

#65
JULIO

MÁS PODER LOCAL

Las disputas comunicativas
por el poder en Colombia

Adolfo A. **Abadía**
Juan David **Cárdenas**
Angie K. **González**
Luciana C. **Manfredi**
Sandra Liliana **Osses Rivera**
Omar **Rincón**
Catalina **Restrepo Díaz**
Esteban **Robles Dávila**
Juan Camilo **Ruíz Salazar**
Catalina **Uribe Rincón**





Periodicidad

Trimestral

Director

Ismael Crespo

Editor

Alberto Mora

Comité científico

Adriana Amado (Universidad Argentina de la Empresa); Natalia Aruguete (Universidad Nacional de Quilmes, Argentina); Luis Benavente (Vox Populi Consultoría, Perú); Virginia García Beaudoux (Universidad de Belgrano, Argentina); Claudio Elortegui (Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile); Erika Jaráiz (Universidad de Santiago de Compostela, España); Pablo Mieres (Universidad Católica de Uruguay, Uruguay); Carla Montuori Fernandes (Universidade Paulista, Brasil); Carlos Muñoz (Universidad Autónoma de Nuevo León, México); Xavier Peytibi (Asesor de comunicación y consultor político, España); Gina Sibaja Quesada (Universidad de Costa Rica, Costa Rica); Omar Rincón (Universidad de los Andes, Colombia); Mario Riorda (Universidad Austral de Buenos Aires, Argentina); José Manuel Rivera Otero (Universidad de Santiago de Compostela, España); Hélder Rocha Prior (Universidade Autónoma de Lisboa, Portugal); Paula Andrea Valencia Lodoño (Universidad de Medellín, Colombia).

Consejo de redacción

Giselle García Hípola (Universidad de Granada); Ana Leal Ramos (ALICE); María Isabel López Palazón (Universidad de Murcia); Inmaculada Melero López (ALICE); Sergio Pérez Castaños (Universidad de Burgos); Ignacio Ramírez (FLACSO Buenos Aires, Argentina); Carla Irene Ríos Calleja (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México); Alejandra Rodríguez Estrada (Universidad Autónoma de Baja California); José Miguel Rojo Martínez (Universidad de Murcia); Alejandro Soler Contreras (Universidad de Murcia); José Manuel Trujillo (Universidad Pablo de Olavide); Catalina Uribe Rincón (Universidad de los Andes, Colombia); Ramón Villaplana (Universidad de Murcia).

Más Poder Local. Magazine

Ronda de Levante, 10. Murcia, España
contacto@maspoderlocal.com
www.maspoderlocal.com

Depósito legal: MU 1092-2010 / ISSN: 2172-0223

©2026. Más Poder Local

Edita

ALICE, Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales.
 LABCOM, Laboratorio de Comunicación Política Asociación.

Foto de portada: ©Foto de Ricky Beron en Unsplash.

Sumario

05 EDITORIAL

10 TEMÁTICA

- | | |
|------------|--|
| 09 | <p>Comunicación política y género en Colombia: aportes del periodismo feminista.</p> <p>Catalina Restrepo Díaz</p> <p>pp. 9-33</p> |
| 34 | <p>Desinformación y discriminación en tiempos preelectorales. Una aproximación desde la interseccionalidad.</p> <p>Sandra Liliana Osses Rivera y Juan Camilo Ruíz Salazar</p> <p>pp. 34-58</p> |
| 59 | <p>The Evolution of Political Power Elites in Colombia: A Comparative Analysis of Three Campaign Personas in the Early 2026 Presidential Race.</p> <p>Catalina Uribe Rincón, Angie K. González y Omar Rincón</p> <p>pp. 59-79</p> |
| 81 | <p>Comunicación de gobierno y relaciones intermésticas: cuando lo internacional se vuelve un tema de agenda de comunicación de gobierno.</p> <p>Adolfo A. Abadía, Esteban Robles Dávila y Luciana C. Manfredi</p> <p>pp. 81-101</p> |
| 102 | <p>La comunicación política desde la mirada mediática alternativa: contrapúblicos, contraencuadres y esferas públicas alternativas en el estallido social de 2021 en Colombia.</p> <p>Juan David Cárdenas</p> <p>pp. 102-124</p> |

126 PERISCOPIO ELECTORAL

132 RESEÑAS

ALICE

Asociación Latinoamericana
de Investigadores
en Campañas Electorales



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

XII CONGRESO INTERNACIONAL
DE COMUNICACIÓN POLÍTICA Y
ESTRATEGIAS DE CAMPAÑA

DEMOCRACIA DESINFORMADA: LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LA ERA DIGITAL

17, 18 Y 19 DE MARZO 2027

SAN JOSÉ, COSTA RICA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

WWW.ALICE-COMUNICACIONPOLITICA.COM



Editorial

Las disputas comunicativas por el poder en Colombia

Communication disputes for power in Colombia



Omar Rincón
Universidad de los Andes, Colombia.
orincon@uniandes.edu.co
ORCID: 0000-0002-8690-2253



Catalina Uribe Rincón
Universidad de los Andes, Colombia.
ca-uribe@uniandes.edu.co
X: @catalina_uribe
ORCID: 0009-0003-7227-9485



Angie K. González G.
Universidad Externado de Colombia.
angie.gonzalez@uexternado.edu.co
X: @Angiek_gg
ORCID: 0000-0002-3248-9256

Los artículos de este número analizan las disputas por el poder en Colombia a través de las narrativas, los encuadres y las prácticas comunicativas. En las campañas, el énfasis está en la personalización, la *performance* digital y el espectáculo. En el gobierno, las redes sociales intensifican la confrontación y el personalismo. En la esfera pública, los medios, los periodistas y las plataformas intervienen activamente en la producción de sentidos y legitimidades políticas. El número propone así un recorrido que va de las voces y los medios que disputan el poder, al modo en que este se ejerce desde el gobierno y, finalmente, a las luchas por conquistarlo en el terreno electoral.

Este número reúne autores y textos muy diversos que dan cuenta de las metamorfosis en la comunicación política. Las investigaciones reunidas muestran una Colombia que transita entre la persistencia de narrativas tradicionales y la emergencia de voces feministas y juveniles, así como de escenarios digitales y locales, en los que se disputa el poder y se recon-

figuran las reglas de juego. Esta diversidad también se expresa en las metodologías empleadas, que incluyen cartografías de medios, entrevistas, análisis de contenido, minería textual, procesamiento del lenguaje natural y análisis comparativos de narrativas y piezas comunicativas. En conjunto, los datos y enfoques de investigación permiten reconocer que el ecosistema digital se ha convertido en un lugar central de las disputas contemporáneas de la comunicación política.

En su artículo sobre comunicación política y género en Colombia, Catalina Restrepo Díaz examina el periodismo feminista como una práctica de comunicación política y transformación cultural. La autora busca examinar el periodismo feminista en el país como una práctica de comunicación política orientada a disputar significados, visibilizar desigualdades y promover transformaciones sociales desde una perspectiva de género. La autora combina una cartografía de medios digitales feministas con entrevistas

semiestructuradas a periodistas y académicas. Los resultados permiten entender por qué el periodismo feminista en Colombia constituye un campo comunicativo contrahegemónico que se ha consolidado como un actor político relevante dentro de la esfera pública y de la comunicación política contemporánea en el país.

En su artículo, *La comunicación política desde la mirada mediática alternativa: contrapúblicos, contraencuadres y esferas públicas alternativas en el estallido social de 2021 en Colombia*, Juan David Cárdenas analiza la cobertura de trece medios nativos digitales a partir de un corpus de 296 publicaciones difundidas entre el 28 de abril y el 30 de junio de 2021. El autor examina cómo estas publicaciones contribuyeron a disputar los discursos históricamente predominantes sobre la protesta y a configurar contraencuadres, visibilizar contrapúblicos y abrir espacios alternativos de circulación narrativa.

El artículo titulado *Comunicación de gobierno y relaciones intermésticas: cuando lo internacional se vuelve un tema de agenda de comunicación de gobierno*, escrito por Luciana C. Manfredi, Esteban Robles Dávila y Adolfo A. Abadía, explora la comunicación gubernamental en sistemas multinivel frente a una crisis interméstica, es decir, simultáneamente internacional y doméstica. El análisis identifica estrategias diferenciadas de encuadre y construcción de narrativas: mientras el gobierno nacional desarrolla un marco macroideológico centrado en la soberanía y la confrontación, los gobiernos subnacionales adoptan marcos micropragmáticos vinculados con la seguridad, los servicios y la gestión urbana. Además, los resultados muestran que las cuentas personales de los mandatarios concentran mucha más interacción que las institucionales, un patrón que los autores interpretan como una expresión de personalismo extremo.

Por su parte, Sandra Liliana Osses Rivera y Juan Camilo Ruíz Salazar analizan la relación entre desinformación y discriminación en contextos preelectorales desde una perspectiva interseccional. Los autores entienden la desinformación como una práctica comunicativa con intencionalidad de daño, capaz de producir y amplificar sistemas de opresión ya existentes en la cultura política nacional. En el corpus estudiado (105 artículos y 1.895 párrafos publicados por ColombiaCheck), las mujeres constituyen el 80% de las figuras políticas afectadas por los contenidos desinformativos. Los hallazgos muestran así una so-

brerrepresentación de las mujeres políticas como blanco de estos contenidos y permiten interpretar la desinformación como un dispositivo de control simbólico que reproduce y amplifica desigualdades históricas.

Finalmente, Catalina Uribe Rincón, Angie K. González G. y Omar Rincón analizan cómo Iván Cepeda, Abelardo de la Espriella y Sergio Fajardo construyen y proyectan su liderazgo político en la etapa inicial de la contienda presidencial de 2026. Los candidatos se estudiaron mediante un marco de análisis de élites organizado en cuatro dimensiones: persona y narrativa, política e ideología, desempeño mediático y digital, y clase y trayectoria social. El artículo muestra cómo recurren a su biografía, a distintas formas de autoridad simbólica, a su ubicación ideológica y a sus orígenes sociales para construir legitimidad y conectar con diferentes audiencias, en un contexto marcado por la transformación de las élites y la creciente mediatización de la política.

Todos los artículos coinciden en una idea: las plataformas digitales reconfiguran las reglas de juego. Lo digital permite democratizar la información y la comunicación, pero también logra fragmentar la confianza pública, aumentar la desinformación y contribuye a personalismos desbordados. En esta nueva cancha, la democracia se transforma, las élites mutan, los medios pierden certezas y se vuelven parte de la disputa, y la política deviene una batalla de espectáculos donde parece que todo vale.

ANÁLISIS POLÍTICO APLICADO

LA
NUEVA
POLÍTICA
COMIENZA
CONTIGO



TEMÁTICA

THEME

En este número de Más Poder Local se analizan los retos de la comunicación en campaña electoral y en gobiernos en Colombia

This issue of Más Poder Local analyzes the challenges in communication during election campaigns and in governments in Colombia

Comunicación política y género en Colombia: aportes del periodismo feminista

*Political Communication and Gender in Colombia:
Contributions of Feminist Journalism*



Catalina Restrepo Díaz
Docente investigadora. Universidad
Externado de Colombia
catalina.restrepo@uexternado.edu.co
X: @CataRestrepoD
ORCID: 0000-0003-2268-9243

Cómo citar el artículo

Restrepo Díaz, Catalina (2026): «Comunicación política y género en Colombia: aportes del periodismo feminista». *Revista Más Poder Local*, 65: 9-33. DOI: 10.56151/maspoderlocal.334

Resumen

Este artículo analiza el periodismo feminista en Colombia como una práctica de comunicación política orientada a disputar significados, visibilizar desigualdades e incidir en la agenda pública. Mediante un enfoque cualitativo basado en la cartografía de medios digitales feministas y entrevistas semiestructuradas a periodistas y académicas, se examinan sus estrategias narrativas y repertorios comunicativos. Los resultados evidencian que estos medios actúan como actores políticos al fortalecer contraesferas públicas, ampliar el debate sobre los derechos de las mujeres y desafiar representaciones hegemónicas. Asimismo, enfrentan desafíos asociados con la desinformación, los discursos de odio y las campañas de deslegitimación, consolidándose como iniciativas fundamentales para la democratización del espacio mediático y la justicia de género.

Palabras clave

Feminismo; periodismo; comunicación política; medios digitales; redes sociales; violencia de género; derechos de las mujeres; representación mediática.

Abstract

This article examines feminist journalism in Colombia as a form of political communication that challenges dominant narratives, makes gender inequalities visible, and influences the public agenda. Using a qualitative approach based on the mapping of feminist digital media and semi-structured interviews with journalists and scholars, it explores their communicative strategies and narrative practices. The findings show that feminist media function as political actors by strengthening counterpublics, expanding debates on women's rights, and challenging hegemonic representations. Despite facing disinformation, hate speech, and delegitimization campaigns, they emerge as key actors in the democratization of the media sphere and the promotion of gender justice.

Keywords

Feminism; journalism; political communication; digital media; social media; gender-based violence; women's rights; media representation.

1. Introducción

La presente investigación se ubica en la intersección entre la comunicación política y los estudios feministas, con el objetivo de explorar el periodismo feminista en Colombia como práctica comunicativa de resistencia y transformación cultural, cuyo despliegue responde a una larga tradición de resistencia frente a los marcos hegemónicos de representación de género en los medios tradicionales. Esta práctica interpela las estructuras patriarcales (Segato, 2023), genera contra-narrativas que confrontan discursos de odio y desinformación, e introduce en la esfera pública debates sobre igualdad de género (Rovetto y Figueroa, 2019; Hooks, 2023). Como recuerda Hooks (2023: 135), «el feminismo ha sido y sigue siendo un movimiento de resistencia», y al trasladarse al campo mediático transforma las lógicas de producción simbólica, creando espacios alternativos que desestabilizan los órdenes comunicativos dominantes.

En este marco, las plataformas digitales se constituyen en escenarios estratégicos para los medios feministas, al configurar un ecosistema comunicativo que resignifica lo político en clave de memoria, justicia y derechos. Esta acción visibiliza desigualdades estructurales que afectan a mujeres y disidencias y consolida al periodismo feminista como actor político con capacidad de incidir en la agenda pública y democratizar el espacio mediático (Restrepo, 2024a; Rovira, 2016). Tales prácticas se articulan a una pedagogía social que combina denuncia, testimonio y experiencia subjetiva, lo que confirma la observación de Adichie (2015) sobre la capacidad del feminismo para visibilizar problemáticas ignoradas y ampliar el debate público desde un enfoque interseccional. Estos procesos alimentan una memoria colectiva transnacional que enlaza lo local con lo global, en sintonía con lo planteado por Menon (2020) y Hooks (2023). Como afirma Menon (2020: 187), «el éxito del feminismo reside precisamente en su capacidad de motivar a personas a afirmarse como feministas en diversos contextos».

De este modo, el periodismo feminista trasciende el rol informativo para constituirse en espacio de acción política y disputa simbólica, amplificando voces marginadas y desafiando los marcos hegemónicos de interpretación. Contribuye así a la formación de lo que Fraser (2021) denomina contra-esferas públicas, donde se abren horizontes políticos orientados hacia la equidad y los derechos humanos. Un ejemplo de ello es la cobertura crítica de feminicidios y violencias de género, que se convierte en herramienta de comunicación política con capacidad de resignificar el sentido común (Benítez-Eyzaguirre, 2019; Rovira, 2016; Gamson y Modigliani, 1989). Como advierte Hooks (2023: 21-22), «la mayoría de la gente aprende sobre el feminismo a través de los medios patriarcales», lo que subraya la urgencia de fortalecer espacios comunicativos independientes y alternativos.

En el caso colombiano, el periodismo feminista se ha consolidado mediante proyectos emergentes que, pese a la precariedad económica y la intermitencia editorial, representan apuestas contrahegemónicas orientadas a la justicia social y a la visibilización de experiencias excluidas (Restrepo Díaz, 2024b; Molina-Arroyave *et al.*, 2024). A diferencia de estas iniciativas, algunas propuestas en medios tradicionales –como «Las Igualadas» en *El Espectador* o «No es Hora de Callar» en *El Tiempo*– cuentan con respaldo institucional

que les garantiza continuidad y alcance. Este contraste confirma lo señalado por Martín-Barbero y Rey (1997), al advertir que «el periodismo colombiano además de actor político ha ido variando su naturaleza de actor social», situando al periodismo feminista en la tensión entre precariedad estructural e institucionalización mediática.

Figura 1. Medios feministas en Colombia.



Fuente: elaboración propia.

En este orden de ideas, es claro que «Internet nos permite transformar las relaciones de poder, cuestionar el sistema –patriarcal– y replantear los lazos sociales» (Doria y Fernández-Ardáiz, 2018: 22). En consecuencia, el periodismo feminista en Colombia no solo constituye una respuesta crítica a los regímenes de representación dominantes, sino que encarna un campo de disputa simbólica que, desde una perspectiva interseccional, interpela al poder y se convierte en una práctica política indispensable para la democratización del espacio mediático y la ampliación de la esfera pública en clave de género y justicia social.

Dorantes (2008) plantea que los medios de comunicación masiva desempeñan un papel fundamental en la configuración de las actitudes individuales y en la transformación de los comportamientos sociales, especialmente en relación con la construcción de la agenda política y la circulación de determinados temas en la esfera pública. Desde esta perspectiva, los medios no solo informan, sino que también intervienen en la producción de sentidos, percepciones y marcos interpretativos que inciden en la opinión pública y en las dinámicas de participación política.

2. Marco referencial

El periodismo feminista en Colombia se configura como un espacio de disputa simbólica y política que hunde sus raíces en la tradición del pensamiento feminista crítico. Como señala Hooks (2023: 149), «la política feminista pretende acabar con la dominación para que podamos ser libres para

ser quienes somos, para vivir vidas en las que abracemos la justicia, en las que podamos vivir en paz. El feminismo es para todo el mundo». Esta afirmación sintetiza la naturaleza universalista y transformadora del feminismo, que no se limita a la reivindicación de derechos para las mujeres, sino que interpela las estructuras de dominación y propone una ética de justicia social para todas las personas.

Este horizonte ético y político se articula con una crítica sistemática a las estructuras de poder simbólico. Madruga Bajo y Perales Blanco (2020: 17-18) recuerdan que «el feminismo no solo ha reivindicado los derechos que históricamente han sido arrebatados a las mujeres, también ha denunciado el androcentrismo que impregna toda la cultura hegemónica», un androcentrismo que, como advierte Roldán (2020: 23), se sostiene en el antiguo prejuicio de la «inferioridad natural» de las mujeres, destinadas a la domesticidad. Estas formas de dominación se expresan con fuerza en los medios de comunicación, donde, según Bernárdez (2020), se refuerza un modelo de feminidad ideal construido por hombres, cuya reproducción acrítica convierte a la imagen de las mujeres en un «elemento espectacular de dominación simbólica» (2020: 60-61).

La crítica feminista a este orden simbólico se enlaza con la noción de contra-esferas públicas formulada por Fraser (2021), en las cuales las voces históricamente marginadas disputan el sentido común y producen nuevos marcos de interpretación. Como muestran Rovetto y Figueroa (2019: 9-10), la comunicación feminista no es solo un espacio de circulación de mensajes, sino un campo de intervención cultural y política caracterizado por la producción de sentidos y la construcción de vínculos solidarios entre periodistas, que generan estrategias colectivas de resistencia frente a la precarización laboral y la reacción patriarcal. Así, el periodismo feminista encarna una práctica comunicativa que une lo profesional, lo político y lo cultural, y que se sostiene en redes de apoyo mutuo.

En este entramado también resulta central la reflexión sobre la tecnología. Boix (2020) advierte que «la tecnología ha consolidado su protagonismo en este mundo globalizado y las feministas hemos sabido aprovechar su potencial. Con el ciberfeminismo hemos descubierto el poder de la tecnopolítica» (2020: 35). El ciberfeminismo, lejos de asumir la tecnología como un espacio neutral, la entiende como un terreno de disputa, donde es posible construir un ecosistema colaborativo que cuestione los usos mercantilizados (2020: 35), y en el que «las feministas sabemos que no hay un único marco: queremos tiempo y espacio para pensar, crear y diseñar las tecnologías» (2020: 37). Esta dimensión se refuerza con la necesidad de «involucrarse de lleno en el desarrollo del conocimiento colectivo y participar en proyectos estratégicos» (2020: 37), situando la innovación tecnológica como parte de una praxis política.

Estas apuestas feministas se inscriben en la reflexión de Segato (2023), para quien las violencias de género no son accidentes culturales, sino expresiones de un orden político arcaico: «la violación no es el efecto de una cultura particular. La violación es la evidencia de la continuidad y exacerbación de un orden político arcaico: el patriarcado» (2023: 17). Las violencias deben comprenderse como tecnologías de control y reproducción del poder patriar-

cal. Sin embargo, frente a esta violencia estructural, Segato (2023) también resalta el poder transformador de la acción colectiva, afirmando que «las marchas de las mujeres en las calles hoy son la explosión de esa capacidad política» (2023: 211).

Menon (2020) refuerza esta visión histórica al señalar que «las luchas feministas han conseguido mucho de aquellos por lo que peleaban ayer», construyendo bases que hoy parecen incuestionables, aunque «esas jóvenes privilegiadas que flotan por sus empoderadas vidas gracias a más de un siglo de luchas feministas simplemente desconocen su propia herencia» (2020: 232). No obstante, el avance feminista, aunque lento, es persistente: «viene despacio, el feminismo, muy despacio. ¡Pero sigue viniendo!» (2020: 232). Esta visión conecta la dimensión temporal y generacional del feminismo con la idea de una memoria colectiva transnacional que enlaza luchas pasadas con resistencias presentes y futuras.

En este horizonte, Hooks (2023) enfatiza la importancia de la pedagogía feminista: «muchas mujeres jóvenes saben poco sobre el feminismo y muchas asumen de forma equivocada que el sexismo ya no es un problema, la educación feminista para la conciencia crítica debe ser un constante» (2023: 39). La autora sostiene que es indispensable un feminismo renovado que proclame de nuevo que «la sororidad es poderosa» (2023: 39), como respuesta a la desinformación y a los discursos de odio que buscan deslegitimar su potencia transformadora.

Desde esta perspectiva, la comunicación política trasciende las dinámicas institucionales y electorales, e involucra disputas simbólicas, mediáticas y culturales orientadas a incidir en la construcción de significados, imaginarios y opiniones dentro de la esfera pública. Como plantea Castells (2013), en la «sociedad red» el poder depende cada vez más de la capacidad de producir, posicionar y disputar narrativas en los entornos digitales, donde los movimientos sociales y actores contrahegemónicos encuentran espacios de participación, contrapoder y acción política. En este marco, el periodismo feminista digital puede comprenderse como una forma de comunicación política en clave de género, dirigida a posicionar agendas, disputar representaciones y ampliar la visibilidad y participación de las mujeres y las disidencias en los debates públicos contemporáneos.

