

El poder de la comunicación y la comunicación en el poder: intersecciones investigativas entre comunicación y política en la producción bibliográfica en Colombia (2010-2020)

DIEGO ANDRÉS QUINTERO TIMANÁ¹

Resumen

En Colombia, durante la última década, la democracia y los procesos políticos han configurado una activa relación de interdependencia con el campo de la comunicación. Aspectos como las representaciones sociales del poder, las implicaciones de las redes sociales como escenario de debate electoral y el cubrimiento mediático de los procesos políticos, entre

1 Doctorando en Ciencias Sociales, Universidad Pablo de Olavide, magíster en Sociología, FLACSO Ecuador, licenciado en Ciencias Sociales, Universidad de Nariño. Líder del grupo de investigación Medios, Comunicación y Cultura, Universidad Mariana: daquinterot@umariana.edu.co



otros, han ido estrechamente ligados a dinámicas informativas, persuasivas y argumentativas que se generan hacia y desde la ciudadanía, mediante prácticas discursivas enunciadas a través de los distintos medios de comunicación. Por ello, este escrito tiene como objetivo analizar las intersecciones investigativas entre comunicación y política presentes en la producción de artículos académicos publicados en revistas científicas en Colombia entre 2010 y 2020.

En este sentido, se examinan los ejes temáticos de los procesos investigativos que se han abordado desde las relaciones interdisciplinares entre la sociología política y la comunicación social en torno al estudio del poder, sus procesos y sus prácticas sociales. Para ello, a través de una estrategia metodológica cualitativa, basada en un método de revisión bibliográfica y análisis documental a los artículos académicos publicados en quince revistas científicas en Colombia registradas en Publindex en las áreas de periodismo, comunicación y ciencias políticas, se logró identificar tres campos de investigación interdisciplinar a partir de las relaciones establecidas entre actores como la ciudadanía, el sistema político y los medios de comunicación. De esa manera, entre los resultados de la investigación, pudieron identificarse los principales campos temáticos en los cuales se interconectan procesos de comunicación y política en la producción investigativa en Colombia durante la última década, en el campo de la comunicación política, para el establecimiento de agendas de investigación en torno al análisis de las relaciones entre comunicación, Estado, poder y ciudadanía en Colombia.



Palabras clave: comunicación política, producción bibliográfica, Colombia, interdisciplinariedad.

Introducción

El acontecer político y mediático en Colombia se ha caracterizado, en la última década, por procesos como los dos mandatos presidenciales de Juan Manuel Santos, la firma de los acuerdos de paz entre el Estado colombiano y las FARC-EP, los actos de corrupción en torno al caso Odebrecht, las tensiones diplomáticas entre Colombia y Venezuela, los diferentes procesos electorales para la elección de mandatarios locales en el contexto nacional, la elección de Iván Duque como presidente de la República y la reactivación de los procesos de violencia y conflicto interno en el país.

Estos acontecimientos, entre otros, han caracterizado la dinámica política y social de Colombia en la última década; por ello, los años comprendidos entre 2010 y 2020 han motivado el interés reflexivo y analítico de investigadores en diferentes áreas del saber, hecho que se refleja en la publicación de artículos académicos que denotan los principales aspectos de interés investigativo para la producción de nuevos conocimientos en el campo de las ciencias sociales en el contexto nacional. Dichos estudios se enriquecen desde perspectivas interdisciplinarias que permiten la comprensión de los fenómenos sociales desde múltiples enfoques. Tal es el caso de la comunicación política.

Las relaciones entre medios de comunicación, sistema político y ciudadanía han configurado una triada de interés analítico para el campo de la comunicación política, desde la cual se han venido desarrollando estudios que profundizan en la incidencia de las estructuras y los actores de poder sobre la ciudadanía y los medios de comunicación. Por tanto, 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 elementos que se hallan inmersos en una continua vía de actualización y transformación, en consonancia con las dinámicas de la globalización.

