción de la opinión pública. Estas publicaciones tienen como propósito examinar la incidencia que pueden generar los contenidos mediáticos en la opinión pública de una sociedad mediatizada y que forja sus representaciones sociales a partir de su interacción con los medios de comunicación. Por ello, plataformas como Youtube, Netflix, o la prensa digital, se ha convertido en los últimos años como en las esferas protagónicas para la construcción de perspectivas de temas como el plebiscito para la refrendación de los acuerdos de paz, el auge de las series y producciones audiovisuales denominadas “narconovelas” y su impacto en las audiencias internacionales, las cuales han recreado hechos históricos que llevan a la pantalla desde la perspectiva de sus productores.

Por último, el eje de análisis en torno al cubrimiento informativo de los medios de comunicación en relación con algunos procesos políticos ciudadanos acaecidos en Colombia durante la última década, ha permitido dar cuenta de procesos como el tratamiento discursivo y noticiosos de las protestas y movilizaciones sociales en Colombia, profundizando en aspectos como la desinformación, la polarización y la manipulación mediática que desde las principales cadenas televisivas del país se han generado en torno a los procesos de protesta social, manifestaciones



FLACSO 2022

colectivas y otras expresiones de inconformidad social con los procesos políticos que han acontecido en el contexto nacional en los últimos años.

El flujo comunicativo entre medios de comunicación y ciudadanía pretende ubicar al sistema político como eje articulador entre el sistema de medios y la ciudadanía. En este sentido, la ciudadanía ya no es vista como un actor neutral, el cual únicamente recibe la información que emiten los medios con mensajes o contenidos políticos, sino que se convierte en un actor protagónico que participa, que emite, que se convierte en locutor y actor del proceso político, que se apoya del sistema mediático para incidir de manera positiva en proyectos sociales, culturales, económicos y políticos del país.

Como aporte a la construcción de las agendas de investigación en Comunicación Política, se considera oportuno sugerir el desarrollo de proyectos de investigación que promuevan la publicación de artículos relacionados con la participación y visibilización de la mujer en los escenarios mediáticos y políticos en Colombia. Puesto que, al encontrarse únicamente con una publicación en torno a este ámbito, se requiere reflexionar sobre la categoría de género tanto en la construcción de los discursos periodísticos como también en los procesos de comunicación política y cambio social que se lideran desde la mujer y las diversidades de género.

Conclusiones

La generación de nuevo conocimiento en el campo de la Comunicación Política ha significado para el caso colombiano un aumento creciente en el número de publicaciones que se vienen generando alrededor de fenómenos que interrelacionan las dinámicas del sistema político, el sistema de medios y la ciudadanía. Este aumento se sustenta en el número de publicaciones



FLACSO 2022

que el presente estudio encontró en revistas académicas clasificadas en Publindex bajo las áreas de conocimiento de Periodismo, comunicaciones, y ciencias políticas, en las cuales, entre las 15 revistas examinadas se encontraron 18 publicaciones que abordan la esfera digital en dinámicas de Comunicación Política en Colombia.

El modelo propagandístico-dialógico de la comunicación política, propuesto por Mazzoleni (2014) permitió examinar los flujos comunicativos entre el sistema político, los medios de comunicación y la ciudadanía a partir de las investigaciones publicadas en la última década en Colombia, analizando específicamente cuál es el papel de la esfera digital en la dinámica comunicativa presentada entre los tres actores en mención. Así, la esfera digital, entendida como un contexto mediático derivada de la revolución tecnológica de finales del siglo XX e inicios del siglo XXI, ha propiciado un escenario de interacción digital a través de espacios como blogs, páginas web, y redes sociales, generando una transformación en las relaciones e interacciones políticas, en donde la ciudadanía, ha transformado su rol de receptor a un rol de prosumidor del acontecer político y social del entorno.

En el flujo correspondiente entre el sistema político y ciudadanía, se logran detallar las interacciones en las que la esfera digital se convierte en un escenario de comunicación entre los entes gubernamentales y la ciudadanía, a través de plataformas web que posibilitan procesos administrativos ciudadanos bajo el denominado gobierno electrónico, así como también dinámicas informativas desde plataformas digitales que permiten a las instituciones de gobierno mantener una información actualizada y a su vez una comunicación directa con la ciudadanía mediante las redes sociales y plataformas dispuestas para tales propósitos.

Por otra parte, el eje temático de propaganda y publicidad política sigue manteniéndose como el principal eje de análisis de la Comunicación Política, tanto por el número de publicaciones generadas como por los



FLACSO 2022

diferentes componentes electorales analizados, entre ellos, las estrategias de marketing electoral, el manejo del lenguaje político, las interacciones entre candidatos y electorado, el impacto en la opinión pública, el seguimiento a los comicios electorales, entre otras dinámicas en las que, la esfera digital, ha consolidado en esta última década un espacio protagónico de interacción entre el sistema político y la ciudadanía, mediada a través de espacios digitales que proporcionan una participación activa de la ciudadanía en los procesos electorales que configuran el ambiente político nacional.