3. Metodología

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo, cuyo propósito central es comprender los sentidos, narrativas y prácticas que configuran el periodismo feminista en Colombia como una forma de comunicación política situada. Este enfoque resulta pertinente para analizar fenómenos sociales y culturales en su complejidad, pues permite aproximarse a los discursos, relaciones de poder y procesos de subjetivación que emergen en el marco de los medios digitales feministas, reconociendo su papel en la disputa por el sentido común y en la construcción de agendas contrahegemónicas. Como plantea Bonilla-Castro (2005), las metodologías cualitativas favorecen un co-

nocimiento riguroso de la realidad social mediante estrategias como la entrevista, que posibilitan acceder a las interpretaciones, experiencias y posicionamientos de los sujetos en contextos específicos.

Desde la perspectiva de la *agenda setting*, Dorantes (2008) señala que los medios de comunicación desempeñan un papel relevante en la selección y posicionamiento de ciertos temas dentro de la discusión pública. No obstante, el autor advierte que dicha influencia no implica necesariamente un control total sobre la interpretación que las audiencias realizan de esos asuntos.

La investigación se desarrolló a partir de dos estrategias complementarias. En primer lugar, se efectuó un mapeo de medios feministas digitales, orientado a la caracterización de sus plataformas, agendas y repertorios discursivos, lo que permitió establecer un panorama general de su presencia y modos de acción en el ecosistema comunicativo colombiano.

La cartografía de medios feministas digitales colombianos se realizó a partir de criterios de selección vinculados con la trayectoria, visibilidad, producción de contenidos y posicionamiento dentro del ecosistema mediático digital feminista en Colombia. Para ello, se seleccionaron los medios *Volcánicas*, *Manifiesta Media*, «Las Igualadas» y «No es Hora de Callar», debido a su relevancia en la producción de narrativas digitales con perspectiva de género y su incidencia en la discusión pública. Asimismo, el número de seguidores se incorporó únicamente como un elemento descriptivo del ecosistema digital y no como un indicador directo de incidencia política o influencia en la agenda mediática.

En segundo lugar, se realizaron entrevistas semiestructuradas con periodistas, lideresas y académicas vinculadas a estas iniciativas, con el fin de explorar sus experiencias, trayectorias y perspectivas sobre el rol del periodismo feminista en la disputa simbólica contemporánea (ver Tabla 1).

Tabla I. Miradas con lente morado: las entrevistadas y sus roles.

Entrevistada	Rol
Catalina Martínez Coral	Lideresa feminista del movimiento Causa Justa por el aborto legal en Colombia y Directora regional del <i>Center for Reproductive Rights</i> .
Gina Rojas Hoyos	Periodista feminista vinculada a la Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género.
Lina Manrique Villanueva	Periodista y académica feminista vinculada a la Universidad Nacional de Colombia.
Matilde de los Milagros García	Periodista feminista, escritora, editora y activista, cofundadora de <i>Volcánicas</i> y de los colectivos Las Escribidoras y Viejas Verdes.
Mildreth Ladino Gama	Periodista feminista vinculada a la Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género.
Victoria Raquel Alean Cárdenas	Periodista feminista vinculada a la Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género.

Fuente: elaboración propia.

La entrevista, en tanto técnica de investigación, permitió recuperar narrativas individuales y colectivas que enriquecen la comprensión del fenómeno desde una mirada situada (Bonilla-Castro, 2005).

El análisis de las redes sociales y plataformas digitales de los medios seleccionados se complementó con la revisión de sus producciones periodísticas, lo que permitió identificar prácticas discursivas y estrategias de incidencia en la esfera pública. Las entrevistas fueron transcritas y posteriormente codificadas mediante el *software* ATLAS.ti, siguiendo un proceso de categorización inductiva que permitió generar mapas semánticos y establecer categorías emergentes (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2020). Asimismo, se incorporaron herramientas etnográficas adaptadas al estudio de comunidades en línea, con el fin de explorar las interacciones y dinámicas colectivas que caracterizan la producción y circulación de contenidos en entornos digitales (Turpo Gebera, 2008).

El estudio se estructuró mediante preguntas semiestructuradas orientadas a dos dimensiones: el impacto de las plataformas digitales en la visibilidad de las agendas feministas y el potencial del periodismo feminista para reconfigurar los marcos hegemónicos de representación (ver Tabla II).

Tabla II. Preguntas y categorías emergentes.

Pregunta de investigación	Categorías emergentes
¿Cómo han transformado las plataformas digitales las formas de acción, visibilidad y articulación del movimiento feminista en Colombia?	Democratización digital del discurso feminista
¿De qué manera el periodismo feminista colombiano dialoga y confronta las narrativas globales del nuevo orden político y cultural –incluidas las corrientes <i>anti-woke</i> – en la configuración del discurso público contemporáneo?	Narrativas del nuevo orden mundial anti-derechos (<i>anti-woke</i>)

Fuente: elaboración propia.

A partir del análisis cualitativo de la información recolectada, se sistematizaron las categorías y subcategorías emergentes mediante un proceso de codificación inductiva, conforme a los lineamientos metodológicos propuestos por Hernández-Sampieri y Mendoza (2020).

Figura 2. Categorías emergentes del análisis.



Fuente: elaboración propia.

4. Resultados

Los hallazgos del estudio se organizaron a partir de categorías y subcategorías emergentes del análisis cualitativo, lo cual permitió interpretar las múltiples dimensiones en las que el periodismo feminista en Colombia despliega su acción política y simbólica, configurándose como una práctica situada de comunicación transformadora. Esta estructura analítica hizo posible reconocer cómo los medios feministas digitales intervienen en la disputa por el sentido común, habilitan contra-esferas públicas y consolidan prácticas narrativas y políticas en tensión con los medios tradicionales.

Un primer eje corresponde al papel de las plataformas digitales en la visibilidad del feminismo como forma de comunicación política. El uso estratégico de estas herramientas ha resultado fundamental para ampliar la circulación de discursos feministas y consolidar nuevas formas de intervención en el espacio público. Estas plataformas, como advierte Massa (2022), han contribuido a democratizar el acceso a los contenidos, diversificar los lenguajes expresivos y aumentar la resonancia de los mensajes en distintos sectores sociales. En este sentido, Boix (2020) plantea que el uso de las tecnologías debe entenderse más allá de su carácter instrumental:

«Hoy ha cambiado la posibilidad de amplificar el mensaje para crear alianzas y hemos olvidado que las tecnologías no son un fin en sí mismas, son herramientas que poco nos van a servir sin responder con claridad a las preguntas fundamentales: ¿quién la está diseñando y construyendo? Y, sobre todo, ¿para qué las vamos a usar?» (2020: 36).

La consolidación del ecosistema digital colombiano en la última década ha favorecido el surgimiento de iniciativas feministas que incorporan lenguajes narrativos, estéticos y políticos alternativos, articulando lo personal con lo colectivo y lo íntimo con lo político. Como lo expresa Mildreth Ladino:

«También es importante mencionar iniciativas digitales como 'Las Igualadas', que, si bien es un espacio, una sección del periódico El Espectador, ha pasado a lo digital y se ha posicionado muy bien con su canal de YouTube y redes sociales. También medios de comunicación digitales enfocados en la realidad de las mujeres colombianas como Manifiesta, o la campaña No es hora de callar, liderada por Jineth Bedoya, que se ha vuelto no solo una campaña digital, sino también una marca. Iniciativas como Volcánicas, que es un periodismo feminista desde Latinoamérica» (comunicación personal, 21 de marzo de 2025).

Este testimonio refleja la pluralidad de formatos y voces que caracterizan al periodismo feminista en entornos digitales. Las entrevistadas también destacaron que las plataformas sociales permiten visibilizar la diversidad de posturas dentro del propio movimiento, lo que refuerza la pluralidad interna de los feminismos. Así lo señaló Catalina Martínez Coral:

«Las plataformas digitales han tenido, pues, un rol fundamental en la expansión y visibilidad del movimiento feminista –y de los movimientos feministas– porque yo creo que si hay algo muy bonito también que nos ha mostrado la democratización de las redes sociales es que los feminismos se ven diferentes, las posiciones feministas son diferentes, y esa diversidad la podemos encontrar en las redes sociales» (comunicación personal, 24 de abril de 2025).

Estas observaciones conectan con lo planteado por Rovira (2016), para quien los entornos digitales son espacios de disputa simbólica en los que se reconfigura lo político desde perspectivas contrahegemónicas. Ahora bien, esta visibilización no ha estado exenta de tensiones con el periodismo convencional. Como señaló Gina Rojas:

«El periodismo feminista ha tenido muchos encontrones con el periodismo convencional, porque sugieren que no es objetivo y sugieren que una mujer que es feminista es activista, y que por eso no podría ser periodismo. Y la realidad es que el periodismo feminista está hecho para devolverle la razón de ser al periodismo convencional, y es darle la voz a esas mujeres que se requieren escuchar por sus experiencias, por su punto de vista, pero además por el derecho a ser mencionadas, a ser nombradas y a alzar su voz» (comunicación personal, 11 de marzo de 2025).

Estas tensiones son consistentes con lo señalado por Bernárdez (2020), quien advierte que los medios de comunicación han reforzado modelos de feminidad elaborados por hombres y han convertido la representación de las mujeres en un «elemento espectacular de dominación simbólica» (2020: 60-61).

El análisis también reveló que la exposición pública de las periodistas feministas en entornos digitales ha intensificado formas específicas de violencia que operan como mecanismos de censura simbólica: acoso en línea, amenazas, campañas de desprestigio y agresiones sexuales. Como afirma Menon (2020: 120), «las feministas denuncian la violación porque es un crimen contra la autonomía y la integridad física de una mujer».

Este señalamiento evidencia el carácter estructural de dichas agresiones, dirigidas a sancionar la participación y disruptiva de las mujeres en espacios dominados por lógicas patriarcales. En Colombia, un caso paradigmático es el de Jineth Bedoya, periodista y fundadora de la estrategia «No es Hora de Callar» (Casa Editorial *El Tiempo*), quien fue secuestrada y víctima de violencia sexual en el año 2000 como represalia por su labor periodística. Este hecho, además de constituir una de las expresiones más extremas de la violencia sexual como forma de censura, marcó un punto de inflexión en los debates públicos y jurídicos sobre la protección de las mujeres periodistas en contextos de conflicto (Rodríguez, 2021).

A pesar de estas condiciones adversas, los resultados muestran que los feminismos han encontrado en los entornos digitales oportunidades significativas para expandir sus mensajes, construir nuevas audiencias y articular estrategias políticas de incidencia. En este sentido, Matilde de los Milagros García afirmó:

«Yo creo que el momento en que las feministas colombianas, especialmente las feministas colombianas jóvenes, comprendimos que una de las mejores maneras para que nuestro mensaje llegara a más mujeres y a mayor diversidad de mujeres era haciendo uso no solamente del Internet, sino de la cultura popular como un medio a través del cual podíamos dar mensajes de una manera menos académica y más comprensible para la audiencia» (comunicación personal, 19 de mayo de 2025).

Esta reflexión confirma lo señalado por Hooks (2023), quien insiste en la necesidad de una educación feminista constante y accesible que contribuya a la construcción de conciencia crítica en las nuevas generaciones.

En conjunto, estos hallazgos permiten afirmar que el periodismo feminista digital en Colombia no se limita a la función informativa, sino que constituye un actor político que disputa sentidos, interpela las estructuras patriarcales y configura narrativas contrahegemónicas en la esfera pública. A través de sus prácticas, estas iniciativas consolidan comunidades discursivas, politizan el dolor y amplían horizontes de justicia social y de género, confirmando su rol como formas de comunicación transformadora en el escenario mediático contemporáneo.

Asimismo, se identificaron diferencias estructurales relevantes entre los medios analizados. Mientras medios como *Volcánicas* y *Manifiesta Media* funcionan como iniciativas independientes con identidad feminista explícita y autonomía editorial, propuestas como «Las Igualadas» (*El Espectador*) y «No es Hora de Callar» (*El Tiempo*) se desarrollan dentro de medios tradicionales de amplia trayectoria y alcance nacional, con estructuras institucionales y

lineamientos editoriales preexistentes. En este contexto, resulta relevante señalar que El Espectador es el medio tradicional más antiguo de Colombia. Estas diferencias inciden en los márgenes de autonomía, los repertorios narrativos y las formas de posicionamiento político desde las cuales se construyen las agendas feministas en el entorno digital.

En el caso de *Volcánicas*, las coberturas sobre violencia de género y feminicidios recurren con frecuencia al uso de entrevistas y relatos testimoniales para narrar experiencias y visibilizar problemáticas que afectan a las mujeres y disidencias. Sus contenidos se orientan a posicionar en la agenda pública debates relacionados con las violencias machistas, los derechos sexuales y reproductivos y las desigualdades estructurales de género, articulando recursos narrativos y digitales desde una perspectiva feminista crítica.

Figura 3. Ejemplos de contenidos y ejes temáticos del medio *Volcánicas*.

1 **Esa licencia de maternidad para pareja de madres lactantes: la historia tras la sentencia que marcó un hito para el sistema de cuidados en Colombia**
Por: Catalina Ruiz-Navarro
CUIDADOS MATERNIDAD DERECHOS POLÍTICA PÚBLICA
Crónica sobre el fallo que reconoció la licencia de maternidad a parejas de mujeres lactantes y su impacto en el sistema de cuidados.

2 **Coloress Reyes: "Me libera lo bakana y Latinoamérica"**
Por: María Paula Rubiano
CULTURA IDENTIDAD MÚSICA LATINOAMÉRICA
Retrato de la artista Coloress Reyes y su apuesta por visibilizar narrativas afro, disidentes y latinoamericanas desde la música.

3 **Camila de la Garza: la escritura como herramienta política**
Por: Mariana
LITERATURA FEMINISMO POLÍTICA ARTE
Entrevista a la escritora mexicana Camila de la Garza sobre su obra y la potencia política de la escritura.

4 **Les corts, un peligro mortal para las personas con discapacidad**
Por: Juliana Bohórquez
DISCAPACIDAD DERECHOS CIUDAD
Investigación sobre las barreras urbanas y los riesgos que enfrentan las personas con discapacidad en el espacio público.

5 **Maestra Orbifox: "En lugar de intentar pertenecer al Estado, deberíamos estar pensando cómo manifestarnos"**
Por: Daniela Beltrán Vargas
POLÍTICA ACTIVISMO TRANSFEMINISMO
Conversación con la maestra Orbifox sobre disidencias, Estado y formas alternativas de organización política.

6 **Entre la historioteca, la berroscá y la crónica: el mundo poético de Lucero Ardila**
Por: María Camila Velandia Lozano
MEMORIA CRÓNICA POÉTICA FEMINISMO
Perfil de la cronista Lucero Ardila, su archivo personal y el valor de la memoria en la escritura feminista.

¿Qué muestran estas crónicas?
Las temáticas abordan problemas estructurales como la violencia machista, las barreras urbanas, el sistema de cuidados y las desigualdades políticas, así como narrativas de resistencia, arte, memoria y construcción de subjetividades.

Fuente: elaboración propia a partir de capturas de pantalla y contenidos publicados por el medio feminista digital *Volcánicas* (2025–2026).

Por su parte, «Las Igualadas» emplea con frecuencia vídeos, formatos pedagógicos y estrategias vinculadas al periodismo de datos para comunicar sus contenidos y posicionamientos políticos frente a debates contemporáneos sobre género, feminismo y derechos humanos, especialmente dirigidos a audiencias jóvenes y digitales (Figura 4).

Figura 4. Ejemplos de contenidos y ejes temáticos del medio «Las Igualadas» (*El Espectador*).

La pieza combina recursos audiovisuales, autoridad experta y enfoques de género para posicionar el feminismo en la agenda pública desde un lenguaje accesible y multiplataforma.



Recurso audiovisual
Uso de imagen, color y elementos gráficos (icono de YouTube, megafono) que resaltan el formato audiovisual y atraen la atención en entornos digitales.

Autoridad y voz experta
Presentación de Júlía Salander como politóloga, analista de datos y activista, que otorga legitimidad y credibilidad a sus discursos.

Enfoque de género
El titular y el resumen enfatizan temas clave como feminismo, experiencia lesbica y desafíos de hablar de género en la esfera pública.

Interacción y circulación
Botones para compartir, guardar y comentar que facilitan la participación y viralización del contenido.

Agenda y contenidos complementarios
Listado de videos relacionados que amplían la agenda feminista y fortalecen la narrativa transmedia del medio.

Fuente: elaboración propia a partir de una captura de pantalla de la entrevista publicada en la sección «Las Igualadas» de *El Espectador* (5 de mayo de 2026).

En el caso de «No es Hora de Callar», la narrativa se articula de manera significativa alrededor de la memoria y la denuncia de las violencias ejercidas contra su creadora, la reconocida periodista Jineth Bedoya Lima. Desde allí, el medio construye una agenda enfocada en la defensa de los derechos de las mujeres y la visibilidad de distintas formas de violencia de género (Figura 5).

Figura 5. Ejemplos de contenidos y ejes temáticos de «No es Hora de Callar» (*El Tiempo*).

La sección visibiliza violencias, desigualdades y resistencias desde enfoques de género, derechos humanos y memoria, mediante crónicas, reportajes y testimonios en clave periodística.

EL TIEMPO

Lunes, 12.05.2025 | 03:39 | Temas del día | Gustavo Petro • | Día de la Madre • | Miguel Uribe • | Pulzo • | ESPECIALES

Inicio Sesión con tu cuenta para ver beneficios exclusivos. No tienes cuenta aún? [Crea tu cuenta](#)

TEMAS

No es hora de callar

07.05.2025 Así avanza la restitución de tierras para las mujeres en San Vicente del Caguán, cuyos cuerpos fueron usados como 'botín de guerra' por grupos armados SOFÍA MONTAÑO	04.05.2025 Doccurtado discute la plata perdida y las víctimas antes del estallido del 'No seguros para pararle' TANIA HERNÁNDEZ
03.05.2025 Dos indígenas de la comunidad Emberá en Bogotá son señaladas de 'terrorismo' y 'vinculación indebida' contra funcionarios del Distrito RAÚL GARCÍA	03.05.2025 Susto: a abc del hombre que agredió a trabajadora de un hotel en Medellín: incremento de seguridad reveló nueva decisión del caso tras su captura LEILA CIFUENTES
01.05.2025 Indignación por brutal golpiza y apuñalada de un hombre a una trabajadora de un hotel en Medellín: ataque quedó registrado en video LEILA CIFUENTES	01.05.2025 El balance de la Filbo PATRICIA PI
01.05.2025 Las llamadas extorsivas y las pistas en el caso de Leidy Peña Hurtarte, trabajadora de Nochesurus calcinada tras 24 horas desaparecida en Barranquilla CARLOS ATAUARY	29.04.2025 María José Martínez denuncia que fue víctima de acoso sexual en 'reality' de televisión colombiana: 'Me metió la mano dentro de la camiseta' STEPHANY GUTIÉRREZ
28.04.2025 Nueva pista clave en el caso de joven que fue hallada muerta por su hija de 6 años en Bogotá: apareció video del presunto sospechoso tras crimen LAURA QUINTERO	28.04.2025 Joven con discapacidad y su madre fueron asesinadas en su casa en aparente caso de feminicidio: lo que se sabe del brutal ataque en Granada, Meta MELISSA MUGA
26.04.2025 'Las víctimas, memoria y legado' JUAN PABLO	24.04.2025 Movilización social feminista en Colombia: 25 casos y una ley a contrarreloj antes del 30 de junio

1 Visibilidad de violencias y desigualdades

Las notas documentan casos de violencia de género, feminicidios, agresiones y vulneraciones de derechos humanos.

2 Enfoque de derechos y justicia social

Se abordan temas de tierras, pueblos indígenas, seguridad y acceso a la justicia desde una perspectiva de género e interseccional.

3 Periodismo de investigación y memoria

Reportajes y crónicas que profundizan en hechos, investigan responsables y rescatan memorias de las víctimas y sus comunidades.

4 Voces y testimonios

Se incluyen testimonios de víctimas, sobrevivientes y líderes para visibilizar experiencias y resistencias desde sus propias voces.

5 Agenda feminista y movilización social

El medio promueve la participación ciudadana, la movilización feminista y el seguimiento a iniciativas legislativas y sociales clave.

¿Qué muestra esta agenda?

Una agenda periodística comprometida con la visibilización de violencias, la exigibilidad de derechos y la promoción de la memoria y la acción colectiva desde un enfoque feminista.

Fuente: elaboración propia a partir de capturas de pantalla de contenidos publicados en la sección «No es Hora de Callar» de *El Tiempo* (2026).

Finalmente, *Manifiesta Media* ha disminuido notablemente su actividad y producción de contenidos. Durante la presente investigación, su página web ya no se encontraba habilitada, situación que evidencia las complejas dificultades económicas y de sostenibilidad que enfrentan los proyectos de periodismo feminista independiente sin el respaldo de grandes estructuras mediáticas.

De acuerdo con la Tabla III, los datos analizados evidencian que los medios feministas digitales en Colombia han consolidado una presencia estratégica en el ecosistema comunicativo actual, particularmente a través de plataformas visuales como Instagram y TikTok (plataformas principalmente utilizadas por público joven). Estos entornos no solo amplifican narrativas, sino que habilitan la articulación entre estética, afecto y activismo, configurando una comunicación política feminista orientada a la transformación social (Pineda, 2020). Así, las plataformas sociales funcionan como espacios de resignificación donde se disputan sentidos y se generan nuevas formas de ciudadanía comunicativa.

Tabla III. Medios digitales feministas en Colombia: presencia en plataformas sociales y ejes temáticos de incidencia.

Medio / Plataforma	Año de creación	Facebook	X (Twitter)	Instagram	TikTok	Temáticas centrales
Volcánicas	2019	11 mil seguidores	32,3 mil seguidores	201 mil seguidores	100,1 mil seguidores	Violencias de género, feminicidios y transfeminicidios, aborto, acoso, desigualdad
Manifiesta Media (*)	2020	2,4 mil seguidores	11,9 mil seguidores	64,8 mil seguidores	13,5 mil seguidores	Cultura feminista, autonomía corporal, lenguaje, redes de cuidado
«No es Hora de Callar» (El Tiempo)	2011	**	**	18,2 mil seguidores	81 seguidores (*) Apertura de cuenta en octubre de 2024	Derechos LGBTIQ+, salud mental, educación sexual, inclusión
«Las Igualadas» (El Espectador)	2017	65 mil seguidores	74,3 mil seguidores	211 mil seguidores	318 mil seguidores	Feminismos, violencia digital, equidad laboral, maternidades

* Última publicación en redes sociales abril de 2025.
** No poseen cuenta propia; operan a través del perfil institucional de El Tiempo. Uso del #NoEsHoraDeCalla.
Fuente: elaboración propia con información actualizada a mayo de 2026.