De esta manera, se requiere generar un acercamiento analítico a las formas como se están interconectando las áreas de la comunicación y la política en relación con aspectos como la mediatización del campo político, las prácticas discursivas de los medios de comunicación, las representaciones sociales de los actores políticos en los medios y la incidencia de las TIC en las contiendas electorales, entre otros ámbitos que generan puntos de intersección entre los campos de la comunicación, la ciudadanía y el poder. El análisis de estos aspectos se puede evidenciar desde las investigaciones realizadas y publicadas a través de las revistas académicas en torno al campo de la comunicación política en el contexto colombiano. Por lo anterior, el presente escrito plantea la siguiente pregunta: ¿Qué características temáticas tienen los artículos de investigación de las revistas académicas nacionales que han abordado, desde la comunicación política, el acontecer sociopolítico en Colombia entre 2010 y 2020?

Fundamentación conceptual

Para el desarrollo de la pregunta orientadora es menester examinar la configuración teórica de la comunicación política, desde la cual se abordan las relaciones entre medios de comunicación, sistema político y ciudadanía. En este sentido, cabe señalar que, la comunicación política reconoce la política como el proceso de las relaciones de poder en las que intervienen actores sociales —entre ellos, el Estado y los ciudadanos—, 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 y los gobernantes, los medios de comunicación y la ciudadanía.

Para García-López (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, las estrategias, los intereses y la lógica de los medios de comunicación. Por otro, están las escuelas y los 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, expande sus fronteras disciplinares con la ciencia política. El campo de estudio de la comunicación política, según 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, para Mario Riorda (2017), la comunicación política se enfoca en cuatro áreas de análisis: la *comunicación electoral*, desde la que se abordan 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 la representación de los gobernantes.

Complementando los planteamientos de Riorda, es pertinente también incluir los procesos comunicativos desde la participación y el ejercicio político de ciudadanía, caracterizados como colectividades que buscan la satisfacción de demandas colectivas (Lagos, 2010). Por su parte, las categorías de Opinión pública y Procesos políticos permiten identificar las implicaciones de los medios de 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, 1995) en torno a dinámicas y hechos políticos.

Por último, para Mazzoleni (2014), la *comunicación política mediaticizada* se compone a partir de las interacciones entre tres actores: el sistema político, la ciudadanía y los medios de comunicación. Dichas interacciones generan categorías analíticas para examinar los procesos comunicativos que se establecen entre los actores en mención, tal como se puede detallar en la figura 1.

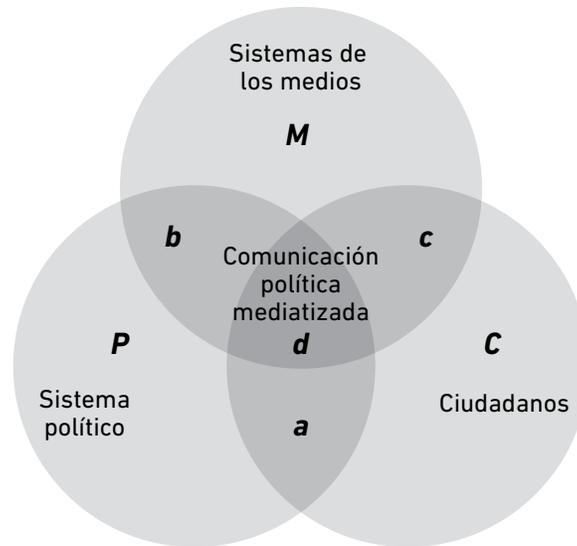


Figura 1. El modelo propagandístico dialógico de la comunicación política.

Fuente: Mazzoleni (2014, p. 27).

En este sentido, Mazzoleni (2014) detalla:

Las instituciones políticas, ya sean el gobierno, los partidos, los líderes o los candidatos en las elecciones (P), interactúan con los ciudadanos (C) y éstos con las instituciones políticas: de la comunicación inmediata P/C surge un espacio compartido (a).

Los actores políticos (P) también establecen relaciones de comunicación con el sistema de los medios (M) y viceversa, lo que da origen al espacio comunicativo (b).

Los medios (M), a su vez, se relacionan también con C, predominantemente con una comunicación en sentido único, debido a su na-

turaliza masiva, que se materializa en un espacio comunicativo de tipo informativo (c).