En lo que respecta al flujo comunicativo entre sistema político y medios de comunicación, sobresalen aquellas publicaciones en torno al uso político de las redes sociales que han posibilitado comprender las interacciones entre gobernantes y ciudadanos más allá de los medios institucionales, generado dinámicas de opinión en torno a lo que se publica en sus redes sociales personales más que en los informativos oficiales de las instituciones a las que representan. Así mismo, el cubrimiento informativo del acontecer político sigue constituyéndose en uno de los pilares de análisis de la Comunicación Política y la Sociología de la Comunicación, a partir del estudio y seguimiento de medios en torno a las noticias políticas, específicamente sobre medios digitales, así como también desde las relaciones entre prensa y Estado.

Finalmente, el flujo entre medios de comunicación y ciudadanía, si bien permitió indagar en torno a los fenómenos de construcción de la opinión pública desde medios digitales, especialmente desde la incidencia de las redes sociales, en donde se destaca la red social Twitter como uno de los medios de mayor análisis para la comprensión de los fenómenos mediáticos y políticos en Colombia; también se resalta el uso y apropiación de medios alternativos por parte de la ciudadanía para la construcción de procesos cívicos en torno a la paz, la movilización social y la significación culturales de las expresiones ciudadanas. De esta manera, se logra establecer que el



FLACSO 2022

estudio de las dinámicas políticas en Colombia durante los años de análisis ha mantenido una estrecha relación con la esfera digital, no solo como un instrumento unidireccional que canaliza los mensajes entre emisores y receptores, sino también como una esfera de contacto en la cual el sistema político y la ciudadanía convergen, se expresan políticamente y se configuran relaciones contenciosas a partir de la realidad social y política del entorno.

Referencias bibliográficas

Acebedo, J. (2013). El insulto político en los foros de los lectores de la prensa digital colombiana. *Signo y Pensamiento*, 32(62), pp. 48-63. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp32-62.ipfl>

Alvarado-Vivas, S., López López, J., & Pedro-Carañana, J. (2020). Los debates electorales en Twitter y su correspondencia con las preocupaciones ciudadanas en la contienda presidencial en Colombia 2018. *Signo Y Pensamiento*, 39(77). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp39-76.detc>

Awad A., G., & Valencia Arias, A. (2012). Influencias de las campañas políticas y los medios de comunicación en los votantes universitarios. *Reflexión Política*, 13(26). <https://revistas.unab.edu.co/index.php/reflexion/article/view/1577>

Briceño Romero, Y. C., Calderón-Benavides, L., Manrique, J. A., & Camila, G. S. (2019). Twitter en tiempos electorales. Una revisión de # ColombiaDecide. *Anuario Electrónico De Estudios En Comunicación Social "Disertaciones"*, 12 (2), 216-236. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.656>

4



FLACSO 2022

- Cárdenas Ruiz, J. D. (2015). Los medios de comunicación como actores (des)legitimadores. Algunas reflexiones acerca del rol de los medios de comunicación sobre la construcción de la opinión pública en torno al proceso de paz de La Habana. *Análisis Político*, 28 (85), 38-56. <https://doi.org/10.15446/anpol.v28n85.56245>
- Cárdenas Ruíz, J. D., Roncallo-Dow, S., & Cruz-González, M. C. (2020). Los líderes sociales en la agenda digital de los congresistas colombianos: entre la corrección política y la denuncia directa. *Análisis Político*, 33(98), 66-84. <https://doi.org/10.15446/anpol.v33n98.89410>
- Cárdenas Ruiz, J. (2021). El plebiscito del 2016 en Colombia: Framing, resonancia cultural y comunicación política en los contenidos visuales de Facebook. *Ciencia Política*, 16(31), 235-273.
- Cardona Zuleta, L. M., & Londoño Álvarez, C. A. (2018). La retórica del miedo como estrategia política. El plebiscito por la paz en Colombia. *Forum. Revista Departamento de Ciencia Política*, 1(14), 43-68. <https://doi.org/10.15446/frdcp.n14.69614>
- Contreras, F. (2013). La colaboración en la esfera pública digital. En F. Sierra Caballero, *Ciudadanía, Tecnología y Cultura* (págs. 119-149). Gedisa.
- Duque Giraldo, Santiago, y Carlos Andrés Salazar Martínez. «Del Programa Electoral a La campaña política En Twitter Análisis De Los Datos Suscritos a La interacción En Twitter De Las campañas Ganadoras En Medellín Y Bogotá Para 2019». *Comunicación*, no. 45 (agosto 25, 2021): 30–50. <https://revistas.upb.edu.co/index.php/comunicacion/article/view/7238>
- Gallego Galvis, Sandra Ximena, Gayón Tavera, Delsar Roberto, & Alzate Pongutá, Juan Felipe. (2021). El lenguaje político en Twitter durante