Dentro de este ecosistema, «Las Igualadas» y *Volcánicas* se destacan por su sostenida capacidad de incidencia, sustentada en el uso intensivo de formatos audiovisuales, la producción de contenidos pedagógicos y la intervención oportuna en coyunturas sociopolíticas. Estas iniciativas, mediante un lenguaje accesible y crítico, logran conectar con audiencias jóvenes y politizadas que cuestionan los discursos hegemónicos, confirmando lo señalado por Piñuel y Gaitán (2010) sobre la importancia de las narrativas audiovisuales en los procesos de socialización política. De manera complementaria, *Manifiesta Media* aparece como un actor emergente cuyo uso creativo de testimonios y recursos culturales contribuye a democratizar el acceso a saberes feministas, inscribiéndose en una perspectiva interseccional que permite visibilizar la pluralidad de experiencias (Espinosa Torres, 2017).

Asimismo, el caso de «No es Hora de Callar», liderado por Jineth Bedoya, resulta paradigmático. A diferencia de otros proyectos independientes, esta iniciativa se inserta en el diario *El Tiempo*, uno de los medios de mayor alcance en Colombia. La propuesta ha logrado consolidar su estrategia comunicativa alrededor del hashtag #NoEsHoraDeCallar, convertido en una marca discursiva reconocible y con alto impacto en plataformas como Instagram. Aunque su presencia en TikTok es aún incipiente, se observa un esfuerzo por ampliar la circulación de contenidos y construir nuevas audiencias. Este caso ilustra la capacidad del periodismo feminista para habitar simultáneamente el espacio de los medios tradicionales y el ecosistema digital, ampliando sus márgenes de incidencia (Celecia Pérez y González Victoria, 2024).

En todos los casos analizados se advierte una agenda compartida en torno a la denuncia de las violencias de género y la defensa de los derechos sexuales y reproductivos. Estas temáticas constituyen el núcleo de sus líneas editoriales y reflejan una práctica comunicativa orientada a sensibilizar, politizar y movilizar a la ciudadanía desde una ética feminista (Juárez Rodríguez, 2018). En este sentido, las estrategias de comunicación multiplataforma no solo incrementan el alcance de sus mensajes, sino que refuerzan su papel como actores fundamentales en la comunicación política y en la defensa de los valores democráticos (Asensi-Rodríguez y Martínez-Rolán, 2024).

Lo anterior confirma que estas iniciativas trascienden la función informativa convencional, impulsando procesos de subjetivación política mediante los cuales las audiencias se reconocen como sujetas de derecho. De acuerdo con Rovira (2016) y Fernández Hasan (2013), esta labor debe entenderse como una forma de resistencia simbólica frente a los discursos autoritarios, conservadores y anti-derechos que, en la actualidad, buscan limitar las libertades y revertir conquistas históricas del movimiento feminista.

5. Democratización digital del discurso feminista

La digitalización de los entornos comunicativos ha transformado radicalmente la esfera pública, generando condiciones propicias para la expansión del discurso feminista en términos de visibilidad, agencia y disputa del poder simbólico (Rovira, 2016). En este nuevo ecosistema mediático –caracterizado por su descentralización, interactividad y mediación tecnológica– se amplían las posibilidades de producción, circulación y resignificación de contenidos por parte de sujetos y colectividades históricamente excluidos de los medios tradicionales (Rovetto y Figueroa, 2019).

Tal como lo destaca Catalina Martínez Coral: «hoy todas tenemos acceso a poner nuestra voz en las redes», lo que ha posibilitado «mostrar una diversidad de voces que antes no se veía tanto» (comunicación personal, 24 de abril de 2025). Este reconocimiento pone de relieve cómo los entornos digitales fortalecen procesos de autorrepresentación, generan reconocimiento mutuo y fomentan la acción política colectiva.

Figura 6. Democratización digital del discurso feminista.



Fuente: elaboración propia.

No obstante, la expansión de las agendas feministas en el espacio digital también ha provocado una creciente disputa por el sentido común. Las narrativas hegemónicas —que reproducen el patriarcado, el racismo, el conservadurismo o el neoliberalismo— han encontrado formas de posicionarse en la esfera pública global, frecuentemente mediante estrategias de desinformación, discursos de odio y banalización de las luchas feministas. En palabras de Lina Manrique: «hay una amenaza real a las conquistas logradas hasta la fecha» (comunicación personal, 22 de abril de 2025). Esta advertencia pone en evidencia los riesgos de retroceso en derechos conquistados, subrayando la importancia del periodismo feminista como forma de resistencia comunicativa frente al avance de narrativas autoritarias.

6. Narrativas *anti-woke* y producción feminista de contra-esferas comunicativas

Las disputas narrativas constituyen hoy un eje fundamental de la comunicación política global. En un ecosistema mediático transnacional, diversos actores luchan por imponer sentidos en torno a la democracia, la ciudadanía y los derechos, confirmando el carácter estratégico del relato en la lucha política contemporánea. Este escenario no se limita a la circulación de información, sino que representa un campo de confrontación simbólica en el cual se definen horizontes de legitimidad política y cultural.

En este contexto se ha configurado lo que Kippin (2025) denomina un nuevo orden mundial *anti-woke*, caracterizado por la ofensiva discursiva y política contra los avances alcanzados en materia de igualdad de género, diversidad sexual, antirracismo y justicia social. Este orden reactivo no solo se expresa en medidas políticas concretas, sino también en un proyecto de comunicación política global orientado a deslegitimar los movimientos emancipatorios y a restaurar marcos conservadores. Tal como advierte Menon:

«Nuestro feminismo requiere que planteemos la agenda feminista en todos los espacios, pero también que reconozcamos cuando las fuerzas más patriarcales se proponen apropiarse de dicha agenda. Necesitamos insistir en que las batallas feministas las libren las feministas, no aquellos que usan el feminismo con fines antifeministas» (2020: 147).

Esta afirmación revela la centralidad del debate discursivo frente a los intentos de cooptación de la agenda feminista.

La dimensión geopolítica de este fenómeno se expresa también en el retroceso de derechos y libertades en democracias consolidadas. Como lo advirtió Lina Manrique:

«Esto se da con el agravante de un retroceso global, a partir de las ideas republicanas y de partidos extremistas en la región, que se propagan desde la segunda llegada de Trump al poder en los Estados Unidos. La persecución en las calles estadounidenses ahora es directa y las prohibiciones están a la orden del día. Parece un retroceso de la democracia y el debilitamiento de algunos derechos que se habían adquirido» (comunicación personal, 22 de abril de 2025).

Esta perspectiva ilustra cómo el discurso *anti-woke* se materializa en políticas restrictivas y en un debilitamiento del orden democrático. Frente a esta ofensiva, uno de los núcleos fundamentales del periodismo feminista es la producción de contra-narrativas. Estas operan como herramientas para desestabilizar los marcos dominantes del miedo, la desinformación y el odio, que constituyen pilares centrales del discurso *anti-woke* promovido por sectores conservadores a nivel global (Kippin, 2025). Como subrayan Madruga Bajo y Perales Blanco:

«El feminismo es necesario para sentar las bases sobre las que construir un discurso realmente universal, para interpretar los problemas que afectan a las mujeres desde el marco global de la desigualdad sexual que sigue atravesando las sociedades democráticas y para promover medidas políticas que los erradiquen» (2020: 18-19).

En este sentido, el feminismo se consolida como una gramática alternativa capaz de reconfigurar lo político desde horizontes de justicia social y derechos humanos.

Estas contra-narrativas también transforman la relación entre medios y audiencias. Como señala Boix (2020), las tecnologías digitales permiten que las audiencias dejen de ser receptoras pasivas para convertirse en participantes activas de una conversación transnacional sobre derechos y democracia. El periodismo feminista, al apropiarse de estas dinámicas, construye comunidades críticas que cuestionan la hegemonía mediática y fortalecen la acción colectiva (Celecia Pérez y González Victoria, 2024).

En el caso colombiano, este fenómeno se articula con debates más amplios sobre la legitimidad democrática. Tal como lo expresó Catalina Martínez Coral:

«Yo me salgo un poco del tema del feminismo y del aborto y digo: el gran desafío, en realidad, es mantener la legitimidad de las instituciones democráticas, en una era donde pareciera que hay líderes que buscan que esa legitimidad se pierda, o hacernos descreer de la institucionalidad democrática. Cuando al final es la que nos ha permitido, en Colombia, tener una Corte independiente que avanza en el reconocimiento de los derechos, tener una división de poderes, hacer contrapesos y, pues, sin lugar a duda, ir avanzando en el reconocimiento de muchísimas libertades» (comunicación personal, 24 de abril de 2025).

Este testimonio reafirma el papel del periodismo feminista en la defensa de la democracia como sistema de contrapesos y reconocimiento de derechos fundamentales.

De esta manera, el periodismo feminista se constituye en un actor clave en la producción de contra-esferas comunicativas, espacios donde se amplifican voces históricamente marginadas y se generan marcos interpretativos alternativos. En línea con Zeller (2001), su aporte resulta esencial para fortalecer el debate público y consolidar una esfera democrática regida por los principios de igualdad, inclusión y justicia social. El feminismo, en tanto práctica política y comunicativa, no solo responde al avance de discursos autoritarios y conservadores, sino que despliega horizontes emancipatorios que permiten repensar la comunicación política global desde claves transformadoras.

Figura 7. Narrativas del nuevo orden mundial anti-derechos (*anti-woke*).

Fuente: elaboración propia.

7. Discusión

Los resultados de la investigación evidencian que el periodismo feminista en Colombia constituye una práctica de comunicación política situada que opera en la intersección entre narrativas contrahegemónicas, acción colectiva y defensa de derechos. En consonancia con el objetivo del estudio, los hallazgos muestran que estas iniciativas trascienden la función informativa para convertirse en actores políticos capaces de disputar sentidos en la esfera pública y producir contra-esferas comunicativas (Fraser, 2021). Este fenómeno se refleja en la forma en que medios como «Las Igualadas», *Volcánicas*, *Manifiesta Media* y «No es Hora de Callar» aprovechan el potencial de las redes sociales como Instagram, YouTube y TikTok.

Los hallazgos de esta investigación dialogan con estudios recientes desarrollados en otros contextos nacionales, los cuales han documentado que el periodismo feminista ha trascendido su función informativa para consolidarse como un actor político capaz de disputar narrativas, ampliar la representación de grupos históricamente marginados e incidir en la agenda pública (Rovetto & Figueroa, 2019; Fernández-Hasan, 2016). En el caso colombiano, esta investigación aporta evidencia empírica que confirma dichas tendencias, pero también identifica particularidades asociadas al contexto sociopolítico nacional, como la coexistencia de iniciativas independientes y proyectos insertos en medios tradicionales, así como la creciente confrontación con discursos conservadores y anti-derechos en entornos digitales.

Estas iniciativas se consolidan como espacios de resistencia simbólica, confirmando lo planteado por Rovira (2016) y Fernández Hasan (2016), quienes reconocen que la comunicación feminista genera horizontes alternativos frente a discursos conservadores y anti-derechos. De acuerdo con Boix (2020), el uso estratégico de las tecnologías digitales configura un campo de disputa política donde se define quién produce y circula el conocimiento. Esta visión se refleja en las voces de periodistas entrevistadas, como Catalina Martínez Coral, quien afirmó que «las plataformas digitales han tenido [...] un rol fundamental en la expansión y visibilidad del movimiento feminista» (comunicación personal, 24 de abril de 2025). La pluralidad de enfoques evidencia su potencial democratizador en el ecosistema mediático colombiano.

En consecuencia, el estudio contribuye a ampliar la comprensión del periodismo feminista en América Latina al mostrar cómo las plataformas digitales no solo favorecen la circulación de contenidos, sino que configuran espacios de acción política, resistencia simbólica y construcción de contra-esferas públicas.

Un hallazgo clave es que el periodismo feminista no solo amplifica voces marginadas, sino que tensiona los marcos de legitimidad del periodismo tradicional. Gina Rojas señaló que «ha tenido muchos encontrones con el periodismo convencional [...] está hecho para devolverle la razón de ser al periodismo, y es darle voz a esas mujeres que se requieren escuchar» (comunicación personal, 11 de marzo de 2025). Esta afirmación conecta con Bernárdez (2020), quien advierte que los medios hegemónicos reproducen modelos de feminidad que operan como dispositivos de dominación simbólica. Frente a ello, el periodismo feminista reconfigura el lugar de enunciación de las mujeres y legitima el testimonio como forma válida de conocimiento político.

Asimismo, el estudio muestra que estas iniciativas no operan solo a nivel local, sino que se insertan en un entramado transnacional de disputas narrativas. En un contexto global marcado por lo que Kippin (2025) denomina el «nuevo orden mundial *anti-woke*», caracterizado por la ofensiva contra los avances de género, el periodismo feminista colombiano despliega contra-narrativas que cuestionan los discursos del miedo, la desinformación y el odio. Menon (2020) recuerda que «necesitamos insistir en que las batallas feministas las libren las feministas, no quienes usan el feminismo con fines antifeministas» (p. 147), lo que subraya la importancia de mantener agendas autónomas frente a intentos de cooptación discursiva.

Los aportes del estudio se sintetizan en tres niveles: evidencia empírica del periodismo feminista digital como espacio de subjetivación política (Hooks, 2023); comprensión de su articulación entre lo local y lo global como resistencia frente al avance conservador; y un marco teórico que integra categorías como contra-esferas públicas (Fraser, 2021), resistencia simbólica (Rovira, 2016) y tecnopolítica feminista (Boix, 2020). Finalmente, se abren caminos para investigaciones comparativas en América Latina que analicen cómo los medios feministas negocian su legitimidad frente a narrativas hegemónicas y cómo inciden en la institucionalidad democrática, tal como subraya Catalina Martínez Coral: «el gran desafío es mantener la legitimidad de las instituciones democráticas» (comunicación personal, 24 de abril de 2025).

8. Conclusiones

El análisis realizado permite afirmar que el periodismo feminista en Colombia constituye un campo comunicativo contrahegemónico que se ha consolidado como un actor político relevante dentro de la esfera pública y de la comunicación política contemporánea. Su capacidad de incidencia se manifiesta en la producción de narrativas alternativas que visibilizan desigualdades estructurales, interpelan los marcos dominantes de representación y disputan sentidos en torno a los derechos de las mujeres y las disidencias. En este sentido, el periodismo feminista no solo cumple una función informativa, sino que opera como una forma de comunicación política en clave de género, orientada a posicionar agendas, transformar imaginarios y ampliar los horizontes democráticos de justicia y equidad social.

Las entrevistas realizadas reflejan que la apropiación crítica de los entornos digitales ha sido clave en este proceso. Las periodistas feministas reconocen estas plataformas no únicamente como canales de difusión, sino como espacios estratégicos de disputa simbólica y construcción de agenda pública. Desde allí, medios como «Las Igualadas», *Volcánicas*, *Manifiesta Media* y «No es Hora de Callar» han logrado expandir sus audiencias, conectar con generaciones jóvenes y fortalecer la pedagogía feminista como práctica política y comunicativa. Estas experiencias digitales configuran comunidades discursivas que resignifican el campo mediático y promueven procesos de subjetivación política vinculados con formas más críticas, activas y participativas de ciudadanía.

Un aporte central del periodismo feminista colombiano radica en su capacidad para producir contra-narrativas frente a discursos conservadores y corrientes anti-derechos que buscan imponerse en el actual escenario político y cultural global. Frente al avance de un orden comunicativo que pretende deslegitimar conquistas históricas y restringir libertades, estas iniciativas responden mediante relatos centrados en la defensa de los derechos humanos, la inclusión y la justicia social. Así, el periodismo feminista no solo resiste simbólicamente, sino que despliega repertorios de comunicación política que intervienen activamente en los debates públicos contemporáneos y disputan legitimidad dentro de la esfera pública digital.

El estudio demuestra, además, que estas prácticas operan simultáneamente en distintas escalas. En el plano local, interpelan las estructuras patriarcales que atraviesan la vida política y social colombiana, visibilizando problemáticas como la violencia de género, los feminicidios y las desigualdades estructurales. En el plano global, dialogan con luchas feministas transnacionales y articulan agendas compartidas que fortalecen la dimensión colectiva y política del movimiento feminista. De este modo, el periodismo feminista se sitúa en el cruce entre las disputas narrativas globales, la acción territorial y la construcción de opinión pública, lo que le confiere una relevancia singular dentro del campo de la comunicación política digital.

Hoy, el periodismo feminista en Colombia debe entenderse como una práctica comunicativa transformadora y estratégica que articula tecnologías digitales y acción política. Su fuerza radica en la capacidad de amplificar voces históricamente marginadas y generar comunidades críticas que con-

tribuyen a fortalecer los procesos democráticos. Es claro que el periodismo feminista digital configura una forma de comunicación política en clave de género que tensiona las representaciones hegemónicas y contribuye activamente a la transformación de los debates públicos contemporáneos.

Declaración sobre el uso de inteligencia artificial generativa y tecnologías asistidas por IA en el proceso de redacción

Durante la elaboración del presente artículo, la autora utilizó herramientas digitales de apoyo para la revisión lingüística y mejora de la redacción académica. Posteriormente, la autora revisó, editó y validó íntegramente el contenido del manuscrito, asumiendo plena responsabilidad sobre la versión final del artículo.

Referencias bibliográficas

- Adichie, C. N. (2015): *Todos deberíamos ser feministas*. Penguin Random House.
- Asensi-Rodríguez, C., y Martínez-Rolán, X. (2024): «Feminismo en la era digital: Movilización, resistencias y la contrarreacción antifeminista en redes sociales. Una aproximación a la cuarta ola. Gender on Digital». *Journal of Digital Feminism*, 2: 95-116. <https://doi.org/10.35869/god.v2.5895>
- Benítez-Eyzaguirre, L. (2019): «Ciberfeminismo y apropiación tecnológica en América Latina». *Virtualis*, 10(18): 1-15. <https://doi.org/10.2123/virtualis.v10i18.264>
- Bernárdez, A. (2020): «Cosificación». En A. H. Puleo (ed.): *Ser feministas. Pensamiento y acción*. Editorial Cátedra, pp. 59-61.
- Boix, M. (2020a): «Brecha digital». En VV. AA.: *Ser feministas. Pensamiento y acción*. Ediciones Cátedra, pp. 35-38.
- Boix, M. (2020b): *Ciberfeminismo: Hacia una tecnopolítica de la igualdad*. Icaria Editorial.
- Bonilla-Castro, E. (2005): *Más allá del dilema de los métodos: La investigación en ciencias sociales*. Editorial Norma.
- Castells, M. (2013): *Comunicación y poder*. Siglo XXI Editores México.
- Celecia Pérez, C., y González Victoria, R. M. (2024): «El periodismo feminista en la reconfiguración de roles profesionales: Militancia y rigor informativo en experiencias situadas en México». *Question/Cuestión*, 3(77): e871. <https://doi.org/10.24215/16696581e871>
- Dorantes, G. L. (2008): «Opinión pública, medios y construcción de la agenda política». *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (4): 43-72.
- Doria, A., y Fernández-Ardáiz, J. (2018): «Las redes son nuestras». *Más Poder Local*, 36: 22-23.
- Espinosa, M. (2017): *Una aproximación al feminismo interseccional*. <http://hdl.handle.net/11349/7467>
- Fernández Hasan, V. (2016): «Agenda feminista y agenda de los medios: Apuntes sobre la construcción de noticias con perspectiva de género en los medios de comunicación. El caso de Argentina». *Cuadernos del Sur*, 42(8): 1-20. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/49397>

- Fraser, N. (2021a): *Los talleres ocultos del capital*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Fraser, N. (2021b): «Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy». En S. Low y N. Smith (Eds.): *Public space reader*. Routledge, pp. 34-41.
- Gamson, W. A., y Modigliani, A. (1989): «Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach». *American Journal of Sociology*, 95(1): 1-37. <https://doi.org/10.1086/229213>
- Hernández-Sampieri, R., y Mendoza, C. (2020): *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.
- Hooks, B. (2023): *El feminismo es para todo el mundo*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Juárez-Rodríguez, J. (2018): «Prevenir la violencia de género con el periodismo: La ética ante la violencia estructural contra mujeres y niñas». En I. Tajahuerce Ángel y E. Ramírez Rico (Eds.), *Intervención en violencia de género desde diversos ámbitos*. Editorial Temis, pp. 139-153.
- Kippin, S. (2025): «The conservatives and the ‘war on woke’». En S. Kippin: *Public policy and democratic backsliding in the UK: The conservatives’ illiberal turn*. Springer Nature Switzerland, pp. 71-89. https://doi.org/10.1007/978-3-031-74646-8_4
- Madrugá Bajo, M., y Perales Blanco, V. (2020): «Androcentrismo». En A. H. Puleo (Ed.): *Ser feministas. Pensamiento y acción*. Ediciones Cátedra, pp. 17-19.
- Martín-Barbero, J., y Rey, G. (1997): «El periodismo en Colombia: De los oficios y los medios». *Signo y Pensamiento*, 16(30): 13-30. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2860>
- Massa, J. (2022): «Revistas digitales feministas: Periodismo situado y con agenda propia». *Cuadernos del CIPeCo*, 2(3): 119-147. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/CIPeCo/article/view/40221>
- Menon, N. (2020): *El feminismo hoy*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Molina-Arroyave, N. M.; Villa-Montoya, M. I. V., y Restrepo-Echavarría, N. J. R. (2024): «Explorando la nueva frontera mediática: Caracterización de medios de comunicación digitales e independientes en Colombia». En: *Caer en la red con inteligencia artificial*. Marcial Pons, pp. 429-438.
- Pineda, E. (2020): «Feminismo, interseccionalidad y transformación social». En G. Gusis: *Poder patriarcal y poder punitivo: Diálogos desde la crítica latinoamericana*. Ediar.
- Piñuel, J. L., y Gaitán, J. A. (2010): «El discurso hegemónico sobre la verdad y la comunicación en la autorreferencia mediática en prensa». *Revista Latina de Comunicación Social*, 65: 572-594. <https://doi.org/10.4185/rllcs-2010-1076>
- Restrepo-Díaz, C. (2024a): «Perspectivas y desafíos del periodismo feminista en Colombia en 2023: Un estudio exploratorio». *Cuestiones de Género: De la igualdad y la diferencia*, 19: 496-530. <https://doi.org/10.18002/cg.i19.8260>
- Restrepo-Díaz, C. (2024b): «Una aproximación al periodismo feminista en Colombia: Escenarios, roles y perspectivas». *Comunicación y Género*, 7(2): e94732. <https://doi.org/10.5209/cgen.94732>
- Rodríguez, C. E. (2021): *Violencia de género contra mujeres periodistas en Colombia y México: análisis de sus normativas y protocolos* (Doctoral dissertation, Pontificia Universidad Javeriana).
- Roldán, C. (2020): «Autonomía». En A. H. Puleo (Ed.): *Ser feministas. Pensamiento y acción*. Ediciones Cátedra, pp. 23-26.