Los tres espacios comunicativos a, b y c constituyen una red de intercambios de índole política, es decir, son comunicación política. En cambio, el espacio (d) que a, b y c crean superponiéndose, es decir, cuando el intercambio comunicativo implica al mismo tiempo a los tres actores de la palestra política, constituye la comunicación política mediatizada. (p. 27)

El modelo propagandístico dialógico, propuesto por Mazzoleni, permite configurar tres 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 que se abordaron en los artículos publicados en las revistas académicas nacionales durante la última década; así, se podrá distinguir las temáticas investigativas desarrolladas en torno a: 1) procesos comunicativos entre ciudadanía y sistema político; 2) procesos comunicativos entre sistema político y medios de comunicación, y 3) procesos comunicativos entre medios de comunicación y ciudadanía.

De esta manera, para el análisis de la producción bibliográfica en comunicación política en Colombia, se examinan, en un primer momento, las interacciones discursivas 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 ya enunciados, considerando que las dinámicas comunicativas/políticas presentadas

en la sociedad, interrelacionan en su acontecer a los diferentes actores y procesos que en la presente investigación intentamos examinar de manera disgregada.

Metodología

El proceso investigativo se enmarcó en un paradigma cualitativo. El tipo de investigación fue descriptivo, se empleó como método la revisión documental y la técnica de análisis de contenido. Para la revisión documental se seleccionaron, a través de un muestreo no probabilístico e intencional por criterio, los artículos de investigación publicados entre 2010 y 2020 en las revistas académicas, clasificadas en las áreas de conocimiento de: 1) periodismo y comunicaciones y 2) ciencias políticas, las cuales se encuentran registradas y en el sistema de evaluación y clasificación de revistas científicas nacionales Publindex, de MinCiencias, proceso a través del cual se identificaron quince revistas académicas.

Para seleccionar los artículos se implementó una matriz de categorización que incluía los siguientes aspectos: a) que el artículo haya sido publicado en una de las revistas seleccionadas entre enero de 2010 y diciembre de 2020; b) que sea un artículo resultado de investigación; c) que la temporalidad del estudio presentado se ubique entre 2010 y 2020; d) que se analice un proceso sociopolítico colombiano, y e) que el estudio corresponda al área de la comunicación política (que relacione medios de comunicación, sistema político y ciudadanía). Una vez procesada la información, se identificaron 35 artículos que cumplen con los lineamientos establecidos, los cuales fueron analizados a partir de las siguientes cate-



gorías: 1) procesos comunicativos entre ciudadanía y sistema político; 2) procesos comunicativos entre sistema político y medios de comunicación, y 3) procesos comunicativos entre medios de comunicación y ciudadanía.

Resultados relevantes

1. Procesos comunicativos entre ciudadanía y sistema político

Para Mazzoleni (2014), las dinámicas comunicativas entre ciudadanía y sistema político se han configurado desde dos formas. La primera de ellas es cuando el flujo de la comunicación se origina en el sistema político y se dirige a la ciudadanía. La segunda es cuando desde la ciudadanía se originan dinámicas comunicativas hacia el sistema político; es decir, no solo se trata de una comunicación *top-down*, sino también, de una comunicación pública que integra la información y la comunicación institucional con las demandas, los medios, los mensajes y las interacciones de la ciudadanía con el sistema político y, por tanto, se incorporan también los flujos comunicativos *bottom-up*, desde los cuales se producen respuestas de la ciudadanía a los mensajes que proceden del sistema político. En esta categoría encontramos publicaciones como las que se muestran en la tabla 1.

Tabla 1. Artículos de investigación en torno a procesos comunicativos entre ciudadanía y sistema político

Título	Autores	Revista	Año
"El cabildo indígena zenú de Arjona: prácticas comunicativas y acción política".	Diana Carmona Nobles	<i>Signo y pensamiento</i>	2014
"La comunicación pública como estrategia orientadora en los procesos de participación ciudadana de los jóvenes".	Jonatan Rodríguez, Sebastián Arias y Alejandro Valencia	<i>Encuentros</i>	2015
"Alabaos y conflicto armado en el Chocó: noticias de supervivencia y reinención".	Andrea Marcela Pinilla Bahamón	<i>Encuentros</i>	2017
"Entre la música y la resistencia: en busca del reconocimiento en el Festival Petronio Álvarez".	Natalia Lozano Mancera	<i>Encuentros</i>	2017
"La política del canto y el poder de las <i>alabaoras</i> de Pogue (Bojayá, Chocó)".	Natalia Quiceno, María Ochoa Sierra y Adriana Marcela Villamizar	<i>Estudios Políticos</i>	2017
"La campaña a la Alcaldía de Manizales (Colombia) en Twitter: un caso para comprender la interacción en línea entre candidatos y ciudadanos".	Luis Miguel López Londoño	<i>Palabra Clave</i>	2018

Fuente: elaboración propia.