FLACSO 2022

la segunda vuelta presidencial Colombia 2018. Anagramas -Rumbos y sentidos de la comunicación 20(39), 107-127. <https://doi.org/10.22395/anqr.v20n39a5>

García-Arango, X. (2020). Factualidad e imparcialidad informativa en la prensa digital publicada durante la campaña presidencial en Colombia, 2014 -2018. Forum. Revista Departamento de Ciencia Política, (17), 179-205. <https://doi.org/10.15446/frdcp.n17.79511>

García, C., y Olmedo, R. (2019). El nuevo opio del pueblo: apuntes desde la economía política de la comunicación para (des)entender la esfera digital. Iberoamérica Social: revista-red de estudios sociales XII, pp. 84 - 96. <https://iberoamericasocial.com/el-nuevo-opio-del-pueblo-apuntes-desde-la-economia-politica-de-la-comunicacion-paradesentender-la-esfera-digital/>

Lagos, J. (2008). La comunicación como instrumento fortalecedor de la participación ciudadana: Hacia una democracia inclusiva. En C. Gallardo, Transparencia y probidad en la gestión pública, (pp. 67-72). Gobierno de la República de Chile.

López-García, G. (2017). Comunicación política y discursos sobre el poder. Profesional De La información, 26(4), 573-578. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.jul.01>

Luhmann, N. (2000). La Realidad de los medios de masas. Anthropos Editorial.

Noelle-Neumann, E. (1995). La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social. Paidós.

Massal, J., & Sandoval, C. G. (2010). Gobierno electrónico. ¿Estado, ciudadanía y democracia en Internet? Análisis Político, 23(68), 3-25. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/anpol/article/view/45788>



FLACSO 2022

- Mazzoleni, G. (2014). *La Comunicación Política*. Alianza Editorial.
- McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de comunicación de masas*. Paidós.
- Ochoa, O. (2000). *Comunicación política y opinión pública*. McGraw-Hill.
- Olave, Giohanny. (2021). La justificación de la agresión física entre políticos colombianos. El caso del exalcalde Rodolfo Hernández en YouTube. *Palabra Clave*, 24(4). <https://doi.org/10.5294/pacla.2021.24.4.2>
- Riorda, M. (2017). Seguir las encuestas y las redes produce un kitsch político o una política conservadora y no transformadora. En: A. González. E. Richard. O. Rincón. (Eds.), *Comunicación política en Colombia*. (pp. 6 -10). Universidad Externado.
- Rodríguez Rojas, S. A. (2020). #Paro21denoviembre: un análisis de redes sociales sobre las interacciones y protagonistas de la actividad política en Twitter. *Análisis Político*, 33(98), 44-65. <https://doi.org/10.15446/anpol.v33n98.89409>
- Rojas P., J. M. (2014). Uso de las redes sociales en los gobiernos locales de Colombia. *Mediaciones*, 10(13),50–59. <https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.10.13.2014.50-59>
- Romero-Betancur, J.D. (2021). Panorama tecnológico colombiano: Una aproximación desde las solicitudes de patentes en Colombia entre los años 2000 y 2018. *Revista Científica*, 40(1), 89-101. <https://doi.org/10.14483/23448350.16929>
- Salazar Torres, N. (2018). Manipulación mediática y tratamiento informativo de las movilizaciones sociales indígenas en Cauca y Huila. *Mediaciones*, 14(20), 1-45. <https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.14.20.2018.1-45>



FLACSO 2022

- Thompson, J. B. (1995). *The media and modernity: A social theory of the media*. Cambridge Polity Press.
- Trillos Pacheco, J. & Soto Molina, J. (2018). El poder de los medios masivos tradicionales y las plataformas digitales en el activismo político. *Encuentros*, 16(02), 62-78. <https://doi.org/10.15665/encuent.v16i02.1440>
- Vásquez-Rizo, Fredy Eduardo, Murgueitio-Echeverri, Melissa, & Jiménez-Trochez, María Alejandra. (2021). Las redes sociales y su relación con la función del comunicador político. *Anagramas -Rumbos y sentidos de la comunicación-*, 19(38), 69-86. <https://doi.org/10.22395/anqr.v19n38a4>
- Wolton, D. (1995). *El nuevo espacio público. La comunicación política: construcción de un modelo*. Gedisa Editores.