- Rovetto, F. L., y Figueroa, L. A. (2019): «'Minoría bulliciosa': Periodismo feminista en tiempos de precarización laboral y reacción patriarcal». *Descentrada*, 3(2): e090. <https://doi.org/10.24215/25457284e090>
- Rovira, G. (2016): *Activismo en red y multitudes conectadas: Comunicación y acción en la era de Internet*. Icaria Editorial.
- Segato, R. (2023): *Escenas de un pensamiento incómodo: Género, violencia y cultura en una óptica decolonial*. Prometeo Editorial.
- Turpo Gebera, O. (2008): «La netnografía: Un método de investigación en Internet». *Educación*, 42: 81-93. <https://doi.org/10.5565/rev/educar.134>
- Zeller, C. (2001): «Los medios y la formación de la voz en una sociedad democrática». *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 26: 121-144. <https://ddd.uab.cat/record/813>



©Derechos del autor o autores. Creative Commons License. Este artículo está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.
©Copyright of the author or authors. Creative Commons License. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.

Desinformación y discriminación en tiempos preelectorales. Una aproximación desde la interseccionalidad

*Disinformation and discrimination in the preelection
period. An approach from intersectionality*



Sandra Liliana Osses Rivera
Universidad Externado de Colombia.
sandra.osses@uexternado.edu.co
ORCID: 0000-0001-6641-8969



Juan Camilo Ruíz Salazar
Universidad Externado de Colombia.
juanruizsalazar@gmail.com
ORCID: 0000-0003-1568-6001

Resumen

El presente artículo explora la relación entre desinformación y discriminación en noticias verificadas del portal ColombiaCheck con una perspectiva interseccional. El corpus analizado (105 artículos) se procesó mediante un enfoque metodológico mixto utilizando minería textual automatizada con análisis de discurso para identificar patrones de discriminación hacia figuras políticas en periodos previos a las elecciones presidenciales de 2026. Los resultados evidencian que la desinformación política funciona como un dispositivo de control simbólico que produce discriminación interseccional, refuerza desigualdades históricas y afecta de manera desproporcionada a las mujeres en la esfera público-política. Se concluye que la incorporación de una mirada interseccional al interior de los estudios de comunicación política aporta a visibilizar esquemas de violencias discursivas, además de anticipar procesos de hostilidad en contiendas electorales.

Palabras clave

Interseccionalidad; discurso político; desinformación; *fact-checking*; discriminación; mujeres en política.

Abstract

This article explores the relationship between misinformation and discrimination in fact-checked news from the ColombiaCheck portal through an intersectional lens. The analyzed corpus (105 articles) was processed using a mixed-methods approach that combines automated text mining with discourse analysis to identify patterns of discrimination against political figures during the pre-election periods of the 2026 presidential race. The results demonstrate that political misinformation functions as a device for symbolic control that generates intersectional discrimination, reinforces historical inequalities, and disproportionately affects women in the public-political sphere. The article concludes that incorporating an intersectional perspective into political communication studies helps make discursive violence visible while anticipating processes of hostility in electoral contests.

Keywords

Intersectionality; political discourse; disinformation; fact-checking; discrimination; women and politics.

1. Introducción

El momento de preparación de las campañas electorales hacia el 2026 en Colombia se anticipó y, en tiempos más tempranos de lo habitual, se revelaron intenciones de candidaturas a la presidencia de la República de la más diversa índole, llegando a un número de más de 75 posibles candidaturas a julio de 2025 (Guarumo, 2025). Esta contienda se produce básicamente en los medios de comunicación y en las redes sociales, que funcionan como un termómetro de la intensidad política y como escenario de debate y confrontación, además son importantes en el proceso de comunicación política dado que en Colombia un alto porcentaje de la intención de voto se decide en los procesos preelectorales:

«Se observó que un 56,5% de los encuestados afirmaron haber tomado su decisión respecto a su elección de voto antes de que la campaña política iniciara, lo que denota que ya tenían una intención previa de apoyar a un candidato específico, lo tenían decidido desde antes de la campaña y manifestaron que siempre quisieron votar por ese candidato» (Restrepo, 2024: 145).

En este momento atípico por su volumen, dispersión, incertidumbre y ruido es posible captar el papel que puede jugar la desinformación como herramienta de discriminación en una contienda electoral y facilita prever estudios que contribuyan a trabajar en procesos de producción de información y formación que puedan generar cambios en la cultura política colombiana caracterizada por su baja calidad:

«Para el caso colombiano, se plantea que existe una débil cultura política asociada al déficit del Estado, la apatía de los ciudadanos hacia la política en general y también por la relevancia que la corrupción y privatización de lo público ha tenido en el país en contextos complejos de conflicto y violencia (...) con la escasa formación ciudadana, la cual ha sido limitada en algunos casos por la misma existencia generalizada de prácticas de exclusión de los sectores más amplios de la sociedad en la toma de decisiones, la eliminación o amenaza permanente del disenso, la injusticia en la distribución de recursos y el bajo acceso a la educación en todos sus niveles» (Restrepo y Piedrahita, 2021: 122).

Estos necesarios cambios culturales también deben apuntar a la disminución y deseable erradicación de todas las formas de discriminación política, especialmente hacia las mujeres, que son las más afectadas.

En las pasadas elecciones presidenciales realizadas en el año 2022 se dio cuenta de una alta polarización política que se tradujo en la incorporación de «campañas sucias» que, de acuerdo con el Informe Carter (2022), no fueron necesariamente impulsadas por los equipos de campaña, sino que posiblemente fueron fruto de la polarización del país. Esto refuerza la importancia de contar con evidencias y argumentos que demuestren las formas en que las prácticas de desinformación producen discriminación afectando a todo el espectro político pero de manera más violenta y naturalizada a las candidatas mujeres. Si bien los ataques políticos generales son comunes, las vul-

nerabilidades específicas asociadas con la identidad de una figura política se exacerban cuando desafían las normas establecidas o representan a grupos marginados. Esta adaptación de los ataques discriminatorios a las dimensiones subjetivas no es aleatoria. Los ataques a la raza, la clase y el género son particularmente potentes porque aprovechan los prejuicios sociales existentes y naturalizados, así como los desequilibrios de poder históricos profundamente arraigados en la sociedad colombiana.

En el diálogo cotidiano, la problemática aparece con discursos asentados en el sentido común que desestiman y pretenden homogenizar estas formas de violencia diferencial, o para decirlo de manera más compleja, interseccional. El argumento más comúnmente usado afirma que ya las barreras más grandes están superadas porque muchas mujeres acceden a la esfera política y que la desinformación también genera violencia contra los políticos varones, lo que presenta el asunto como un «costo» inevitable de la participación en política para cualquiera que decida ingresar en la arena.

«Si entendemos que el sentido común hace parte de las imposiciones que se construyen (...) que se admiten como «doxas» o verdades incuestionables, es posible entender también que las emociones y los sentimientos que circulan en distintas esferas hacen parte de las construcciones culturales que se aprenden y potencian en momentos y espacios específicos, para fines diversos. Un ejemplo de ello se ve en los periodos preelectorales, o electorales, como en el caso de Colombia en 2022, cuando se visibilizaron diversidad de formas de reproducción del sentido común desde la circulación de emociones como odio, rabia, miedo y desprecio, que expresaron y amplificaron fenómenos como el patriarcado, los racismos y los clasismos, entre otros, que (...) hacen parte del sentido común como construcción cultural» (Suárez, Jaramillo y Nieto, 2025: 459).

Construir un cambio de dicha construcción cultural es fundamental y, sin duda, el concepto más adecuado para comprender y actuar en esa dirección es el de interseccionalidad que, tal como lo afirma Mara Viveros, puede ser entendido «como imbricación de opresiones que se afectan mutuamente» (2023: 21). La discriminación vista desde una perspectiva interseccional involucra simultáneamente dos o más aspectos (género, raza, clase, sexualidad, discapacidad, etc.), no como una suma de discriminaciones individuales, sino como la producción de una forma específica y cualitativa de opresión capaz de visibilizar realidades complejas difíciles de capturar y que constituye «una base que permite superar la lógica de trincheras separadas y que posibilita entender el funcionamiento de la desigualdad sin fragmentarla» (*ibid*: 24).

Es necesario hacer precisiones sobre los diversos enfoques en que se ha abordado esta perspectiva¹, actualmente extendida en la Academia, para reconocer el riesgo de asumirla como una simple metáfora que ayude a pensar el género en relación con otras relaciones de poder debilitando su potencial

1. Revisar el libro de Mara Viveros Interseccionalidad (2023) en el que hace una completa lectura crítica de los diversos abordajes en ciencias sociales.

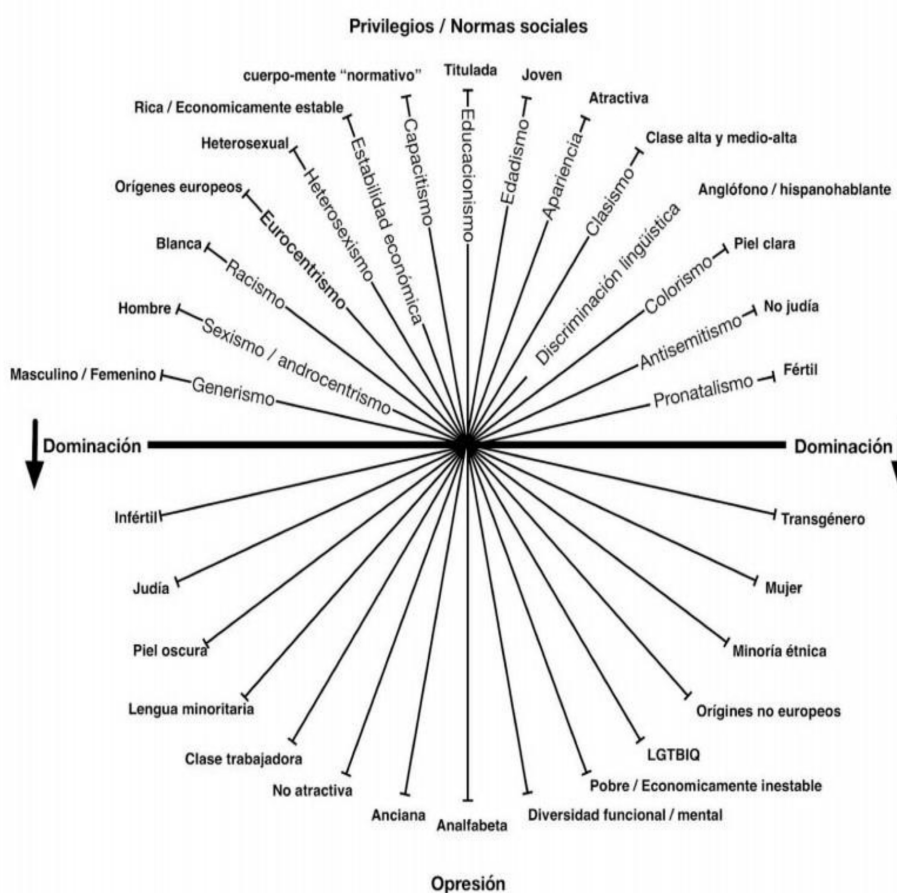
práctico, pero sobre todo, su potencial político. Así, es fundamental reconocer que las discusiones académicas y políticas en torno a la perspectiva interseccional son profusas y existen abordajes que van de aproximaciones sistémicas a constructivistas; que se centran en las dinámicas micro o macrosociales; que se centran más en dimensiones subjetivas o estructurales generando un campo de lucha por el sentido. Así mismo, el uso teórico-metodológico de la perspectiva en materias como la salud (Weßel y Gerhards, 2023; Abrams, *et al.*, 2020), el derecho y las políticas públicas (La Barbera, *et al.*, 2023) o la psicología (Arnoud, *et al.*, 2023), entre otras, ofrece una amplia panorámica de su aplicación.

En el campo de la comunicación política, la interseccionalidad aparece en los últimos años como perspectiva, como noción o como instrumento metodológico. Se identifican dos ejes principales de indagación, uno dedicado a procesos de movilización y activismo social (Poku, *et al.*, 2025; Hannouch y Milstein, 2025; Grover y Kuo, 2023; Brown *et al.*, 2024; Klinger, 2024; Fabri, 2023) y otro, que cuenta con mayor producción, orientado a la comprensión de las dinámicas de representación y discriminación en lógica interseccional en general, pero con una mayor presencia de estudios sobre mujeres políticas con un marcado énfasis en mujeres racializadas (Orchard, 2023; Kreiss, *et al.*, 2024; Santia, *et al.*, 2025).

En estos casos, los estudios apuntan a conclusiones generales que se podrían sintetizar en cuatro aspectos: a) los medios de comunicación tienden a enfocarse más en la apariencia física y la vida personal de las mujeres políticas en comparación con los hombres, lo que contribuye a una mayor discriminación y desigualdad de género en el ámbito político; b) las mujeres políticas son propensas a ser juzgadas de manera más severa por los medios de comunicación en comparación con sus colegas masculinos, lo que puede afectar a su credibilidad y reputación en la opinión pública; c) la presencia de estereotipos de género en los medios de comunicación puede influir en la percepción de las mujeres políticas como menos competentes o aptas para ocupar cargos de liderazgo, lo que dificulta su ascenso en la carrera política y d) la cobertura mediática de incidentes de discriminación hacia mujeres políticas puede tener un impacto negativo en la participación política de las mujeres en general, desmotivándolas a postularse para cargos de liderazgo. En suma, las investigaciones sugieren que los medios de comunicación desempeñan un papel significativo en la perpetuación de la discriminación de género hacia las mujeres ubicadas en altos cargos de la política, lo que resalta la importancia de promover una cobertura mediática equitativa y libre de prejuicios para fomentar la igualdad de género en la esfera política.

Buscando una ruta metodológica que facilite identificar la discriminación en el proceso electoral desde una perspectiva interseccional que permita mayor complejidad, se retoma uno de los principales desarrollos propuesto por Patricia Hill Collins (1989) en el que introduce el concepto de matriz de dominación para describir cómo sistemas estructurales de opresión tales como el racismo, el sexismo y el clasismo se organizan en dominios interrelacionados (estructural, disciplinario, hegemónico e interpersonal) para mantener la subordinación de las mujeres negras. El esquema que describe esta complejidad se reconoce popularmente como rueda de la interseccionalidad.

Figura 1. Rueda de la interseccionalidad.



Fuente: Sánchez et al. (2022): «Interseccionalidad: la discriminación múltiple desde una perspectiva de género».

En este artículo exploratorio y, por tanto, con alcance limitado, se propone realizar una adaptación de este desarrollo retomando 7 de los ejes, como se verá en el apartado, metodológico con el objetivo específico de modelar una herramienta que permita identificar y caracterizar las maneras en que la desinformación en tiempos electorales produce formas de discriminación que no afectan de la misma manera a todas las personas, ni a todas las mujeres que participan en política, sino que adquiere formas particulares, situadas en la experiencia y generadas en estructuras de dominación que se interconectan y afectan directamente la vida política.

Reconocer las formas de discriminación producidas a través de prácticas de desinformación implica, también, partir de una definición de esta última, lo cual es una tarea complicada dada la alta producción académica y la naturaleza polisémica del término, además del constante debate académico del que es objeto. Es importante precisar que en un contexto más amplio se habla de desorden informativo y dentro de este se encuentran fenómenos que Wardle y Derakshan (2017) han clasificado como: desinformación (*dis-information*), información errónea (*mis-information*) e información maliciosa (*mal-information*).

El término que interesa en este artículo es el de desinformación, que puede definirse escuetamente como información que no es cierta y se orienta intencionalmente a producir perjuicios a una persona, grupo social, organización, institución o, incluso, Estado. En un capítulo reciente, Silvio Waisbord realiza una aproximación a esta discusión de la que consideramos clave retomar la advertencia de que «la desinformación no es un fenómeno puramente ‘informativo’, sino que está anclado y potenciado por factores sociopolíticos. La desinformación está ubicada río abajo de procesos sociales y políticos que estructuran procesos comunicativos» (2025: 31), por lo tanto, constituye una categoría compleja. Sin perder de vista la advertencia, a efectos del objetivo propuesto, se retoma la delimitación del Informe del Grupo de Alto Nivel independiente sobre noticias falsas y desinformación en línea convocada por la Unión Europea, que es concreta y operacionalizable:

«La definimos como información falsa, inexacta o engañosa, diseñada, presentada y promovida para causar daño público intencionalmente o con fines de lucro. El riesgo de daño incluye amenazas a los procesos y valores políticos democráticos, que pueden afectar específicamente a diversos sectores, como la salud, la ciencia, la educación, las finanzas y otros. Se origina en la producción y promoción de des/información para obtener beneficios económicos o para fines políticos o ideológicos, pero puede verse exacerbada por la forma en que diferentes audiencias y comunidades reciben, interactúan y difunden la desinformación» (Unión Europea, 2028: 10).

De esta manera, la intencionalidad de imprimir daño es la que define la categoría que, vista así, no es neutral, por el contrario, se constituye como instrumento para infringir daño, lo que implica la producción de violencias y, por ende, produce discriminación. La desinformación afecta a sujetos, grupos y estructuras, puede tener repercusiones significativas en la cultura y en el contexto político facilitando la polarización y la exclusión sistemática de grupos vulnerables.

Dentro del inmenso territorio que configura la desinformación en el actual ecosistema mediático –que en Colombia crece vertiginosamente–, es difícil identificar un universo acotado sobre el cual observar prácticas comunicativas que generen o refuercen discriminación sobre protagonistas de la política. Avances previos realizados en el marco de la línea de investigación en que se produce este estudio, permitieron reconocer tanto la factibilidad como la viabilidad de tomar como base empírica las noticias chequeadas. En primer lugar, porque evidencian (si la clasificación es falsa o cuestionable) la intencionalidad de la desinformación difundida y, en segundo lugar, porque constituyen tendencias que el medio verificador considera relevantes y susceptibles de revisión, bien sea por su resonancia en la agenda o por solicitud de la ciudadanía, lo cual permite reconocer que existe un impacto que trasciende el nivel individual. La pertinencia de usar noticias chequeadas, entonces, tiene que ver con la posibilidad de contar con un punto de partida acotado y desde una verificación de la intencionalidad de daño que genera discriminación, por lo que inicialmente se trata de una decisión sustancialmente metodológica.

El chequeo de datos (comunmente denominado *fact-checking*) o verificación de hechos tiene como objetivo principal comprobar la precisión de las declaraciones hechas por sujetos políticos y medios de comunicación por lo que juega un papel crucial en la mitigación de la desinformación durante eventos políticos, como elecciones y situaciones de crisis y conflicto, en los que suelen emerger con mayor fuerza prácticas desinformativas. El *fact-checking* cobra mayor importancia durante los procesos electorales, donde el discurso político está permanentemente en juego. Tal y como lo afirma Waisbord: «la desinformación suele concentrarse en temas de alto voltaje político especialmente en coyunturas particulares: elecciones, campañas de vacunación, conflictos sociales (huelgas, movilizaciones), debates, votos parlamentarios, escándalos políticos y guerras» (2025: 27). Así mismo, diversos estudios demuestran que los verificadores participan activamente desmintiendo afirmaciones falsas difundidas durante las campañas electorales. Sin embargo, la eficacia de estos esfuerzos suele depender de la visibilidad y el alcance de estas iniciativas, así como del clima político del contexto, que en el caso de América Latina tiende a la polarización (Rodríguez-Hidalgo *et al.*, 2021; Poch-Butler *et al.*, 2025) y la capacidad de corregir o atribuir correctamente la desinformación política mediante la verificación de datos se ve sustancialmente atenuada por las creencias, la ideología y los conocimientos preexistentes de los participantes (Aruguete, 2025).

Reconociendo este panorama, se identifica como fuente de datos para aproximarse al fenómeno y modelar la herramienta una plataforma de chequeo. En Colombia existen varios sitios dedicados al tema, algunos de los más destacados son el Detector de Mentiras de la Silla Vacía; la sección de verificación de hechos del periódico *El Espectador* y dos dedicados específicamente al contexto electoral: *Fact-Check* y Verificado. Para efectos del modelaje, se ha elegido la plataforma digital, abierta y colaborativa ColombiaCheck, por ser la de mayor trayectoria, visibilidad y porque permite el acceso de *scrap* para descarga masiva.

2. Metodología

Como se mencionó, el trabajo está motivado dentro de una línea de investigación de comunicación política y género; pretende identificar rasgos que podrían prever prácticas comunicativas de desinformación y discriminación en las elecciones presidenciales de Colombia en 2026 y reconocer dimensiones que den cuenta de una perspectiva interseccional en la problemática. Con este fin, se busca avanzar en la construcción de una herramienta que permita: reconocer el fenómeno poniendo en contexto experiencias situadas, salir de la producción de conocimiento de nicho en los estudios de violencias basadas en género, recoger información producida en momentos de coyuntura política e identificar argumentos para desafiar el sentido común que defiende, desde la lógica simplificadora y dualista, la naturalización y perpetuación de realidades profundamente complejas y vinculadas a múltiples dimensiones del poder como lo es la discriminación de mujeres políticas mediante prácticas de desinformación.

Para cumplir con este objetivo se tomaron varias decisiones teórico-metodológicas: a) observar el problema en noticias chequeadas en las que se comprueba intencionalidad de daño contra mujeres y hombres identificados como posibles candidatos a las elecciones presidenciales 2026; b) realizar una primera caracterización que permita construir perfiles comparativos de los seleccionados; c) diferenciar los ataques producidos contra las y los candidatos en tres dimensiones: ataques a lo que dicen, a lo que hacen y a lo que son; d) identificar la presencia de ejes interseccionales a partir de una adaptación de la propuesta de la rueda de la interseccionalidad, y e) explorar la construcción de la herramienta en el campo de las humanidades digitales, particularmente a partir del discurso computacional.

La composición del universo se realizó a partir de la encuesta denominada «Posibles Candidatos 2026» aplicada por la empresa Guarumo y EcoAnalítica en julio de 2025 (Guarumo, 2025) seleccionando los 10 candidatos con mayor intención de voto en la encuesta, cinco hombres y cinco mujeres respectivamente, además se incluyó por interés del equipo investigador a la vicepresidenta Francia Márquez (Tabla I).

Tabla I. Universo de candidatos seleccionados.