Los artículos que se inscriben en esta categoría muestran el interés investigativo de sus autores en los mecanismos culturales a través de los que la ciudadanía expresó hacia el sistema político sus demandas de reconocimiento, insatisfacción, reinención y resistencia por parte de comunidades afectadas por aspectos políticos y de conflicto armado

en regiones periféricas del país. Así, a través de prácticas culturales y musicales, aunado ello a los procesos de interacción que candidatos y ciudadanos desarrollaron a través de redes sociales, y a través de la participación ciudadana de jóvenes y comunidades indígenas, dichos artículos logran evidenciar los campos temáticos abordados por las publicaciones en la presente categoría de análisis. Asimismo, cabe señalar que, entre las categorías de estudio, en esta se presenta un menor número de publicaciones, por cuanto es pertinente convocar la generación de un mayor número de procesos investigativos en esta área de estudio.

2. Procesos comunicativos entre sistema político y medios de comunicación

Las relaciones entre el sistema político y los medios de comunicación pueden configurarse como una relación de poder a través de la cual, como lo señala Mazzoleni (2014), el sistema político pretende extender su influjo y su control al sistema de los medios; es decir, imponerle sus criterios de selección y construcción de la realidad. Este flujo de comunicación puede adoptar tres formas. La primera de ellas, en torno a la manera como el sistema político regula y reglamenta la actividad comunicativa de los medios. La segunda, cuando la política intenta condicionar la actividad de los medios a través de relaciones públicas, ruedas de prensa o comunicados oficiales. La tercera, cuando alguno de los componentes políticos establece relaciones de colaboración o de protagonismo en acontecimientos noticiosos para los medios informativos.

Tabla 2. Artículos de investigación en torno a procesos comunicativos entre sistema político y medios de comunicación

Título	Autores	Revista	Año
"Gobierno electrónico. ¿Estado, ciudadanía y democracia en Internet?".	Julie Massal y Carlos Germán Sandoval	<i>Análisis Político</i>	2010
"Comparativa de modelos en las relaciones prensa-Estado: Colombia, Italia, Francia, España y Portugal".	Josep Sanmartí-Roset, Guadalupe Aguado y Raúl Magallón-Rosa	<i>Palabra Clave</i>	2010
"Uso de las redes sociales en los gobiernos locales de Colombia".	Juan Manuel Rojas	<i>Mediaciones</i>	2014
"El gobierno de Juan Manuel Santos (2010-2015): cambios en el régimen comunicativo, protesta social y proceso de paz con las FARC".	Fabio López de la Roche	<i>Análisis Político</i>	2015
"Cubrimiento mediático de las elecciones locales de 2015 en Colombia: entre la opacidad política y el centralismo informativo".	Juan David Cárdenas Ruiz	<i>Papel Político</i>	2016
"La representación de la política exterior del gobierno Santos y su repercusión en el discurso mediático-político en Europa y Colombia".	Anna-Lena Dießelmann y Andreas Hetzer	<i>Papel Político</i>	2016
"La comunicación y la información en gobiernos locales: persistencia de prácticas difusionistas de comunicación en organizaciones gubernamentales del Valle del Cauca (Colombia)".	Ana María López y Elva Mónica García Bustamante	<i>Signo y Pensamiento</i>	2016
"Medios de comunicación y política. Industria y representaciones sociales en la noticia política".	Carlos Eduardo Valderrama Higuera	<i>Comunicación</i>	2018

Título	Autores	Revista	Año
"Conmigo o contra mí: análisis de la concordancia y las estrategias temáticas del Centro Democrático en Twitter".	Carlos Felipe Cifuentes y Juan Federico Pino	<i>Palabra Clave</i>	2018
"Las estrategias de profesionalización de las campañas presidenciales en Colombia desde 1994-2014".	Néstor Julián Restrepo Echavarría Ángela María Gómez Restrepo	<i>Signo y Pensamiento</i>	2019
"Los líderes sociales en la agenda digital de los congresistas colombianos: entre la corrección política y la denuncia directa".	Juan David Cárdenas, Sergio Roncallo-Dow y María Catalina Cruz- González	<i>Análisis Político</i>	2020
"Factualidad e imparcialidad informativa en la prensa digital publicada durante la campaña presidencial en Colombia, 2014 -2018".	Ximena García-Arango	<i>Forum</i>	2020
"Más que paz y guerra: Colombia desde spots político-electorales televisivos para la Presidencia".	Yeny Alexandra Pulido Aguirre	<i>Comunicación</i>	2020
"Contravención electoral en la publicidad política de los candidatos al Congreso de la República en Boyacá (Colombia), 2018".	Mario Lozano García y Olga Sofía Morcote González	<i>Reflexión Política</i>	2020
"El triunfo de las campañas posmodernas. Los casos de las alcaldías de Bogotá y Medellín en las elecciones de 2019".	Ismael Crespo Martínez, José Alejandro Cepeda Jiménez y José Miguel Rojo Martínez	<i>Estudios Políticos</i>	2020

Fuente: elaboración propia.

Los artículos en torno a procesos comunicativos entre sistema político y medios de comunicación permiten distinguir en un primer momento la relevancia de la web en las formas contemporáneas de hacer

política. Así, tanto en campañas electorales como en publicidad política, spots político-electorales, cubrimiento de las elecciones y uso de las redes sociales por parte de los gobiernos locales, el componente digital se ha convertido en uno de los epicentros de análisis para las investigaciones realizadas. En este sentido, las relaciones entre los medios de comunicación y el sistema político se han centrado no solo alrededor del cubrimiento noticioso del acontecer político del país, sino también en el análisis del uso estratégico que actores políticos como instituciones, partidos, líderes y representantes políticos les han dado a los medios de comunicación digital como las redes sociales y sitios web.

Por su parte, se han desarrollado también investigaciones que giran en torno al análisis de redes sociales —especialmente, Twitter—, como un escenario de opinión pública, y también como un espacio que actores políticos —incluyendo partidos, instituciones gubernamentales y líderes políticos— han utilizado para comunicar posturas personales en torno a problemas públicos, lo cual expande los espacios de análisis discursivo, que antaño se centraban en los pronunciamientos oficiales publicados en los medios de comunicación tradicionales.

3. Procesos comunicativos entre medios de comunicación y ciudadanía

Para Mazzoleni (2014), la comunicación que va de los medios a la ciudadanía se concreta de varias formas. Una primera es en torno a las dinámicas informativas que los medios proporcionan a la ciudadanía en torno a las dinámicas políticas del contexto en el cual se sitúan. Asimismo, se consideran las dinámicas propagandísticas a través de las que los medios

prestan sus canales a los actores políticos para dirigirse a la ciudadanía. Por su parte, la ciudadanía genera dinámicas de retorno al sistema de medios adoptando una condición asimétrica, por cuanto la comunicación de masas solo en escasas ocasiones proporciona los mecanismos adecuados para que el público tenga formas de intervención comunicativa, como, por ejemplo, apagar el medio de comunicación, cambiar de canal o de emisora, o comprar un periódico con una línea editorial diferente, etc. Otras formas más activas están ligadas a la participación de los miembros del público en las transmisiones realizadas por los medios, o en el hecho de dar lectura pública a las cartas enviadas a los editores.