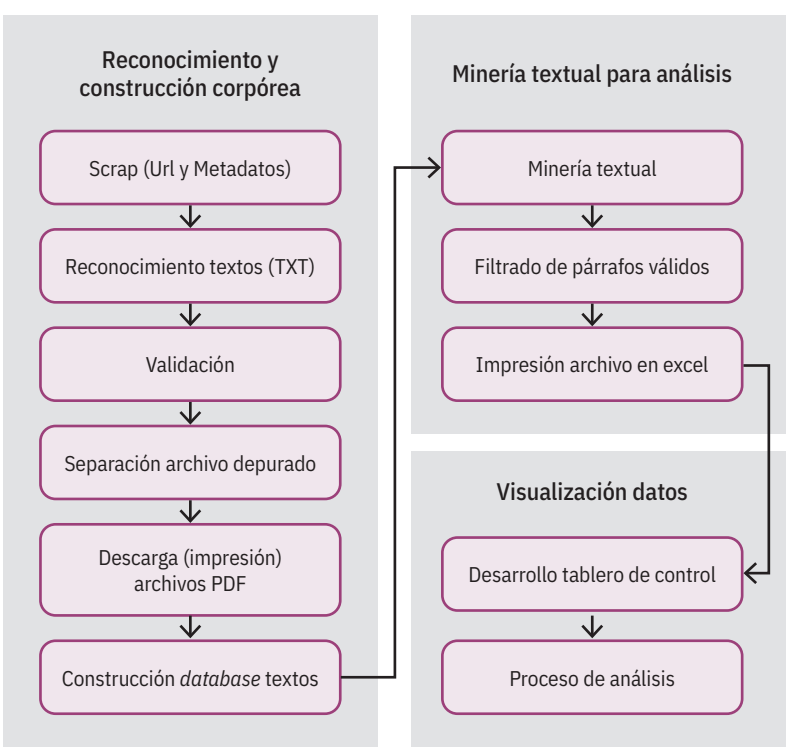
Candidatos Hombres	Candidatas Mujeres
Daniel Quintero	Claudia López
German Vargas Lleras	María Fernanda Cabal
Gustavo Bolívar	María José Pizarro
Sergio Fajardo	Susana Muhamad
Miguel Uribe	Vicky Dávila
	Francia Márquez

Fuente: elaboración propia.

El trabajo se desarrolló mediante el esquema metodológico dibujado en la Figura 2.

1. Reconocimiento y construcción de corpus o corpórea: con un ejercicio de *scraping* de la página ColombiaCheck se reconocieron URL de las noticias relacionadas con los candidatos preseleccionados entre 2020 y 2025, descargados en HTML y sometidos a un proceso de validación por medio de la presencia de mínimo cinco menciones al candidato sobre el que versa el artículo para eliminar aquellos que mencionan por rebote un candidato (separación archivo depurado). De los URL preseleccionados se generaron impresiones PDF de las páginas para realizar una primera lectura exploratoria dirigida a filtrar y organizar la versión final del corpus, luego con la información recolectada se construyó un *database* en la que cada artículo fue separado por párrafos para preparar las minerías posteriores.

Figura 2. Esquema metodológico.



Fuente: elaboración propia.

Como se puede observar en el periodo escogido aparece el aspirante a la candidatura Miguel Uribe, quien sufrió un atentado y murió, razón por la cual no fue incluido en el proceso final. Se definieron los siguientes casos y número de artículos por cada uno y se tomó la decisión de seleccionar solamente aquellos casos que superaran 10 artículos.

Tabla II. Candidatos identificados tras minería textual.

Candidatos/Artículos	Candidatas/Artículos
Gustavo Bolívar (18)	María Fernanda Cabal (41)
Miguel Uribe Turbay (9)	Francia Márquez (32)
Daniel Quintero (5)	Claudia López (14)
Sergio Fajardo (3)	Vicky Davila (7)
	María José Pizarro (2)

Fuente: elaboración propia.

2. Minería textual para análisis: el segundo momento se trabajó con un enfoque que combina análisis lingüístico, procesamiento automatizado de texto, técnicas de normalización, aproximación semántica asistida por modelos de lenguaje que se realizó con el apoyo de un modelo generativo basado

en *Transformers*, donde se empleó ChatGPT, entregando al modelo la matriz con los párrafos diferenciados y un texto de investigación sobre violencias interseccionales empleado en la fase de problematización de esta investigación. Así se pidió al chat que apoyara la construcción de diccionarios con palabras que son propicias o coherentes en los párrafos de la matriz en relación a tipos específicos de las violencias interseccionales y a las palabras empleadas para la que denominamos tripleta discursiva: lo que se dice, lo que se hace y lo que se es, aprovechando el funcionamiento de los *Transformers* del modelo en el reconocimiento de contextos en el lenguaje, estos diccionarios se incorporaron al modelo de análisis computacional construido en lenguaje Python. El proceso se orientó a identificar la presencia e intensidad de dos categorías analíticas:

- 1) La tripleta discursiva –lo que es, lo que dice, lo que hace– derivada de un proceso previo de investigación en el que se identificó que la desinformación se construye sobre los discursos, las acciones o las características de las personas. A la pregunta de si todas las mujeres políticas son discriminadas, la respuesta fue: sí, pero no de la misma manera. Así, se identificó que la desinformación se construye sobre los discursos, las acciones o las características de las personas, apuntando a dimensiones más o menos centradas en su identidad. Estas tres dimensiones que denominamos tripleta discursiva permiten reconocer inequidades, desigualdades y diferencias que resultan de la desinformación o sobre las que se produce la desinformación. Se trata de un proceso en los dos sentidos: en la producción de la desinformación, pero también en los efectos que esta produce.
- 2) Los ejes de interseccionalidad se retoman de la propuesta original de Patricia Hill Collins que señala 15 ejes sobre los cuales mirar la relación privilegio/opresión. En este caso retomamos siete que, de acuerdo con la exploración, se encuentran más presentes e identificables en el corpus:
 - Racismo: blanca/minoría étnica.
 - Clasismo: clase alta y medio alta/clase trabajadora.
 - Heterosexismo: heterosexual/LGBTIQ.
 - Generismo: masculino-femenino/transgénero.
 - Sexismo-androcentrismo: mujer/hombre.
 - Edadismo: joven/anciana.
 - Capacitismo: cuerpo-mente normativo/diversidad funcional mental.

Los ejes que se excluyeron, por la dificultad de reconocerlos de manera efectiva en los diccionarios, porque pueden tener una relación estrecha entre sí y pueden generar confusión (como en el caso de racismo y colorismo), por evitar un sesgo de género cargado sobre las mujeres (apariencia) o por su poca presencia en los contenidos tradicionales de noticias políticas nacio-

nales fueron: eurocentrismo, estabilidad económica, educacionismo, discriminación lingüística, apariencia, colorismo, antisemitismo y pronatalismo.

Al interior de la minería textual, se empleó un ejercicio de cálculo del peso relativo de las categorías analíticas (tripleta discursiva y ejes de interseccionalidad) con el fin de estimar su intensidad y relevancia al interior del párrafo analizado, empleando como elemento de relación los diccionarios creados de palabras con asistencia de los modelos basados en *Transformers*, incorporado al código Python creado para el modelo. Para esto, se inició con la identificación y conteo de coincidencias léxicas asociadas a cada categoría. Por ejemplo, para la dimensión «lo que dice» se consideraron verbos declarativos como: dijo, afirmó y manifestó; mientras que para el racismo otras nominaciones como: negro, afrodescendiente, indígena. Posteriormente, el número de coincidencias se ajustó mediante una fórmula de normalización por longitud de párrafo. Finalmente, cuando se reconoció al menos una coincidencia léxica se aplicó un piso mínimo de presencia con el fin de lograr que toda aparición relevante obtenga un valor base y el peso final refleje adecuadamente su importancia relativa. De no contar con alguna presencia léxica el valor asignado fue 0.

3. Visualización de datos: en este momento se desarrolló un tablero de control (Figura 3) para la codificación, organización y visualización de datos en que se cruzaron las dos categorías analíticas con los siguientes filtros:

- Candidato o candidata: identificados por nombres y apellidos.
- Género: hombre/mujer.
- Voz del texto: diseñada por el carácter del chequeo con tres componentes: citas directas, voz del medio y párrafos mixtos.

El tablero de control permite hacer cruces para identificar elemento relevantes en la fase de análisis, como se puede observar en el ejemplo siguiente.

Figura 3. Tablero de control.



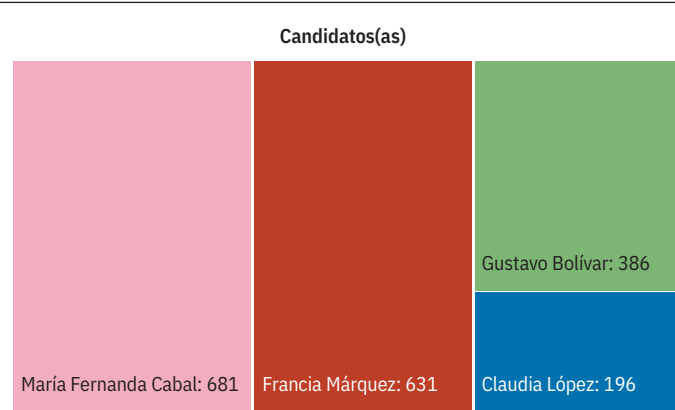
Fuente: elaboración propia.

4. Análisis descriptivo: se revisaron los perfiles de las y los candidatos con base en cinco criterios: a) enfoque político: conservador, moderadamente progresista, progresista, ultraconservador; b) enfoque territorial: centralista, regionalista; c) postura frente al conflicto armado: ambiguo, pro-guerra, pro-paz; d) enfoque económico: intervencionista, liberal, liberal progresista y e) enfoque organizativo: institucionalista, populista. En segundo lugar, se aplicó un cálculo que permitiera reconocer, a partir del conteo de coincidencias léxicas sobre cálculo de palabras totales del párrafo el peso de los aspectos analizados que se traduce en un valor de 0 a 1. Para su interpretación, el valor obtenido indica la intensidad con que se presentan las categorías en los párrafos analizados para cada persona de la muestra.

3. Resultados

En la corpórea inicial se contemplaron 131 artículos con 2.388 párrafos en total que evidencian presencia de los dos elementos claves rastreados, pero en el proceso de depuración el corpus final se compuso por cuatro casos relevantes y con alta presencia del fenómeno a estudiar como se puede observar en la Figura 4: María Fernanda Cabal, Francia Márquez, Gustavo Bolívar y Claudia López. El número final de artículos revisados es 105 con 1.895 párrafos.

Figura 4. Distribución candidatos por párrafos válidos.



Fuente: elaboración propia.

Tanto en el número de noticias, como en la construcción de mensajes válidos por párrafo, la presencia de desinformación contra las mujeres es muy superior. Como se registró en la Tabla II, durante el mismo periodo han sido chequeadas el doble y más de noticias en los casos de María Fernanda Cabal (41) y Francia Márquez (37) frente al hombre con más chequeos que es Gustavo Bolívar (18). La distribución por sexo del corpus final indica que el 20% de los párrafos registrados son de los candidatos masculinos, mientras que el 80% corresponden a las candidatas femeninas. Este es un dato relevante porque confirma una mayor intensidad en la discriminación vía desinforma-

ción de mujeres políticas. Dado que el corpus cubre el periodo 2020-2024 y no solo el momento de coyuntura pre-electoral temprana, se puede colegir que en el mediano plazo son más chequeadas desinformaciones contra mujeres con cargos políticos y aspiraciones electorales, lo que podría configurar una tendencia. No obstante, para comprobarlo será necesario aplicar instrumentos cualitativos que permitan reconocer contenidos específicos y también identificar posibles sesgos de género en las propias plataformas de verificación.

Figura 5. Distribución por sexo y párrafos.



Fuente: elaboración propia.

En la construcción de perfiles se obtuvo una caracterización que da cuenta de una posible configuración de las y los actores políticos, como se observa en la Tabla III. Sin embargo, llama la atención la dificultad para reconocer en la imagen proyectada de las y los sujetos, que está asentada en su percepción pública, algunos de los enfoques identificados con la herramienta. Teniendo presente que se rastrearon cuatro años, se puede deducir que quienes tienen mayor representación en el corpus son figuras políticas que han logrado mantenerse en el debate público generando controversia, alimentados por la confrontación o defensa del gobierno actual (que se caracteriza por su capacidad de imponer agendas), o bien porque son sujeto de violencias sostenidas en el panorama político nacional, como es evidente en los casos de María Fernanda Cabal y Francia Márquez.

Con un ejercicio similar a este, aplicado en proceso de campañas, sería posible identificar la consolidación de diseños políticos sostenidos o los cambios marcados por la conjuntura y el oportunismo en lógicas camaleónicas de la política electoral.

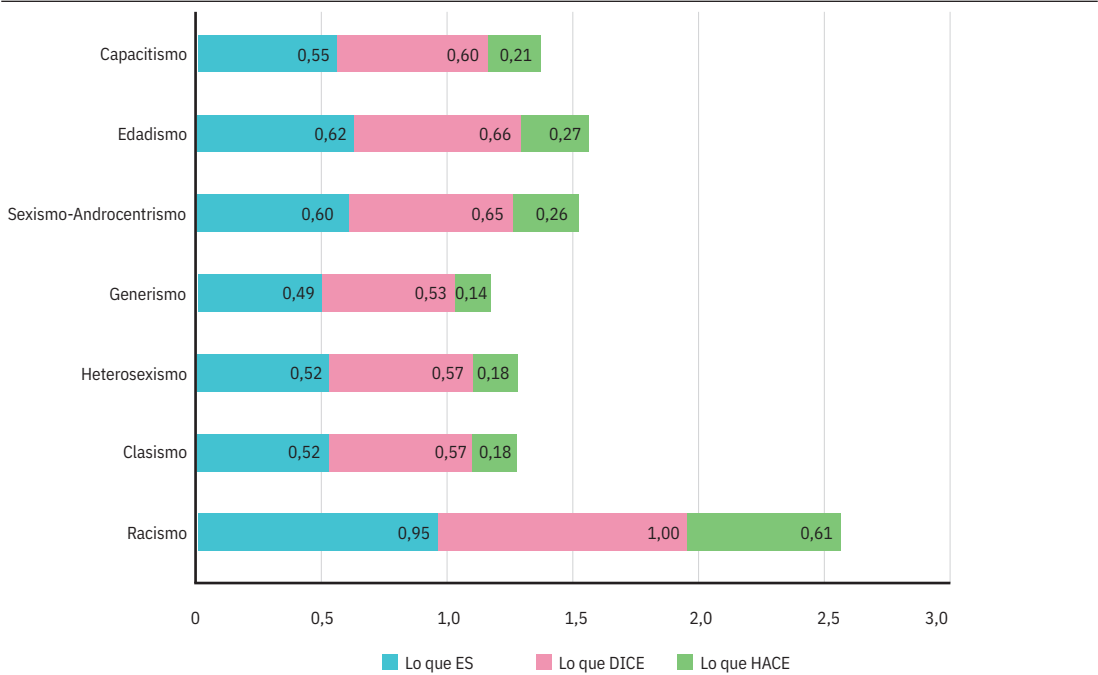
Tabla III. Perfiles de posibles candidaturas.

Candidato(a)	Político	Organizativo	Territorial	Conflicto Armado	Económico
Claudia López	Moderadamente progresista	Institucionalista	Centralista	Pro-Paz	Liberal progresista
Francia Márquez	Progresista	Populista	Regionalista	Pro-Paz	Intervencionista
Gustavo Bolívar	Progresista	Populista	Regionalista	Pro-Paz	Intervencionista
María Fernanda Cabal	Ultra Conservador	Populista	Centralista	Pro-Guerra	Liberal

Fuente: elaboración propia.

La caracterización inicial constituye un elemento que sirve en este modelaje para situar a las y los candidatos en coordenadas ideológicas y frente a posturas específicas en relación con el tipo de gobierno que se proyecta y puede ser de gran utilidad para complejizar los análisis en que se cruzan las desinformaciones con procesos de discriminación.

Figura 6. Textura Tripleta-Interseccional: Global.



Fuente: elaboración propia.

Cuando se visualizan los datos de los cuatro casos en forma global, los resultados muestran varias tendencias: en primer lugar, una mayor presencia de desinformaciones en torno a lo que se dice, seguido por lo que se es y en menor medida a lo que se hace (Figura 5). En correspondencia con este hallazgo, se puede observar que el eje de racismo es el de mayor presencia en todos los casos, seguido por androcentrismo y heterosexismo. En el eje

del edadismo (joven/anciana) es necesario revisar con detalle el corpus para identificar la certeza de esta presencia en cruce con los PDF de las noticias chequeadas. Los más bajos ejes serían generismo y clasismo lo que, de confirmarse en la triangulación, podría revelar una distancia con sentidos comunes que advierten una alta presencia de discriminación de clase en el discurso político colombiano.

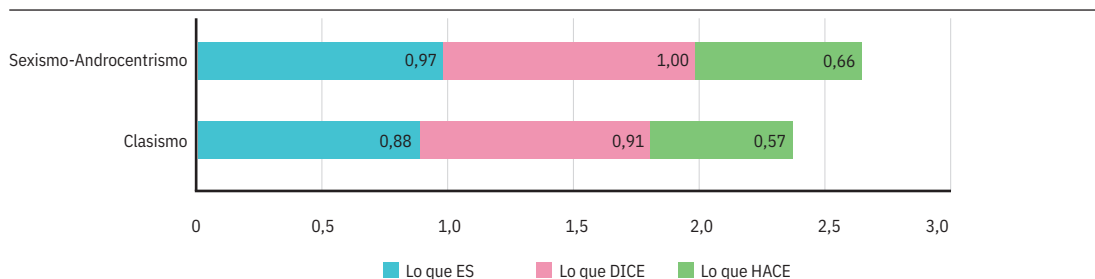
En el gráfico precedente se puede identificar que la desinformación recae en primer lugar sobre los discursos de las y los posibles candidatos, seguidos por ataques a sus características personales y, con menor peso, sobre sus acciones. Esto debido a que la desinformación suele responder a fabricaciones discursivas o falsedades que apuntan a la persona misma, mientras que en el caso de las acciones puede resultar más difícil construir desinformaciones que tengan credibilidad. Esto último es muy posible teniendo en cuenta que la información que verifican las plataformas de *fact-checking*, bien sea por iniciativa de la organización o por solicitud de las audiencias, es información que cuenta con niveles de coherencia y posible veracidad mínimos.

A continuación, se analizan brevemente los resultados de cada uno de los casos seleccionados buscando identificar tendencias en el fenómeno que nos ocupa y también con el fin de reconocer la capacidad y limitaciones de la herramienta para captar tanto la orientación de la desinformación (tripleta discursiva) como su configuración interseccional, en su actual fase de desarrollo.

3.1. Perfil de María Fernanda Cabal

En el perfil reconocido por la herramienta a partir de los discursos de la posible candidata se configura como ultraconservadora, centralista, pro-guerra, populista y con un enfoque económico liberal. María Fernanda Cabal es la persona con más chequeos realizados a lo largo del tiempo revisado y en la lectura cualitativa fue notoria la gran diversidad de temas por los cuales se realizan verificaciones y se puede dar cuenta de las principales narrativas de discriminación que recaen sobre ella, lo cual será objeto de otro artículo. En el refinamiento de la herramienta es fundamental generar formas de captar con la mayor precisión la diferencia entre discriminación atribuida a esta mujer política o, por el contrario, ataques que ella imprime sobre otros actores políticos o la misma ciudadanía.

Es notorio que la desinformación recae mayoritariamente sobre sus discursos lo que se refleja en fragmentos del tipo: «la congresista señaló que», «el trino circuló ampliamente en grupos conservadores» o «verificamos si la supuesta declaración atribuida era auténtica».

Figura 7. Textura Tripleta-Interseccional: María Fernanda Cabal.

Fuente: elaboración propia.

Desde la perspectiva interseccional la carga apunta principalmente al androcentrismo lo que ratifica los ataques que sufre por ser mujer, en primer lugar. Y en segunda instancia, al clasismo, eje que revisado en las lecturas cualitativas se identificó relacionado con la tradicional postura elitista en el debate público que la caracteriza, como lo demuestran noticias como: «cita en que María Fernanda Cabal califica de ‘mugrosos resentidos’ a pobres y campesinos es falsa» o «supuesta foto de Miguel Polo Polo sosteniéndole la sombrilla a María Fernanda Cabal es un montaje», lo que implica una lectura que interprete desde la perspectiva interseccional la determinación de prácticas de desinformación que generan daño, pero no necesariamente discriminación. Esto advierte de la necesidad de mejorar en la herramienta la captación más precisa de la orientación de la desinformación en la lógica de la rueda interseccional.

3.2. Perfil de Francia Márquez

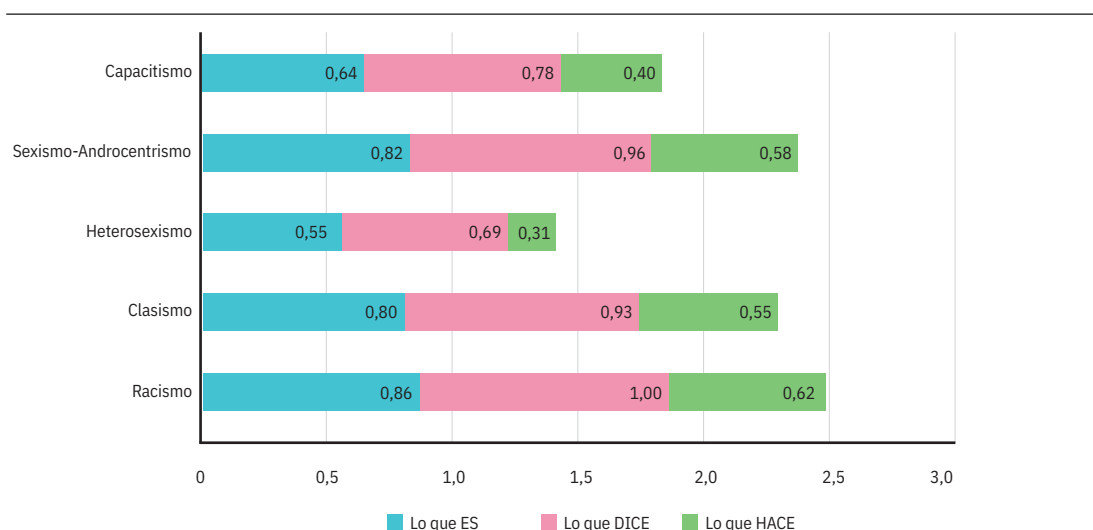
El perfil identificado se corresponde con su imagen pública y sus acciones en el terreno político: progresista, regionalista, pro-paz e intervencionista. En cuanto a la definición como populista sería necesario hacer foco en las dinámicas que le son atribuidas a este rasgo. En este punto vale decir que la construcción de los perfiles con base en tipos, algunas veces dicotómicos, no da cuenta de las tesituras complejas de las subjetividades políticas de los hombres y las mujeres analizados. Esto vale en todos los casos.

De los cuatro casos, el de Francia Márquez es el que evidencia mayor presencia de los ejes de interseccionalidad rastreados, de los siete propuestos se presentan cinco, estando ausentes solo generismo y edadismo. Se muestra un peso evidente en el eje de racismo que recae tanto en lo que dice como en lo que hace, seguido por los ataques que recibe por su posición de clase y su afirmación como mujer.