Tabla 3. Artículos de investigación en torno a procesos comunicativos entre medios de comunicación y ciudadanía

Título	Autores	Revista	Año
"Influencias de las campañas políticas y los medios de comunicación en los votantes universitarios".	Gabriel Awad y Alejandro Valencia Arias	<i>Reflexión Política</i>	2012
"Comunicación ciudadana en Montes de María-Colombia".	Clemencia Rodríguez	<i>Luciérnaga</i>	2013
"El insulto político en los foros de los lectores de la prensa digital colombiana".	Juan Carlos Acebedo Restrepo	<i>Signo y Pensamiento</i>	2013
"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".	Juan David Cárdenas Ruiz	<i>Análisis Político</i>	2015

Título	Autores	Revista	Año
"La retórica del miedo como estrategia política. El plebiscito por la paz en Colombia".	Luz Margarita Cardona Zuleta y César Augusto Londoño Álvarez	<i>Forum</i>	2018
"Manipulación mediática y tratamiento informativo de las movilizaciones sociales indígenas en Cauca y Huila".	Neyder Jhoan Salazar Torres	<i>Mediaciones</i>	2018
"El poder de los medios masivos tradicionales y las plataformas digitales en el activismo político".	Juan José Trillos Pacheco y Jairo Soto Molina	<i>Encuentros</i>	2018
"Twitter en tiempos electorales. Una revisión de #ColombiaDecide".	Cristina Briceño Romero, Liliana Calderón-Benavides, Johana Manrique y Gélvez Salazar Camila	<i>Disertaciones</i>	2019
"El papel de la opinión publicada en la prensa colombiana antes del plebiscito del 2 de octubre de 2016".	Juan Carlos Gómez Giraldo y Juan David Cárdenas Ruiz	<i>Palabra Clave</i>	2019
"Las imágenes de las víctimas del conflicto armado en la revista <i>Semana</i> : políticas, significados culturales y visibilización".	Dixon Vladimir Olaya Gualteros	<i>Palabra Clave</i>	2020
"Procesos de comunicación para la paz".	Alejandra Toro Calonje	<i>Anagramas</i>	2020
"#Paro21denoviembre: un análisis de redes sociales sobre las interacciones y protagonistas de la actividad política en Twitter".	Sergio Andrés Rodríguez Rojas	<i>Análisis Político</i>	2020
"Los debates electorales en Twitter y su correspondencia con las preocupaciones ciudadanas en la contienda presidencial en Colombia 2018".	Sergio Alvarado-Vivas, Juan López López y Joan Pedro- Carañana	<i>Signo y Pensamiento</i>	2020

Título	Autores	Revista	Año
"Procesos constructivos de contenidos de paz. Una mirada a emisoras del municipio de Bello (Colombia)".	Alma Leonora García Gómez, José Julián Herrera Pulgarín y Sergio Alonso Arenas Ceballos	Anagramas	2020

Fuente: elaboración propia.

Respecto a los artículos relacionados con los procesos comunicativos entre medios de comunicación y ciudadanía publicados en la última década, cabe destacar el interés que el proceso de paz entre el Estado colombiano y la guerrilla de las FARC-EP generó en los investigadores, por cuanto gran parte de las publicaciones académicas desarrolladas en esta categoría centró su análisis en procesos de generación de contenidos de paz, procesos comunicativos para la paz, el cubrimiento de las víctimas del conflicto armado en medios de circulación nacional, la opinión pública generada en torno al plebiscito por la paz y el rol de los medios de comunicación sobre la construcción de la opinión pública en torno al proceso de paz fueron los ejes temáticos que se abordaron en mayor medida en las publicaciones analizadas en la muestra de estudio.

En este sentido, cabe señalar también las dinámicas de interacción generadas entre la ciudadanía en torno a asuntos políticos, para lo cual se examinaron foros de prensa digital y redes sociales como Twitter, a partir de *hashtags* que se configuraron en tendencia en torno a procesos electorales, movilizaciones sociales y contiendas políticas presentadas en Colombia a lo largo de la última década. Con ello, las dinámicas co-

municativas entre medios y ciudadanía, no solo se centró en procesos informativos o propagandísticos, sino también, en la interacción que la ciudadanía, entre sus propios integrantes, ha generado en los espacios digitales, como nuevos escenarios de confrontación de la opinión pública.