En los cruces con lecturas cualitativas se puede observar que el peso de los cinco ejes presentes se encuentra en el semicírculo inferior de la rueda, en el que la carga del eje se traduce en opresiones. Igualmente, en la revisión de contenido se observa cómo se configuran las desinformaciones sobre «lo que es» en noticias como: «esta foto no demuestra que Francia Márquez esté practicando brujería ni santería», «foto de Francia Márquez junto a grafiti en el que se lee ‘hoy desayuné feto’ es un montaje», o «la mujer de esta foto no es

hija de Francia Márquez». Esto muestra un patrón que devela formas de hostilidad orientada a sus atributos, entorno inmediato y experiencias personales más que a sus posiciones políticas, lo cual evidencia una gran hostilidad y carga de violencias que marca una discriminación sostenida orientada a su subjetividad.

Figura 8. Textura Tripleta-Interseccional: Francia Márquez.



Fuente: elaboración propia.

Lo que se comunica sobre ella a partir de prácticas de desinformación, está ligado a debates y discusiones sobre desigualdad, género, raza y derechos, donde su representación no solo está siendo citada de manera falsa o engañosa, sino que es moldeada discursivamente haciéndola víctima de discriminación.

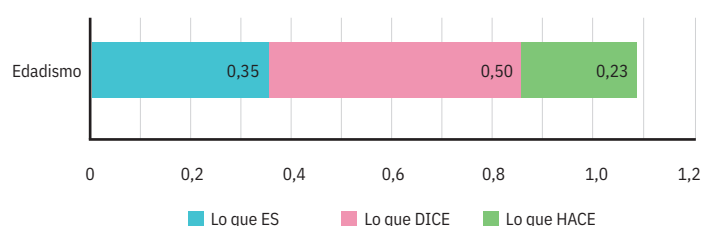
Fragmentos que captura la herramienta como: «el índice de pobreza multidimensional»; «el 21% de las mujeres no pertenecen a ningún grupo étnico»; «pobreza en jefaturas femeninas»; «sobre la sexualidad, sobre la reproducción de la vida» corroboran que las violencias construidas mediante prácticas de desinformación contra Francia Márquez están ancladas a estructuras culturales históricas de desigualdad, configurando una suerte de persecución simbólica basada en su experiencia vital.

3.3. Perfil de Gustavo Bolívar

Siendo el único hombre que resultó incluido en el corpus final, luego de los procesos realizados con la herramienta para lograr incluir dimensiones complejas y relacionales, lo que se encuentra en esta primera aplicación exploratoria de la herramienta es que solo aparece el eje de edadismo, lo cual resulta problemático y es necesario revisar. Sin embargo, la ausencia de otros ejes es consecuente con el tipo de noticias chequeadas que se vinculan mayoritariamente a narrativas que lo conciben como mentiroso, ladrón o defensor

de causas injustas que no tocan directamente a los ejes seleccionados y pese a que causan daño no responderían directamente a la noción de discriminación. Además, la herramienta incluye en las notas verificadas hechos que no lo relacionan directamente como sujeto a él sino a terceros, principalmente al presidente Gustavo Petro, en ejercicios de defensa o distanciamiento de su gestión desde el gobierno, así como a temas que competen más a la gestión de lo público, como se ve en los siguientes fragmentos: «la información publicada en SECOP I (...) página que aloja la información», «el usuario acusa hasta tiquetes aéreos vendió», y en «revisamos bases oficiales para verificar esta denuncia».

Figura 9. Textura Tripleta-Interseccional: Gustavo Bolívar.



Fuente: elaboración propia.

Cabe resaltar el peso significativamente mayor de los ataques sobre lo que dice en relación con lo que hace y es, lo cual puede reflejar una exposición mediática recurrente en temas polémicos.

3.4. Perfil de Claudia López

Esta posible candidata aparece como moderadamente progresista, institucionalista, centralista, pro-paz y liberal en su enfoque económico. En el caso de Claudia López se detectaron cuatro de los ejes identificados siendo el de mayor peso el heterosexismo, con una notable distancia respecto a androcentrismo, generismo y edadismo que le siguen por ese orden.

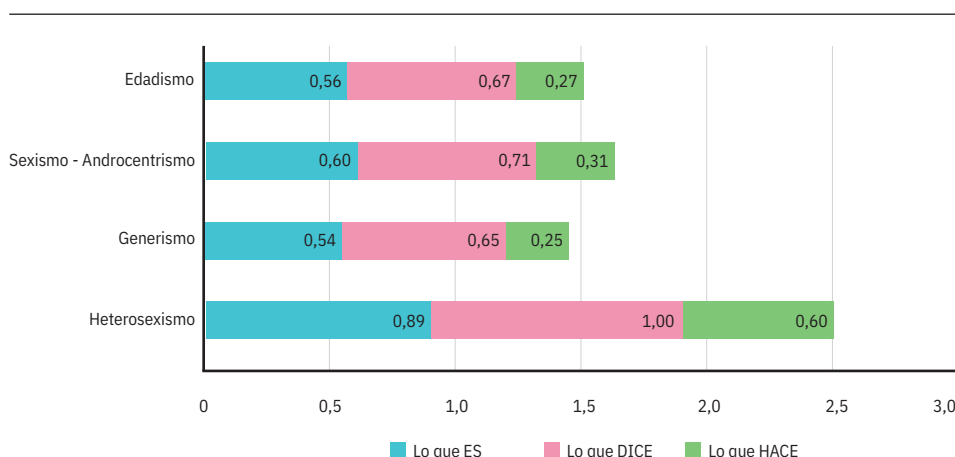
Las categorías captadas por la herramienta dan cuenta de la presencia importante de ataques, principalmente a su discurso en fragmentos como: «el decreto anunciado por López fue cuestionado», «usuarios en redes afirmaron que la alcaldesa dijo» y «las medidas fueron interpretadas cómo», a los que pueden subyacer formas de hostilidad que pueden mostrar una tendencia de discriminación sostenida. Son ejemplos de prácticas comunicativas en las que predomina un ejercicio evaluativo sin necesariamente presentar argumentos de fondo, o peor aún, contruídos como desinformación, que naturalizan formas de discriminación compleja.

La prevalencia de los ejes de androcentrismo y generismo es correspondiente con la historia política de esta exalcaldesa de Bogotá que ha tenido dentro de su construcción como mujer política una posición declarada frente a su opción homosexual y su frecuente uso del discurso desde y hacia las mu-

jeros, especialmente en momentos de crisis, como lo evidencian noticias del tipo: «no, Claudia López no ha trinado que su alcaldía reemplazaría bandera de Bogotá por bandera LGBT» o «no, Claudia López no dijo que implementará la ‘ideología de género’ en los colegios públicos».

Hallazgos como la presencia de edadismo deben ser revisada en cruce con análisis cualitativos que permitan reconocer sentidos y orientación específicos para determinar las formas de discriminación.

Figura 10. Textura Tripleta-Interseccional: Claudia López.



Fuente: elaboración propia.

4. Conclusiones

Este artículo se propuso presentar los resultados de un estudio doblemente exploratorio que indaga sobre las relaciones entre prácticas de desinformación y discriminación en el escenario preelectoral en Colombia como antesala de las elecciones presidenciales del 2026 y la operacionalización de dicha relación a través de un modelo metodológico basado en herramientas de las humanidades digitales y el discurso computacional.

Los resultados muestran, en correspondencia con los propósitos planteados, que las prácticas comunicativas de desinformación se orientan intencionalmente a generar daño a hombres y mujeres políticas que son sujeto de falsedades o atribuciones cuestionables produciendo, en muchos casos, hechos de discriminación que responden a ejes de opresión desde una perspectiva interseccional.

La decisión de construir un corpus sobre noticias verificadas permitió tener una mayor certeza y manejo de las unidades de análisis en un campo de difícil captura como el desorden informativo, aportando evidencia que

permite demostrar que este no es neutral y que se encuentra marcado por dimensiones complejas.

Se concluye que las mujeres en política son más impactadas por la desinformación ya que representan el 80% del corpus analizado en comparación con sus pares varones que reciben 20% de afectación. De esto se puede derivar que la desinformación funciona también como un dispositivo de control simbólico y se traduce en violencias de carácter interseccional, ratificando lo que recientemente se ha denominado como desinformación sexualizada:

«la desinformación basada en el hecho de ser mujer se centra en la intersección entre la desinformación y el sexo/género, en la que las mujeres son objeto de un acoso desproporcionado mediante la difusión de contenidos engañosos, adulterados, o falsos tanto sobre ellas como sobre temas que les interesan. Los datos demuestran que las mujeres somos el objeto de desinformación en mayor medida que los hombres» (Queralt, 2023, p. 1595).

Es posible detectar que cuando la discriminación se precisa en sus formas y contenido, a través de ejes interseccionales, se hacen visibles las diferencias marcadas por la desigualdad y por formas de opresión múltiples, pero también se evidencia que, aunque efectivamente todos los actores políticos son víctimas de prácticas desinformativas, no todos resultan sujetos de discriminación.

En el caso de los hombres, los procesos de desinformación parecen operar en el plano del decir, la desinformación intencional recae sobre sus discursos, declaraciones públicas y su desempeño, pero no se captaron afectaciones sobre su cuerpo y su subjetividad. Los datos construidos revelan que los ataques contra varones se dirigen a «lo que se dice» principalmente, lo que apunta al objetivo de disminuir la confianza o la credibilidad discursiva, mientras que los ataques que apuntan a la imbricación entre «lo que se hace» y «lo que se es», que recaen especialmente sobre las mujeres, pueden reactivar y amplificar estructuras históricas de opresión basadas en el racismo, el androcentrismo y el heterosexismo cuando se ubican en el extremo subordinado de los ejes de opresión. Esta importante diferencia que se intuye en la exploración, debe ser ampliada y profundizada con estudios cualitativos, porque afecta a la democracia de manera directa si se entiende que uno de sus efectos es disuadir a las mujeres de mantenerse en una contienda electoral e, incluso, en el escenario político.

En cuanto a la exploración metodológica, se pudo reconocer la potencialidad que tiene el uso de un lenguaje computacional como Python articulado mediante herramientas de inteligencia artificial integradas para la creación de diccionarios léxicos capaces de procesar volúmenes importantes de información (105 artículos y 1.895 párrafos) permitiendo reducir la dispersión informativa y operacionalizar categorías complejas con coordenadas ideológicas y perfiles situados. Se concluye que es viable la configuración de un modelo en el que se crucen variables cualitativas complejas como la triplete discursiva y los ejes interseccionales mediante lógicas de normalización léxica por longitud de párrafo.

Sin embargo, se encontraron limitaciones como la dificultad para reconocer el sujeto sobre el que recae el daño claramente o para captar sesgos y elementos que dan cuenta de dimensiones sutiles del lenguaje, como las expresiones contextuales o la ironía, llevando a interpretaciones erróneas como la de catalogar la expresión «señora» bajo el eje del edadismo cuando se refería en dicho caso específico al eje del clasismo. Como este, se identificaron varios errores y sesgos en el ejercicio complementario realizado con la base hemerográfica de las noticias y el contraste cualitativo, que no se presentan en este artículo, pero dan cuenta de las debilidades de las herramientas automatizadas frente al análisis crítico que aportan los investigadores en procesos de análisis e interpretación directa. Próximos estudios permitirán ajustar el proceso técnico para mejorar la detección de la fuente y direccionalidad del daño y captar con mayor precisión las especificidades del lenguaje figurado. Así mismo, se deberán incorporar procesos de análisis cualitativo de discurso y/o contenido que permitan evaluar errores previos y reconocer posibles sesgos de género que son propios de las dinámicas *fact-checking*, así como profundizar en la comprensión del fenómeno. Concluimos que es fundamental continuar perfeccionando el modelo dando cuenta de la trazabilidad del proceso e incluirlo en diseños mixtos que permitan enriquecerlo con técnicas de investigación cualitativa.

Finalmente, se concluye que las tendencias de noticias verificadas en contextos pre-electorales permiten evidenciar un patrón de crecimiento conforme se acercan las elecciones, toda vez que el rastreo se realizó desde el 2020, lo que permite establecer con un nivel de certeza alto, mas no absoluto, que, en la medida en que las elecciones se aproximen, el nivel de desinformación y hostilidad tendrá un aumento, profundizando procesos discriminatorios. De cara a los desafíos que plantean los procesos electorales, una apuesta como la que se presenta tiene un gran potencial para captar un fenómeno tan complejo como la discriminación producida mediante procesos de desinformación que afectan directamente a la sostenibilidad democrática. Además, el estudio constituye un camino esperanzador en la producción de conocimiento en torno a las violencias contra mujeres en política trascendiendo los estudios de nicho, que suelen ser desestimados y favoreciendo acciones que transformen favorablemente procesos de desigualdad, discriminación y debilitamiento de nuestra cultura política.

Declaración sobre el uso de inteligencia artificial

Durante la preparación de este trabajo, Los autores utilizaron NotebookLM, para el rastreo de tendencias y patrones en cuerpos textuales, así mismo se empleo ChatGPT para la construcción de diccionarios contextuales en el corpus de análisis para su acoplamiento a códigos Python de minería textual. Tras su uso los autores revisaron y editaron los contenidos, asumiendo plena responsabilidad por el contenido del artículo.

Referencias bibliográficas

- Abrams, J.; Tabaac, A.; Jung, S.; y Else-Quest, N. (2020): «Considerations for employing intersectionality in qualitative health research». *Social Science & Medicine*, (258): 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2020.11313>
- Al-Rawi, A.; Ackah, B. B. B.; Chun, W. H. K. (2023): «The Intersectionality of Twitter Responses to Black Canadian Politicians». *Social Media + Society*, 9(1). <http://dx.doi.org/10.1177/20563051231157290>
- Arnoud, T. C. J.; Chotgues, J. O.; Marques, S. S., y Habigzang, L. F. (2023): «Intersectionality theory, challenges for empirical research and contributions to psychology». *Paidéia*, 33 (e3327): 1-7. <https://doi.org/10.1590/1982-4327e3327>
- Aruguete, N. (2025): «Matar al mensajero. Polarización afectiva y fact-checking en redes sociales». En M. Dagatti y M. Mena-Young: *La circulación de la información y la verdad. Claves para su abordaje*. CLACSO, pp. 141-165.
- Bauer, N. M.; Barnes, K.; Dukes, E.; y Williams, L. (2024): «Gendered Differences in Fundraising Appeals Among Congressional Candidates». *Journal of Political Marketing*. <http://dx.doi.org/10.1080/15377857.2024.2407105>
- Bauer, N. M. M.; y Cargile, I. A. M. (2023): «Women Get the Job Done: Differences in Constituent Communication from Female and Male Lawmakers». *Politics & Gender*, 19(4): 1110-1133. <http://dx.doi.org/10.1017/S1743923X23000259>
- Brown, N.; Clark, C.; Mahoney, A.; Siow, O.; y Strawbridge, M. (2024): «Intersectional Identity and Representative Politics». *Politics & Gender*, 20(3): 727-733. <http://dx.doi.org/10.1017/S1743923X24000199>
- Castro Azevedo Jr., A. (2023): «Fake news e as eleições brasileiras de 2018: o uso da desinformação como estratégia de comunicação eleitoral». *Más Poder Local*, (44): 81-108. Recuperado a partir de <https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/fake-news-eleicoes-brasileiras-2018-mpl44>
- Centro Carter (2022): «Analizando las Elecciones Presidenciales de Colombia 2022» (en línea). https://www.cartercenter.org/resources/pdfs/news/peace_publications/election_reports/colombia-expert-mission-report-2022-spanish.pdf (Último acceso 20 de mayo de 2026).
- Collins, P. H. (1989): «The Social Construction of Black Feminist Thought». *Sings*, 14(4): 745-773.
- Collins, P. H.; da Silva, E. C. G.; Ergun, E. *et al.* (2021): «Intersectionality as Critical Social Theory». *Contemporary Political Theory*, 20: 690-725. <https://doi-org.basesbiblioteca.uexternado.edu.co/10.1057/s41296-021-00490-0>
- Fabbri, G. (2022): «Intersectional activism on social media: Anti-racist and feminist strategies in the digital space». *Journal of Postcolonial Writing*, 58(5): 713-728. <https://doi.org/10.1080/17449855.2022.2111223>
- Farnese, P.; Garcia, J. M.; Fernandes, C. M., y Demuru, P. (2023): «Discursive contradictions about women in the political context of five Brazilian states». *Ámbitos*, 61. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2023.i61.03>
- Grover, R., y Kuo, R. (2023): «Destabilizing Race in Political Communication: Social Movements as Sites of Political Imagination». *Political Communication*, 40(4): 484-503. <https://doi.org/10.1080/10584609.2023.2198986>
- Guarumo (2025): «Encuesta Percepción País - Posibles Candidatos Julio 2025» (en línea). https://836f83d8-9b42-49a6-9099-7b3c280794b2.usfiles.com/ugd/484ec3_f3dd83afcb414ce6a480aa0011ddeff9.pdf (Último acceso 20 de mayo de 2026).

- Hannouch, B., y Milstein, T. (2025): «Activating Ecocentrism: How Young Women Environmental Activists Produce Identity on Instagram». *Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture*, 19(2): 198-217. <https://doi.org/10.1080/17524032.2024.2376697>
- Janusz, A. (2023): «The electoral consequences of racial fluidity». *Electoral Studies*, 82. <http://dx.doi.org/10.1016/j.electstud.2023.102597>
- Klinger, U. (2024): «Political Communication in Challenging Times». *Political Communication*, 41(5): 866-869. <http://dx.doi.org/10.1080/10584609.2024.2395084>
- Kreiss, D.; Lawrence, R. G., y McGregor, S. C. (2024): «Trump Goes to Tulsa on Juneteenth: Placing the Study of Identity, Social Groups, and Power at the Center of Political Communication Research». *Political Communication*, 41(5): 845-856.
- Krook, M. L., y Restrepo Sanín, J. (2016): «Violencia contra las mujeres en política. En defensa del concepto». *Política y Gobierno*, 23(2): 459-490.
- Kruijver, K.; Finlayson, N.; Cadet, B. y Van der Meer, S. (2025): «The disinformation lifecycle: an integrated understanding of its creation, spread and effects». *Discover Global Society*, 3(58). <https://link.springer.com/article/10.1007/s44282-025-00194-5>
- La Barbera, M.; Cassain, L., y Caravantes, P. (2023): «The discursive construction of intersectionality in public policy implementation». *Critical Discourse Studies*, 21(5): 555-572. <https://doi.org/10.1080/17405904.2023.2228937>
- Loenen, T. (2024): «Intersectional Discrimination». En T. Loenen: *The Conceptualization of Equality and Non-discrimination as Legal Standards*. Brill, pp. 221-247. https://doi.org/10.1163/9789004538368_009
- MOE, Misión de Observación Electoral (2023): *Informe sobre violencia contra mujeres y resultados electorales. Elecciones locales 2023* (en línea). https://www.moe.org.co/wp-content/uploads/2023/11/Informe-MOE_Violencia-politica-y-resultados-elecciones-mujeres-2023.pdf (Último acceso 20 de octubre de 2025).
- NIMD, National Democratic Institute (2019): *Interventions To End Online Violence Against Women In Politics* (en línea). <https://www.ndi.org/publications/interventions-end-online-violence-against-women-politics> (Último acceso 20 de octubre de 2025).
- Orchard, X.; Saldaña, M.; Pavez, I., y Lagos, C. (2023): «‘Does she know how to read?’ An intersectional perspective to explore Twitter users’ portrayal of women Mapuche leaders». *Information, Communication & Society*, 26(13): 2554-2574. <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2023.2252895>
- Poch-Butler, S. L.; Marcos, R. G.; Salom, B. V., y De la Calle Velasco, G. (2025): «Fact-checking en procesos electorales y campaña permanente. Un análisis comparado entre España y Portugal». *Revista Latina de Comunicación Social*, (83): 30.
- Poku, B.; Hunt, L.; Pilnick, A.; Arkin, K.; Evans, C.; Pulsford, E., y Kirk, S. (2025): «Children and young people at the intersection of chronic illness and migration: a scoping review». *BMC Global and Public Health*, 3(1). <https://bmcbglobalpublichealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s44263-025-00131-3>
- Queralt Jiménez, A. (2023) «Desinformación por razón de sexo y redes sociales Gendered disinformation and social networks». *International Journal of Constitutional Law*, 21(5): 1589-1619. <https://doi.org/10.1093/icon/moad094>
- Restrepo, C. (2024): «Redes sociales y participación política en las elecciones presidenciales de 2022 en Colombia». *Análisis Político*, (106): 133-164. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/anpol/article/view/111058/89824>

- Restrepo Echavarría, N., y Piedrahita Bustamante, P. (2021): «La cultura política y elecciones en Colombia, entre el clientelismo y la crisis de la democracia». *Revista Más Poder Local*, (44): 109-123. <https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/cultura-politica-clientelismo-elecciones-colombia-mpl44>
- Rodríguez-Hidalgo, C.; Herrero, J., y Aguaded-Gómez, I. (2021): «La verificación periodística frente a la mentira en los procesos electorales de Ecuador y España». *Universitas-XXI: Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (34): 41-62. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S1390-86342021000100041&script=sci_arttext
- Sánchez, C. L.; García, C. V., y Japa, J. M. S. (2022): «Interseccionalidad: la discriminación múltiple desde una perspectiva de género». *Revista Crítica de la Historia de las Relaciones Laborales y de la Política Social*, (14): 71-81. <https://revistasdederecho.com/interseccionalidad-la-discriminacion-multiple-desde-una-perspectiva-de-genero-rchrlps/>
- Santia, M., y Bauer, N. M. (2023): «The Intersection of Candidate Gender and Ethnicity: How Voters Respond to Campaign Messages from Latinas». *International Journal of Press-Politics*, 28(4): 975-994. <http://dx.doi.org/10.1177/19401612211072697>
- Santia, M.; Bauer, N. M., y Gonzalez, S. (2025): «Harnessing the Power of Emotions: How Women of Color Use Emotional Appeals in Their Campaign Messages». *Political Research Quarterly*, 78(1): 401- 414. <http://dx.doi.org/10.1177/10659129241303449>
- Shu, K.; Wang, S.; Lee, D., y Liu, H. (2020): «Mining Disinformation and Fake News: Concepts, Methods, and Recent Advancements». En K. Shu; S. Wang; D. Lee y H. Liu: *Disinformation, Misinformation, and Fake News in Social Media*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-42699-6>
- Suárez González, M. T.; Suárez Jaramillo, J., y Nieto, A. (2025): «Discursos disruptivos y agendas afectivas: una mirada a la producción de culpables y de racismo desde el sentido común en la campaña electoral en Colombia en 2022». *Discurso & Sociedad*, 19(2): 453-496.
- Unión Europea (2018): «A multi-dimensional approach to disinformation – Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation» (en línea). Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2759/739290> (Último acceso 10 de octubre de 2025).
- Viveros, M. (2023): *Interseccionalidad. Giro decolonial y comunitario*. CLACSO.
- Waisbord, S. (2025): «¿Qué sabemos sobre desinformación y acciones para contrarrestar la desinformación? En M. Dagatti, y M. Mena-Young: *La circulación de la información y la verdad. Claves para su abordaje*. CLACSO, pp. 21-52.
- Wardle, C., y Derakshan, H. (2017): *Information disorder toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Estrasburgo: Council of Europe.
- Weßel, M., y Gerhards, S. M. (2023): «Discrimination is always intersectional. Understanding structural racism and teaching intersectionality in medical education in Germany». *BMC Medical Education*, 23(399). <https://doi.org/10.1186/s12909-023-04386-3>



©Derechos del autor o autores. Creative Commons License. Este artículo está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.
©Copyright of the author or authors. Creative Commons License. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.

The Evolution of Political Power Elites in Colombia: A Comparative Analysis of Three Campaign Personas in the Early 2026 Presidential Race

La evolución de las élites políticas en Colombia: un análisis comparativo de tres perfiles de campaña en la etapa inicial de la contienda presidencial de 2026



Catalina Uribe Rincón
Universidad de los Andes, Colombia.
ca-uribe@uniandes.edu.co
X: @catalina_uribe
ORCID: 0009-0003-7227-9485



Angie K. González G.
Universidad Externado de Colombia.
angie.gonzalez@uexternado.edu.co
X: @Angiek_gg
ORCID: 0000-0002-3248-9256



Omar Rincón
Universidad de los Andes, Colombia.
orincon@uniandes.edu.co
ORCID: 0000-0002-8690-2253

Cómo citar el artículo

Uribe Rincón, Catalina; González G., Angie K.; y Rincón, Omar (2026): «The Evolution of Political Power Elites in Colombia: A Comparative Analysis of Three Campaign Personas in the Early 2026 Presidential Race». *Revista Más Poder Local*, 65: 59-79. DOI: 10.56151/maspoderlocal.365

Abstract

This article examines how leading candidates claim political leadership in Colombia's 2026 presidential race, a contest unfolding amid profound transformations in the country's elite structures, media dynamics, and ideological configurations. Building on the November 2025 *Cifras y Conceptos* survey, which identifies Iván Cepeda, Abelardo de la Espriella, and Sergio Fajardo as the leading candidates across the left-right-center spectrum, we analyze how each figure was publicly positioning himself during an early stage of the 2026 electoral cycle. Using an elite-analysis framework composed of four dimensions –persona and narrative, politics and ideology, media and digital performance, and class and background– we document the ways in which these candidates build on biography, symbolic authority, ideological positioning, and social class origins in order to generate legitimacy and appeal. The study draws on contemporary literature in political communication, leadership studies, and political psychology to situate these political profiles within broader scholarly debates on the evolution of elites and the mediatization of politics.

Keywords

Colombian elections; political leadership; narrative construction; media; spectacle.

Resumen

Este artículo analiza cómo los tres principales candidatos presidenciales en Colombia construyen y proyectan su liderazgo político en la etapa inicial de la contienda electoral de 2026. Se trata de una elección que empieza a configurarse en un contexto de cambios profundos en las élites políticas del país, en las dinámicas de comunicación pública y en los alineamientos ideológicos. A partir de la encuesta de noviembre de 2025 de Cifras y Conceptos, que ubica a Iván Cepeda, Abelardo de la Espriella y Sergio Fajardo como figuras líderes dentro del espectro izquierda–derecha–centro, el artículo examina la manera en que cada uno buscó posicionarse públicamente en una fase temprana del ciclo electoral. Para ello, se emplea un marco de análisis de élites organizado en cuatro dimensiones: persona y narrativa, política e ideología, desempeño mediático y digital, y clase y trayectoria social. El análisis muestra cómo estos candidatos recurren a su biografía, a distintas formas de autoridad simbólica, a su ubicación ideológica y a sus orígenes o trayectorias de clase para construir legitimidad y generar conexión con distintos sectores del electorado. El estudio se apoya en literatura reciente sobre comunicación política, liderazgo y psicología política, con el propósito de situar estos perfiles dentro de debates más amplios sobre la transformación de las élites y la creciente mediatización de la política.

Palabras clave

Elecciones colombianas; liderazgo político; construcción narrativa; medios; espectáculo.

1. Introduction

Over the past two decades, Colombian politics has undergone a profound transformation characterized by the rise of charismatic leadership and the gradual erosion of party-centered political mediation (Botero, 2011). This shift reflects a broader reconfiguration of political elites, moving away from “old money” bourgeois traditions grounded in generational privilege, institutional authority, and legacy media power, toward new elite formations shaped by digital capitalism, personalization, and the logic of spectacle –what may be described as forms of “Yo-pitalismo”¹ (Sibilia, 2024). In this context, political attention increasingly responds to visibility, affect, and market-oriented narratives, and not to programmatic coherence and institutionalized democratic practices. While this Colombian transformation aligns with global trends observed in the cases of Javier Milei in Argentina, Donald Trump in the United States, and Nayib Bukele in El Salvador, it is rooted in a specific context with a persistent traditionalist cultural framework based on religion, nation, and family.

Until the late twentieth century, Colombia was historically marked by persistent everyday violence and a highly exclusionary political and media system dominated by traditional elites based in its capital, Bogotá. Political power operated through tacit agreements among economic, political, and media elites, whose primary objective was the preservation of the status quo. These elites –largely educated in national and international elite institutions– exercised authority through modernist, technocratic, and media-based forms of legitimacy. However, the transition to the twenty-first century has disrupted this kind of equilibrium. The signing of the peace treaty between the government and the Revolutionary Armed Forces of Colombia–People’s Army (FARC-EP) in 2016, shifts in class-based power relations, and the expansion of digital platforms have transformed the public sphere, accelerating processes of globalization, post-truth dynamics, and the circulation of disinformation. As a result, traditional media and bourgeois elites have experienced a significant erosion of symbolic authority and political influence (Gómez Buendía, 2026; González, 2026).

This transformation has unfolded unevenly across successive administrations. The government of Álvaro Uribe Vélez (2002-2010), elected under the *Primero Colombia* movement, marked an early rupture by repositioning rural Colombia and land-owning elites at the center of political power.² Uribe’s leadership style foregrounded authoritarian pragmatism, moral conservatism, and a rural ethos centered on discipline, productivity, patriotism, and religious values. While initially perceived by traditional urban elites and mainstream media as vulgar or unsophisticated, this “folksy” performance was ultimately tolerated –and even legitimized– because it safeguarded existing economic privileges and preserved elite interests.

1. A neologism describing a form of subjectivity associated with contemporary capitalism centered on the primacy of the self as a measure of success, happiness, and social value and on the exaltation of individual achievement over notions of collective wellbeing (Rincón, 2025: 12).

2. Álvaro Uribe Vélez’s political trajectory spans multiple party affiliations. He began his career within the Colombian Liberal Party, later ran for the presidency as an independent under the *Primero Colombia* movement (2002-2010), and subsequently founded the Centro Democrático party in 2013, which became the main political vehicle of Uribism after his presidency.

The subsequent administration of Juan Manuel Santos (2010-2018) represented a partial restoration of traditional elite dominance. Although initially aligned with his predecessor's politics, "Uribismo", Santos's decision to pursue and sign the peace agreement marked a political and symbolic break with the rural-authoritarian bloc. His leadership style reinstated cosmopolitan manners, technocratic governance, and close alignment with traditional media and international elites. This return to aesthetic and cultural distinctions was celebrated by bourgeois sectors as a recovery of elite decorum and global respectability, even as it led to polarization with Uribe's political base.

The administration of Iván Duque (2018-2022) consolidated the rise of a new elite configuration grounded in managerial rationality, digital aesthetics, and consumption-driven legitimacy. Duque's technocratic discourse, corporate style, and emphasis on neutrality appealed to both traditional bourgeois elites and emerging capitalist sectors. His leadership embodied a depoliticized, market-friendly vision of governance in which culture, historical memory, and social conflict were subordinated to efficiency, branding, and capital accumulation –hallmarks of "new money" political power.

The election of Gustavo Petro marked the most disruptive shift in this trajectory. Petro's administration (2022-2026) represents a significant transformation in the symbolic dimensions of political power, particularly in terms of class, race, gender, and aesthetic representation. With the win of the *Pacto Histórico* (Historic Pact), Francia Márquez became the first Afro-Colombian vice-president of the country. Alongside Márquez –a Black, working-class woman– popular, Afro-Colombian, indigenous, and mestizo identities, historically excluded social groups, gained access to national leadership. This symbolic reconfiguration generated fierce resistance among bourgeois sectors, rural landowning elites, and segments of the traditional media aligned with dominant economic interests, contributing to a new phase of national political tension (Cepeda, 2022).³

Public controversies surrounding Petro's leadership style –such as his rejection of formal dress codes, the informal appearance of cabinet members at elite spaces, or the performative cultural expressions of the First Lady, Verónica Alcocer– have been recurrently framed by traditional media as breaches of protocol or threats to Colombia's international image. While often dismissed as superficial, these debates are analytically revealing. They expose deeper struggles over class, taste, legitimacy, and symbolic power, highlighting the destabilization of long-standing aesthetic hierarchies within Colombian political culture.

Importantly, despite campaign promises of structural political transformation, Petro's governance practices largely reproduce conventional patterns of patronage and elite circulation. The most substantive development introduced by his administration lies not in institutional reform, but in the

3. Here the term symbolic is used to refer to changes in political discourse, moral framing, and the public representation of state authority associated with Petro's project, rather than to immediate or fully implemented structural economic reforms. The expression dominant economic interests is understood to denote sectors traditionally associated with financial capital, agro-industrial landownership, extractive industries, and their affiliated media actors.

redefinition of who embodies power and how power is publicly performed. Through symbolic provocation and aesthetic disruption, Petro's government has rendered visible entrenched forms of classism, racism, and gendered scrutiny within Colombian public discourse –particularly in media reactions to the visibility and agency of women such as Francia Márquez, Verónica Alcocer, and former minister, Irene Vélez.

In contemporary Colombia, political power is no longer monopolized by parties and legacy media but is increasingly mediated through digital networks, spectacle-driven communication, and socially marked leadership styles. This is why the guiding question of this work is the following: What kind of class or elite transformations are visible within the narrative and symbolic repertoires displayed by De la Espriella, Cepeda, and Fajardo in the context of the presidential race of 2026? This question does not pretend to establish a prediction about the electoral viability of the candidates, but to analyze three different repertoires of public construction of leadership in an early phase of the presidential campaign. In this sense, the cases should be understood as analytical windows serving to observe the diversification of the Colombian political elites, more than as a definitive or exhaustive sample of the 2026 electoral field.

Within this context, this article examines how the presidential campaign for the 2026-2030 administration is taking shape, with particular attention to the construction of candidate styles in the public sphere. In this sense, the goal of this article is to analyze the construction and legitimization of the political leadership of Abelardo De la Espriella, Iván Cepeda, and Sergio Fajardo in the Colombian presidential election of 2026 in relation to social class and its positioning within the elites, examining how their communicational styles express a class position from which they articulate identity, strategic positioning, and social origin by means of the dimensions of narrative, ideology, digital performance, and class. Specifically, this article tries (1) to identify the way in which each candidate constructs a recognizable persona; (2) to compare the narrative, ideological, media, and class resources they employ in order to claim legitimacy; and (3) to show how these repertoires express greater transformations in the contemporary forms of political elite in Colombia.

2. Academic Framework: Political Elites and Their Transformation in the Society of Spectacle

Two premises make up our starting point. The first one is that social class is the most important historical determinant of power and politics in Colombia. What we have seen in the XXIst century is the transformation of political elites, shifting from private legacy to public actuation. While traditional elites held political significance by means of hereditary criteria such as generation of richness, class, surnames, properties, education, and political parties whose main role was to maintain social privileges and the control of power, in the XXIst century, with the decline of political parties and the personalization of politics (Gutiérrez Sanín, 2021), political power is built up by means

of public exhibition and digital and media visibility. In this way, power is no longer inherited, it is constructed in public (Casas Santamaría, 2024; Garay & Salcedo-Albarrán, 2018).

This lies in sharp contrast with what happened in the XXth century. For example, it was during that period that the so-called National Front (1956-1974) managed to establish an elite agreement in order to maintain power and privileges by means of politics (Henderson, 2026), and it was only with the introduction of drug trafficking, during the government of Ernesto Samper (1994-1998) that the morale of the elite was broken down. It was in that moment that political power opened up to the regional elites of people like Uribe and Duque (Pearce & Velasco, 2026) and to new social leaderships, such as those of Petro and Francia Márquez (Gómez Buendía, 2026).

In the face of this, authors such as Jenny Pearce and Juan David Velasco (2026) have posed the existence of a “constellation of elites” within the country, where power no longer lies in a single group, but in an interconnected network that includes different political, judicial, oligarchic, and technocratic elites. This means that Colombia should be understood less as a paradox than as a singular country where the architecture of power had been shaped until very recently (before the government of Petro) by a class consensus that supported without objection a certain kind of orthodox economy and the efficiency of the private above the public, and that upheld some dominant and unquestionable class principles and agreements.

In this way, it is possible to understand the evolution of the Colombian political elites by means of Pierre Bourdieu’s concept of “dominant groups” (2007). Bourdieu is clear in affirming that political elites not only hold control of power and resources, they are also capable of configuring the criteria of social value that allow for their reproduction and sustainability. This capacity expresses itself as symbolic violence, as the elites are capable of imposing meanings that are accepted as something “natural”. Gramsci (1975) proposed a similar idea when trying to explain how consensus is constructed, something he calls “cultural hegemony” and which he defines as the capacity of a given class to impose its world view, in such a way that it ends up being assumed as common sense. These ideas allow us to understand how contemporary elites have managed their criteria to operate as common sense and how, as in the Colombian case, those same elites have sealed deals to “maintain the order”.

Our second premise has to do with the transformation of elites within the context of a new kind of society and with the forms of making politics that this society has introduced. In order to understand this transformation we make use of Guy Debord’s concept of “the society of the spectacle” (1967), as politicians have become subjects whose legitimacy and power are at stake within a space made up by media and digital performance and seduction. Politics in the XXIst century has been completely subordinated to this new logic; in our days, political success is no longer determined by programmatic coherence or by class affiliation, but by the capacity of generating a mediatic, digital, and cultural “buzz”. Making politics today means pretty much struggling to become a “digital celebrity”. The truth of this lies in the fact that, within the actual mediatic and fragmented ecosystem, legitimacy is not only established by political parties and traditional power, but also by digital per-

formance. We live in a context in which digital platforms are no longer mere communication tools, but also settings and environments that define who is visible and who is persuasive. In this environment, people that do not belong to the elites have become active agents of novel transformations. More than ever before, digital platforms promote and make visible a plurality of new voices and agendas that are not part of the traditional forms of power. These are voices that carry with them new ideas, identities, and aesthetics that seek to have a say within the conversation and, above all, are trying “to change the order”. This new logic constructs a society of spectacle in which traditional elites are faced with transformation, and it is here where we find new types of political leaders, more mixed up, hybrid, and fluid, that are trying to adapt or readapt to the new political situation.

It is here where another key concept appears in order to acquire a full comprehension of this society of the spectacle we are referring to: the politainment. This concept is the product of postmodernist studies, as well as of the rise of entertainment and consumerism in modern society; it allows us to understand the figure of the politician as a new kind of celebrity (Schultz, 2001; Berrocal *et al.*, 2014). From this point of view, politics and the political are understood under a logic of information entertainment (Baum, 2005), in which complex political ideas are sought to be digestible by ordinary citizens. Under this new logic, candidates are not only trying to expose their proposals or to present an ideological and political agenda; they are trying to assemble themselves as agreeable personae looking to resonate with the cultural mood of the moment. We live in a system where visibility has become the principal source of credibility in a fragmented mediatic ecosystem (Capano *et al.*, 2023).

By adopting this lens, our analysis examines how the candidates in the Colombian political campaign construct a story about who they are, the values they embody, and how narrative coherence—expressed through personal history, emotional tone, and stylistic presentation—enables them to mobilize followers, differentiate themselves from opponents, and generate symbolic credibility within a fragmented media and political landscape. The articulation of these concepts allows to understand how the Colombian political elites are not only communicating their proposals for the year 2026, but how they are becoming mediatic personae in order to survive in a digital ecosystem.

3. Material and Methods

The selection of the political figures analyzed in this article is grounded in one of the most recent public opinion data available.⁴ According to the No-

4. The selection of the three cases responds to the moment of closure of the empirical corpus of this article, fixed on the 30 of November of 2025. In this moment, the polymetric poll of Cifras y Conceptos, published on the 5 of November of the same year, positioned Sergio Fajardo, Iván Cepeda, and Abelardo De la Espriella as prominent figures within the center, left, and right political blocs, respectively. This selection is not trying to predict the electoral results, but rather to analyze three differentiated repertoires of construction of political leadership in an early phase of the campaign. Later on, the competition was reshaped: on March 8 of 2026, Paloma Valencia won the Gran Consulta por Colombia with more than 3.2 million votes and, in later measurings, established herself in a central place within the right-wing vote dispute. This change of the electoral scenario is duly recognized as a temporal limitation of the present study and confirms the shifting character of the political field being analyzed”.

vember 2025 survey conducted by the firm *Cifras y Conceptos*, 45% of Colombian citizens identify themselves as centrist, 32% as right-wing, and 22% as left-wing, while President Gustavo Petro’s approval ratings reach 44%. Within this landscape, the survey identifies a competitive trio representing the ideological spectrum of current presidential candidates: Abelardo de la Espriella for the right, Iván Cepeda for the left, and Sergio Fajardo for the center. These three candidates have positioned themselves and show the highest probability of advancing to the presidency. Therefore, they constitute relevant strategic cases for an analysis of political persona, narrative construction, and communication style in the current electoral cycle.

As it has already been mentioned, this work seeks to answer the question regarding the type of class or elite transformations that are visible in the narrative and symbolic repertoires displayed by De la Espriella, Cepeda, and Fajardo, within the context of the 2026 presidential race. The corpus was constructed as an intentional and comparative sample of the materials produced by the candidates or their campaigns during the period between October 1 and November 30 of 2025. In total, 30 communication pieces were reviewed for each candidate, allowing for a balanced comparison of their campaign narratives, visual strategies, and key messages. Three types of sources were taken into consideration for each candidate: 1) biographies and official profiles published on the campaigns’ web pages or in institutional platforms; 2) official audiovisual material distributed in social media or in the digital channels of the campaigns; and 3) public interventions or interviews used as contextual material helping to interpret a presentation strategy already visible in official sources. The focus of the analysis was not the vote intention of the electorate, but the public construction of a political persona: this is, the ways in which each candidate organizes his biography, his ideological position, his mediatic resources, and his class marks in order to claim legitimacy in the electoral field.

Table I. Analytical Dimensions of the Present Study.

Dimension	Observable Indicators	Minimal Evidence per Candidate
Persona and Narrative	Biographical narration, emotional tone, figure of leadership, personal metaphors, scenes or origin	Official profile + campaign material
Politics and Ideology	Prioritized problems, enemies/allies, vision of the State, moral language, key proposals	Discourses, proposals, or programmatic interviews
Media and Digital Performance	Formats employed, appellation to virality, sense of humor, spectacle, testimonial, use of platforms	Publications, videos, or digital material
Class and Background	Education, family trajectory, cultural capital, public aesthetics, relationship with the elites, marks of distinction or austerity	Official biography + journalist or academic sources

The revision of the material was done by means of four analytical dimensions defined by four different variables: 1) persona and narrative; 2) politics and ideology; 3) media and digital performance, and 4) class and background. These dimensions allow for a multidimensional understanding of political actors, enabling us to move beyond surface-level campaign messaging

toward a structural reading of how candidates articulate identity, meaning, and strategic positioning. By focusing on candidates at the top of the electoral race, the framework is applied to individuals who are simultaneously shaping and reacting to the national political climate.

The revision was conducted by three coders and the analysis was done by means of a directed qualitative codification, following the principles of the qualitative analysis of content, in which the categories were previously defined using the theoretical framework and then were systematically applied to the empirical corpus (Krippendorff, 2019). The four dimensions were theoretically defined before the reading of the corpus, and then textual, visual, and biographical examples were registered in order to compare the three cases.

The category “Persona and Narrative” captures the ways in which political actors construct, perform, and sustain a coherent public identity through biography, symbolic cues, and narrative strategies. Contemporary research in political communication shows that leaders do not simply present policy positions; they embody a story about who they are, the values they represent, and how their personal trajectory legitimizes their political claims (Rincón *et al.*, 2025).

The category “Politics and Ideology” focuses on how candidates position themselves within the ideological landscape and articulate normative visions of society, governance, and the role of the state. Rather than treating ideology as a fixed doctrinal package, this category examines how political ideas are selectively mobilized, simplified, or reframed in order to resonate with specific audiences, tensions, and historical narratives, particularly in contexts where ideological boundaries are fluid and mediated through emotional and symbolic appeals. This category responds to the comprehension of ideology as a communicative resource that helps to mobilize support in specific subjects (Stiller, 2009), where a politician uses discursive materials and ideas in order to legitimize solutions of public policy.

“Media and Digital Performance” details the dynamics of a hybrid media environment in which political identities are continuously produced, contested, and amplified (Ariel & Elishar, 2025). Including this category is essential because hybrid media systems now constitute a central arena for the construction of political leadership. As Ariel and Elishar’s application of the technology hype cycle to political communication demonstrates, digital platforms operate not merely as instruments for political messaging but as evolving socio-technical environments that shape visibility, persuasion, and the production of legitimacy.

Finally, the category “Class and Background” situates candidates within the socio-historical trajectories that shape their political identities and sources of legitimacy. Research by Hoyt & DeShields (2021) demonstrates that cues related to social class origins significantly influence how citizens perceive political leaders’ warmth, ideological positioning, and overall evaluation. From this perspective, class background is not merely a biographical attribute but a central symbolic resource that can either narrow or widen the perceived distance between political elites and the electorate. Accordingly, this category examines how the candidates’ educational trajectories, family

histories, economic origins, and experiences of hardship or privilege are mobilized in their self-presentation, and how these elements are translated into claims of authenticity, representational capacity, and moral authority within the electoral arena.

Taken together, the four dimensions mentioned before provide an integrated and conceptually coherent methodological framework to analyze elite political actors in Colombia's polarized, media-saturated, and ideologically fragmented electoral arena. By applying this multidimensional approach to the leading candidates –De la Espriella, Cepeda, and Fajardo– we seek to develop a comparative portrait that illuminates how each figure constructs a politically resonant persona, locates himself within competing ideological fields, navigates hybrid media ecosystems, and leverages class origins as sources of legitimacy. This design enables us to identify not only the substantive differences among the candidates but also the narrative, symbolic, and strategic repertoires they deploy to mobilize distinct segments of the electorate. Ultimately, this methodological structure facilitates an analysis that is both systematic and interpretively sensitive, capturing the biographical, performative, communicative, and structural elements that collectively define contemporary political leadership in Colombia.

4. Results: The Technocratic Professor, the Calm Revolutionary, the Explosive Celebrity

The following section presents the comparative findings organized by candidate and by analytical dimension. The labels used for each candidate are interpretive categories derived from the corpus and should be read as heuristic descriptions of campaign persona, not as normative judgments about the candidates.