Conclusiones

A partir de los resultados presentados, se logra evidenciar los ejes temáticos que tienen los artículos de investigación de las revistas académicas nacionales que han abordado, desde la comunicación política, el acontecer sociopolítico en Colombia entre 2010 y 2020. Así, con base en las publicaciones realizadas se puede establecer que el análisis de procesos sociopolíticos como el proceso de paz, las dinámicas electorales, el cubrimiento mediático a las movilizaciones sociales, el papel de internet en las formas contemporáneas de hacer política y las expresiones culturales como mecanismo de acción política se ha desarrollado de manera pertinente por parte de los investigadores sociales en el campo de la comunicación política.

Por su parte, las investigaciones que desde la comunicación política han abordado procesos como las relaciones entre política y actos de corrupción, el manejo de la crisis migratoria y las tensiones diplomáticas entre Colombia y otros Estados no se han evidenciado a través de publicaciones específicas en las revistas examinadas, por cuanto se plantea la necesidad de configurar agendas investigativas en torno al análisis de procesos sociales y comunicativos sobre los fenómenos mencionados, como también, en torno al impacto de la web en los procesos de activismo,

movilización social y acción colectiva, que en la actualidad se consolida como uno de los ejes temáticos de mayor interés para el campo de la comunicación política en Colombia.

Referencias

- Acebedo, J. (2013). El insulto político en los foros de los lectores de la prensa digital colombiana. *Signo y Pensamiento*, XXXII(62), 48-63.
- Alvarado-Vivas, S., López López, J. y 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. y 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. y 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.6564>
- 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-Ruiz, J. D. (2017). Cubrimiento mediático de las elecciones locales de 2015 en Colombia: entre la opacidad política y el centralismo informativo. *Papel Político*, 21(2), 319-342. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.papo21-2.cmel>

Cárdenas-Ruiz, J. D., Roncallo-Dow, S. y 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>

Cardona-Zuleta, L. M. y 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*, 14, 43-68. <https://doi.org/10.15446/frdcp.n14.69614>

Carmona-Nobles, D. (2014). El cabildo indígena zenú de Arjona: prácticas comunicativas y acción política. *Signo y Pensamiento*, 33(64). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp33-64.ciza>

Cifuentes, C. F. y Pino, J. F. (2018). Conmigo o contra mí: análisis de la concordancia y estrategias temáticas del Centro Democrático en Twitter. *Palabra Clave*, 21(3), 885-916. [10.5294/pacla.2018.21.3.10](https://doi.org/10.5294/pacla.2018.21.3.10)

Crespo Martínez I., Cepeda Jiménez J. A. y Rojo Martínez J. M. (2020). El triunfo de las campañas posmodernas. Los casos de las alcaldías de Bogotá y Medellín en las elecciones de 2019. *Estudios Políticos*, 59, 253-278. <https://doi.org/10.17533/udea.espo.n59a11>

- Cuadros-Rodríguez, J. A., Arias-García, S. y Valencia Arias, A. (2015). Public communication as a guiding strategy in citizen participation processes of youth/La comunicación pública como estrategia orientadora en los procesos de participación ciudadana de los jóvenes. *Encuentros*, 13(1). <https://doi.org/10.15665/re.v13i1.353>
- Dießelmann, A.-L. y Hetzer, A. (2017). La representación de la política exterior del Gobierno Santos y su repercusión en el discurso mediático-político en Europa y Colombia. *Papel Político*, 21(1), 197-223. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.papo21-1.adrs>
- García-Gómez, A. L., Herrera-Pulgarín, J. J. y Arenas Ceballos, S. A. (2020). Constructive Processes for Peace Contents. A Look to Radio Stations of Bello (Colombia). *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 19(37), 191-211. <https://doi.org/10.22395/angr.v19n37a10>
- García-López, G. (2017). Comunicación política y discursos sobre el poder. *El Profesional de la Información*, 26(4), 573-578.
- 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>
- Gómez-Giraldo, J. C. y Cárdenas-Ruiz, J. D. (2019). El papel de la opinión publicada en la prensa colombiana antes del plebiscito del 2 de octubre de 2016. *Palabra Clave* 22(1), e2219.
- López de la Roche, F. (2015). El gobierno de Juan Manuel Santos 2010-2015: Cambios en el régimen Comunicativo, protesta Social y pro-

ceso de paz con las FARC. *Análisis Político*, 28(85), 3-37. <https://doi.org/10.15446/apol.v28n85.56244>

López, A. M. y García-Bustamante, E. M. (2017). La comunicación y la información en Gobiernos locales: persistencia de prácticas difusionistas de comunicación en organizaciones gubernamentales del Valle del Cauca (Colombia). *Signo y Pensamiento*, 35(69), 118-139. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp35-69.cigl>

López-Londoño, L. M. (2018). La campaña a la Alcaldía de Manizales (Colombia) en Twitter: un caso para comprender la interacción en línea entre candidatos y ciudadanos. *Palabra Clave*, 21(3), 798-830. [10.5294/pacla.2018.21.3.7](https://doi.org/10.5294/pacla.2018.21.3.7)

Lozano-García, M. A. y Morcote-González, O. S. (2020). Contravención electoral en la publicidad política de los candidatos al Congreso de la República en Boyacá (Colombia), 2018. *Reflexión Política*, 22(44), 26-38. <https://doi.org/10.29375/01240781.3521>

Lozano-Mancera, N. (2017). Entre la música y la resistencia: en busca del reconocimiento en el Festival Petronio Álvarez. *Encuentros*, 15(3). <https://doi.org/10.15665/re.v15i3.1086>

Massal, J. y 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/apol/article/view/45788>

Mazzoleni, G. (2015). *La comunicación política*. Difusora Larousse, Alianza Editorial.

Ochoa, O. (2000). *Comunicación política y opinión pública*. McGraw-Hill.

- Olaya, D. (2020). Las imágenes de las víctimas del conflicto armado en la revista *Semana*: políticas, significados culturales y visibilización. *Palabra Clave*, 23(1), e2316.
- Pinilla-Bahamón, A. M. (2017). Alabaos y conflicto armado en el Chocó: noticias de supervivencia y reinención. *Encuentros*, 15(3). <https://doi.org/10.15665/re.v15i3.1096>
- Pulido-Aguirre, Y. A. (2020). Más que paz y guerra: Colombia desde spots político-electorales televisivos para la Presidencia. *Comunicación*, 42, 30-50. <https://doi.org/10.18566/comunica.n42.a030>
- Quiceno N., Ochoa-Sierra M. y Villamizar A. M. (2017). La política del canto y el poder de las alabaoras de Pogue (Bojayá, Chocó). *Estudios Políticos*, (51), 175-195. <https://doi.org/10.17533/udea.espo.n51a09>
- Restrepo-Echavarría, N. J. y Gómez-Restrepo, Á. M. (2019). Las estrategias de profesionalización de las campañas presidenciales en Colombia desde 1994-2014. *Signo Y Pensamiento*, 38(74). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp38-74.epcp>
- 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, y O. Rincón (Eds.), *Comunicación política en Colombia*. 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>

- Rodríguez, C. (2015). Comunicación ciudadana en montes de María-Colombia. *Luciérnaga Comunicación*, 5(9), 99-115. <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/305>
- Rojas, P. J. (2014). Uso de las redes sociales en los gobiernos locales de Colombia. *Mediaciones*, 10(13), 50-59.
- 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>
- Sanmartí-Roset, J. M., Aguado-Guadalupe, G. y Magallón-Rosa, R. (2010). Comparativa de modelos en las relaciones Prensa-Estado: Colombia, Italia, Francia, España y Portugal. *Palabra Clave*, 13(1), 127-146.
- Toro-Calonje, A. (2020). Communication processes for peace. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 18(36), 115-137. <https://doi.org/10.22395/anr.v18n36a7>
- Trillos-Pacheco, J. J. y Soto-Molina, J. (2018). The power of the massive traditional means and the digital platforms in the political activism/El poder de los medios masivos tradicionales y las plataformas digitales en el activismo político. *Encuentros*, 16(02). <https://doi.org/10.15665/encuent.v16i02.1440>
- Valderrama-Higuera, C. E. (2018). Medios de comunicación y política. Industria y representaciones sociales en la noticia política. *Comunicación*, 39, 65-78. <https://doi.org/10.18566/comunica.n39.a05>
- Wolton, D. (1995). *El nuevo espacio público. La comunicación política: construcción de un modelo*. Gedisa.