4.1. The Explosive Celebrity: Abelardo de la Espriella

Since the 1960s, it has been argued that we inhabit a society of the spectacle (Debord, 1967). In the 21st century spectacle is no longer an option, but an obligation (Ponce & Rincón, 2020). Success is now determined by whoever most effectively evokes media, digital, and cultural buzz (Rincón, 2018). In this context, engaging in politics means striving to be a digital celebrity. For this reason, we have identified three major models of success: Bukele's invocation of moral authority and bold leadership, Trump's hyper-personalized and confrontational style, and Milei's pop-inflected irreverence. With them, we find three macho figures who only listen to their capitalist selves and proclaim infallible success without regard for rights, ideas, decency, or respect. Their motto is: anything to be the center of attention (the talk of the town) and the digital influencer (building followers mobilized for and against them). In the Colombian context, a candidate has emerged who wants to be the voice of God (Bukele), the patriotic provocateur (Trump), and the audacious animal (not the lion, Milei, but the tiger, as he calls himself). He has become a

possibility due to his ability to entertain journalists and is characterized by displaying his capitalist self.

In the Colombian electoral campaign of 2026, the candidate Abelardo De la Espriella articulates recognizable features of these three models of political performance: he calls himself the tiger in order to imitate the lion of Milei, and assumes the same kind of language and ideas of the Argentinian president (to disembowel the leftists, to close up ministries, to charge against public universities, to award the rich); he combines it with the style and look of Bukele (a hygienic, successful, technological, and well-dressed male with impeccable beard that makes promises about gigantic prisons); and he adds the Trump flavor by making up an ode about his economic wisdom and defending criminals on behalf of capitalism (Oquendo, 2026; Lozano, 2026).

Persona and Narrative: A Google search for Abelardo de la Espriella introduces him as a “musical artist”. On the social media LinkedIn, he describes himself as a Colombian-Italian who possesses equal parts of style and intelligence. He has built a prolific career as a lawyer, marked by resounding victories in high-profile national cases, backed by unparalleled expertise. In 2002, he founded the law firm De la Espriella Lawyers, using an English name to project an international image, with offices in Bogotá, Barranquilla, Medellín, and Miami. He himself proclaims it the number one firm in criminal law in Colombia. Throughout his career, according to his profile, Abelardo de la Espriella has skillfully combined professional development with personal passions, such as art, music, journalism, and enjoying a luxurious life.

Blogger Alexander Velásquez (2025) cites the Reframe-IT study, a firm specializing in the analysis of social and political complexity, to say that De La Espriella reflects “emotional exhaustion, the need for order, weariness with politics, fears about security, and the search for simple narratives in a complex country... the typical impulse of the multi-market: bets generate news, news generates bets”. And he affirms that “above all, he is the colorful character that every presidential campaign needs to shed its stiffness, amidst predictable candidates and more of the same”. His promise is the Bukelist security promise that proclaims himself “Steady for the homeland”, with a military salute.

Politics and Ideology: De La Espriella launched his candidacy with an evangelical church performance at the Movistar Arena, one of Bogotá’s main venues for concerts and large-scale entertainment, demonstrating that he owes his success as a new millionaire to God, and that his vision for the country is capitalist, religious, and patriotic. He promises to defend the “good people” (the well-being of “old money” as well as of “new money”) against the “egalitarian” guerrillas and those with bad taste, represented by the current government of Gustavo Petro and Francia Márquez. That is why he celebrates traditional family values, the homeland, property, and calls for the return of political power to God.

Media and Digital Performance: Highly media-savvy, since his greatest attribute as a lawyer is litigating through the media, this figure seeks the presidency representing the showy right wing, in the Trump-Bukele-Milei style marked by punitive security rhetoric, hyper-personalized leadership,

and media spectacle (Fussell, 1983). La Silla Vacía (2026) describes De la Espriella as a campaign spectacle that repeats symbols and slogans, makes an intensive use of artificial intelligence, legitimizes himself as a personal brand of luxury and authority, and is active by means of a network of followers known as “Abelardists”. All this in order to generate digital virality and appeal for the media.

Class and Background: Although he tries to blend in with the upper class, his Caribbean identity and his studies at Sergio Arboleda University, an institution renowned as a stepping stone towards elite circles, define him as a legitimate representative of 21st-century Colombian society, where success is measured by the public exhibition of wealth. He constructs his mediatic identity on the way in which he has managed to ascend from an upper middle class to the social and economic elite of the country. As Milei or Trump or Bukele, he is proof and evidence that it is possible to achieve capitalist success. In this sense, his symbolic value lies on the way in which he presents himself as an ambitious figure of an emergent economic elite, that transforms the exhibition of his private success into a resource of public legitimization. In a more colloquial jargon: he is the hero of the “new money” (Fussell, 1983).

4.2. The Calm Revolutionary: Iván Cepeda

Role Congruity Theory (Eagly & Karau, 2002) offers a valuable lens for understanding how Iván Cepeda Castro’s political persona challenges and redefines dominant expectations of leadership in Colombia. The theory argues that prejudice emerges when there is a perceived mismatch between the traits associated with a social group and those expected of a leadership role. In highly masculinized political cultures –such as those shaped by Colombia’s decades-long armed conflict– leadership is often coded through aggression, confrontation, and public displays of force. Cepeda subverts this model. His figure as “the calm revolutionary”, grounded in composure, moral authority, and methodical rigor, constitutes an alternative form of political masculinity that stands in tension with traditional expectations, yet gains credibility precisely because of its difference. In his speeches, Cepeda defines himself as a “defender of human rights and as worker for peace”, something that contrasts with the language of confrontation that is being proposed from the other ideological shores”.

Cepeda centers his family history and grief into a public commitment to truth and justice. The narrative of a young man who publicly mourned his father and then dedicated his life to defending victims reframes calm as courage, dialogue as strength, and persistence as a form of resistance. These biographical pillars replace traditional performances of authority. This insight does not only highlight Cepeda’s distinct political impact but also connects his case to the broader challenges faced by underrepresented groups, who must navigate similar tensions between personal identity and values, and leadership expectations.

Persona and Narrative: Iván Cepeda Castro’s public narrative is shaped by a rare combination of intellectual depth, personal tragedy, and a steadfast commitment to justice and social equity. He is frequently understood as a po-

litical figure who wields serenity and methodical discipline as instruments of social transformation. This narrative finds its emotional anchor in the assassination of his father, Senator Manuel Cepeda Vargas of the Patriotic Union. The event created a permanent fracture in Cepeda's life story, becoming the origin point to which his biography returns.

This rupture shaped the architecture of his political narrative. Cepeda is seen as a left-wing leader candidate with a Stoic character, who has led a political activism against one of the principal political referents of Colombia, the ex-president Álvaro Uribe, in a country that is hostile toward this kind of leadership (CNN, 2025). In fact, the case against ex-president Uribe has given him the notoriety needed to be elected the candidate that will take on the banners of the present government; it is possible to say that the condemnation of Uribe has both given him the mediatic exposition and created a social movement that has led him to become the favorite candidate of the left-wing faction that he represents.

Politics and Ideology: In the often-acrimonious arena of political debate, Cepeda maintains a disposition of remarkable serenity, a trait that starkly contrasts with the prevailing forms of public discourse. It is exceedingly rare to find documented instances of him raising his voice or employing disrespectful language toward an opponent, even when subjected to personal provocations. This disciplined composure is not merely a matter of temperament but appears to be a deliberate ideological choice, positioning him as a figure of reason and stability in a landscape defined by polarization and heightened emotion.

This commitment to a grounded identity is further reflected in a cultivated image of austerity that permeates both his public appearance and private life. Unlike many political leaders, including some within his own ideological sphere who project an image of polished elegance, he has consistently presented a modest, almost abstinent persona. His preference for simple attire, such as embroidered Mao-collar shirts, and his choice to reside in traditional, unadorned housing, present a powerful statement.

Furthermore, in his speeches one can see a very strongly underlined slogan: social change. Every speech he reads in a public act (he is not a person prone to improvise, he always takes with him his written speeches, something that has become one of the major focuses of critique of the opposition) is centered around the challenges the country has to face in social matters; he usually speaks of the reforms that are needed in order to deepen the undergoing social change and underlies the fact that his opponents do not understand the country because they have not pondered deeply the subject of poverty and the high inequity of Colombia. His speeches are a defense of the social reforms he considers that Colombia needs.

Media and Digital Performance: Cepeda's approach to media engagement is characterized by a deeply traditional and cautious methodology, deliberately avoiding the personality-centered dynamics that dominate the modern information landscape. There are few examples of him participating in long-form interviews with legacy media outlets, and even less material online that adopts the aesthetics and formats native to internet platforms. Instead, his

primary strategy to disseminate information has consistently been through formal press releases issued by the organizations he represents. This strategic choice serves to de-emphasize his persona and instead elevate the collective, a principle so ingrained that he is often seen reading from prepared documents when addressing the media, ensuring the message remains institutional rather than personal.

This established communication doctrine was adapted during his presidential precandidacy within the ruling party coalition. The algorithmic and relational demands of a modern campaign required a subtle but significant pivot towards more personalized content. For the first time, he was featured as the central protagonist, most notably in official campaign photography and more directly in social media posts. This shift, however, was a pragmatic concession. The change highlighted a strategic tension: the need to build a personal brand for a national election while remaining true to an ideology rooted in collective action. While he appeared more frequently in campaign materials, the bulk of his communication assets were dedicated to showcasing testimonials from supporters and endorsements from a wide array of social and political groups. This approach effectively recentralized the “many” over the “one”.

Class and Background: Iván Cepeda’s background is anchored in a formative environment that deliberately paired high-quality intellectual training with an immersion in working-class social worlds. Growing up in a family recognized for its political and pedagogical engagement, his upbringing took place in traditional neighborhoods closely associated with labor movements and community organizing. This biographical fact shaped his political project: he is an intellectual who incorporates communist principles, but whose primary orientation is ethical rather than doctrinal. His political mission is inseparable from his personal history, and this has allowed him to articulate a distinctive identity: one that merges theoretical reflection with empirical knowledge of Colombian problems.

This background explains why Cepeda has emerged as a unifying symbol among various progressive constituencies. Trade unionists, student movements, ethnic and rural organizations, peace signatories, and multiple victims’ groups see in him a figure whose life captures the continuum between personal trauma and collective struggle. His well-known assertion, “*We victims are superior to impunity. We hold the power of truth*” (Cepeda, 2025) is more than rhetoric; it encapsulates the emotional and political logic underpinning his trajectory. It reflects a mode of leadership that is both empathetic and uncompromising, grounded in the belief that the pursuit of justice is not only a legal endeavor but a profound political responsibility. In this sense, his class background, ideological evolution, and experience of victimization are not parallel elements but deeply interwoven foundations of his long-standing political role.

4.3. The Technocratic Professor: Sergio Fajardo

Persona and Narrative: Sergio Fajardo emerges in Colombia's contemporary electoral field as a paradoxical figure: a technocrat from an elite background who nonetheless built his reputation by refusing the traditional elite playbook. This is a case of what Bickerton and Invernizzi Accetti (2021) term *technopopulism*: a form of leadership that blends technocratic claims of expertise and moralized competence with populist appeals to representing the people as a whole, rather than relying on traditional partisan loyalties. This tension echoes Caramani's (2017) distinction between technocratic and populist representation: both claim access to a unified general interest, but technocracy grounds legitimacy in expert responsibility, while populism grounds it in responsiveness to the will of the people. Fajardo's persona is closer to the technocratic pole, emphasizing expertise, administrative competence, and responsible government. In contrast to candidates who rely on spectacle, aggression, or identity-driven polarization, Fajardo cultivates the persona of "the professor", a calm, methodical, and pedagogical leader who frames governing as an exercise in rational problem-solving. His biographical narrative—a mathematician, scholar, public educator—anchors a political identity that draws legitimacy not from charisma or lineage but from cognitive authority, ethical consistency, and a meritocratic ethos.

Unlike the explosive, hyperperformative right candidate Abelardo De la Escribana or the morally charged, historically rooted left candidate Iván Cepeda, Fajardo's narrative foregrounds restraint. He does not raise his voice, amplify outrage, or participate in the moral dramaturgy that defines Colombian political debate. Instead, his public persona emphasizes composure, clarity, and pedagogical explanation. He projects a form of authority grounded in pedagogical clarity, presenting politics as an opportunity to explain, teach, and guide rather than to dominate or inflame. This style aligns him with global figures of technocratic centrism—leaders who invoke expertise as a moral resource—but his narrative is distinctively Colombian: it is grounded in the transformation of Medellín, a city long associated with violence, inequality, and fragmentation (McCoy, 2009).

During his tenure as mayor, the story he told about Medellín—"from fear to hope", "Medellín, the most educated city"—became the story he told about himself. By constructing libraries, cultural centers, and educational infrastructure in marginalized neighborhoods, he converted urban policy into a narrative of civic pedagogy. Through these policies, he enacted a sort of mission-oriented governance: public policy framed as a collective learning project. His rolled-up sleeves, notebooks, and engineering metaphors crystallize a repertoire of leadership that blends civic pedagogy with administrative expertise.

Politics and Ideology: Ideologically, Fajardo occupies the space of the centrist reformer, a position he describes not as moderation but as a principled refusal of polarization. His call for "the politics of decency" (Sánchez, 2025) positions him as a corrective to Colombia's emotionally saturated partisan field, where moral outrage and class-coded resentment dominate political communication. Yet this centrism is double-edged. On the one hand, it appeals to Colombians weary of ideological trench warfare; on the other, it

risks to go unnoticed in a political arena where affect has become a currency of legitimacy.

Fajardo's reformism emphasizes transparency, public ethics, anticorruption commitments, and evidence-based policy. He frames political life as the realm of "doing the homework", "solving problems", and "bringing the best of society to those who have the least" (Ramírez, 2018). This moral-technical hybrid contrasts sharply with the identitarian narratives mobilized by his competitors. While De la Espriella embodies the spectacle-driven right and Cepeda represents a lineage of moral resistance within the left, Fajardo articulates an ideology that rejects both the aesthetics of confrontation and the seduction of ideological purity. His politics are grounded in an epistemic claim: that Colombia needs knowledgeable, orderly, ethical leadership capable of reducing noise and maximizing institutional performance. He rejects the aesthetics of polemics and ideological integrity, embodying instead what Waisbord (2020) describes as post-partisan pragmatism—a style centered on institutional performance rather than on partisan identities.

This epistemic stance also illustrates the structural tension of technocratic centrism in the digital era. A candidate who communicates through reason risks losing visibility in a media ecosystem structured by virality, affect, and outrage. Thus, Fajardo's strength—his decency—can also become his communicative vulnerability. His challenge is not ideological coherence but emotional resonance.

Media and Digital Performance: Among the three leading candidates, Fajardo is the one who most visibly confronts the contradiction between his political ethos and the logic of algorithms. Historically, his media presence avoided personalization and spectacle; his communications mirrored his academic persona—sober, measured, institutional. But the 2026 electoral cycle forced him to adapt. On TikTok and Instagram, he blends explanatory videos on public policy with humorous responses to memes, ironic audio trends, and collaborations with young influencers (Hernández Osorio, 2025). This hybrid performance reveals a strategic attempt to reconcile decency with virality.

The 2025 initial campaign shows, however, that Fajardo is trying not to reproduce his older professorial repertoire. He is attempting to correct a recurrent weakness of his previous campaigns: the difficulty of transforming decency and pedagogy into mobilizing emotion. In some of the interviews, he presented himself as a "new Fajardo", one who has learned from previous defeats and is willing to adopt a sharper tone. Although the term "new majority" appeared in December, after the period covered by the corpus, it helps clarify the direction of Fajardo's campaign strategy. The term refers to an attempt to build an electoral coalition beyond the traditional label of "center", appealing instead to citizens who reject polarization, corruption, and ideological trench warfare. In this sense, it signals an effort to abandon the center as a purely geometric identity, the center as midpoint, and translate it into a broader affective and political identity.

Unlike candidates who weaponize outrage or cultivate celebrity aesthetics, Fajardo experiments with digital humor grounded in self-deprecation.

When mocked online for briefly falling asleep at a political event, he reposted the memes himself and now laughs about the incident, framing it as a moment of collective amusement rather than as a scandal (#HolaSoyDanny, 2025). Similarly, his use of viral audios –such as the melodramatic clip about “defending with vehemence” (sergiofajardov, 2025)– illustrates an effort to translate his sober persona into formats legible to younger audiences without abandoning his core identity.

Still, the platform logic imposes limits. His content remains measured, visually simple, and ideologically restrained, producing a digital presence that is neither fully appealing to TikTok users nor fully anchored in traditional media. This hybrid strategy situates Fajardo at an inflection point: he is a technocrat navigating a media ecosystem that rewards performance over pedagogy yet attempting to convert decency into a communicative asset.

Class and Background: Fajardo embodies a distinct fraction of Colombia’s elite: the technocratic middle-upper class shaped by academic merit, urban professionalization, and global educational mobility. His campaign does not deny elite status; rather, it attempts to redefine this kind of legitimacy through education, expertise, administrative experience, and a public aesthetic of simplicity. Born into a family linked to Antioquia’s architectural and urban development sectors, he inherited neither the aristocratic social capital of Bogotá’s traditional elites nor the ostentatious economic capital of Caribbean “new money”. His father’s architectural legacy –most notably his role in designing the Coltejer Tower– situated Fajardo within a lineage of modernizing professionals rather than political dynasties.

His academic trajectory reinforces this status. As a mathematician trained at the Universidad de los Andes and later at the University of Wisconsin-Madison, he entered public life not through party patronage but through civic engagement and independent coalitions. This background allowed him to frame himself as an outsider to traditional political machines and as a representative of middle-class meritocratic ascent. In contemporary Colombian politics, where class-coded aesthetics are central to public perception, Fajardo’s aesthetic of simplicity –jeans, rolled up shirts, an almost ascetic avoidance of luxury– positions him as an anti-elite elite: a figure who uses the authority of expertise to critique the excesses of both old and new elites.

Within the analytic frame of elite evolution, Fajardo represents a third path: neither the attention-seeker nor the revolutionary, but the intellectual technocratic whose legitimacy derives from knowledge and pedagogical authority. His candidacy thus illuminates the diversification of Colombian elites, showing how technocratic discourse based on expertise has become a symbolic resource in the struggle for political power.

5. Conclusion: Three Elite Repertoires and a Moving Electoral Field

Colombia’s 2026 presidential race reveals a paradoxical political landscape: while the country appears to be moving away from traditional party-based elites, it is not transitioning toward a single new model of leadership but

rather toward a fragmented field of competing elite forms. Abelardo de la Espriella embodies the spectacular, hypermediated right who imitates Trump, Bukele, and Milei; Iván Cepeda represents an ethical-moral elite grounded in historical trauma and collective struggle based on political figures like Barack Obama, Gabriel Boric, or Zohran Mamdani; Sergio Fajardo articulates the technocratic meritocratic elite whose authority derives from expertise and pedagogy that tries to recreate academic values. Together, they illustrate that Colombia is not experiencing a decline of elites but a diversification of elite repertoires.

The subsequent consolidation of Paloma Valencia as a competitive figure on the right does not invalidate this argument but rather complicates it. Valencia represents a fourth possible repertoire: that of the traditional elite reactivated electorally in a context of polarization. Her trajectory combines conservative lineage, family-based political networks, educational capital, and loyalty to Uribism. Unlike De la Espriella, whose campaign builds authority through spectacular exteriority and a promise of disruption, Valencia embodies the persistence of traditional political capital as a resource of authority, experience, and order. Her rise after the closing of the corpus shows that the 2026 campaign is not only marked by spectacular, moral, or technocratic elites, but also by the capacity of traditional elites to reorganize and recover electoral centrality.

This diversification mirrors global transformations in political communication, where legitimacy is increasingly produced through the interplay of narrative, affect, class signaling, and digital performance. Colombian politics no longer rewards a single style of leadership but rather a mosaic of symbolic strategies. The explosive celebrity, the calm revolutionary, and the pedagogical technocrat coexist within the same electoral field, each mobilizing a different repertoire of power. Understanding this evolution is essential not only to interpret the 2026 race but to understand how political authority is being redefined in a media-dominated world.

In this context, there are three identified campaign models: one that mimics the “I am the spectacle” model (an elite of self-interest: “new money” is the ideal); another of “I am an ideology” (a society where a solidarity-based social model is still possible); another of “I am the enlightened one to guide” (the belief that there are those who should guide society because they are educated to do so). In any case, for all three models a strong presence on social media, digital performance, and media influence are key.

The three cases analyzed here show that contemporary Colombian political elites are not disappearing but being reassembled through new repertoires of visibility, affect, class signaling, and media performance. De la Espriella turns private success and punitive rhetoric into spectacle; Cepeda transforms grief, memory, and moral discipline into political authority; and Fajardo translates academic expertise and administrative competence into a pedagogy of public leadership. The later rise of Paloma Valencia adds another layer to this field, showing that traditional elites can also re-enter the campaign through inherited political capital and ideological discipline. The 2026 presidential race, therefore, should be read less as a replacement of old elites by new ones than as a struggle among competing forms of elite legitimacy.

Declaration on the Use of Generative AI and AI-Assisted Technologies in the Writing Process

During the preparation of this manuscript, generative artificial intelligence tools were used exclusively to support the translation of selected sections from Spanish into English. The final version of the text was subsequently reviewed, edited, and approved by a professional human copyeditor. The authors take full responsibility for the content, accuracy, and integrity of the manuscript.

Declaration of Authorship Contributions and Originality

All authors made substantial contributions to the research, analysis, and writing of the manuscript. The order of authorship was determined randomly and does not reflect any hierarchy of contribution, responsibility, or academic leadership. All authors have read and approved the final version of the manuscript submitted to the editorial process of *Más Poder Local* and confirm its originality, their agreement with the content of the article, and their consent to be listed as authors.

References

- Akerman, Y. (2023): «La cadena de muertos que vinculan a Uribe». *Cambio Colombia*. <https://cambiocolombia.com/puntos-de-vista/articulo/2023/12/la-cadena-de-muertos-que-vinculan-uribe/>
- Ariel, Y., & Elishar, V. (2025): «Political Communication and the Hype Cycle: Tracing Its Evolution Across the Digital Era». *Journalism and Media*, 6(2): 87. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6020087>
- Baum, M. A. (2005): «Talking the Vote: Why Presidential Candidates Hit the Talk Show Circuit». *American Journal of Political Science*, 49: 213-234. <http://dx.doi.org/10.1111/j.00925853.2005.t01-1-00119.x>
- Beltrán, J. (2025, October 23): «Reformas sociales y diálogo con contradictores: Las claves del discurso con el que Iván Cepeda cerró la campaña a la consulta del 26 de octubre». *Cambio Colombia*. <https://cambiocolombia.com/poder/articulo/2025/10/reformas-sociales-y-dialogo-con-contradictores-las-claves-del-discurso-con-el-que-ivan-cepeda-cerro-la-campana-a-la-consulta-del-26-de-octubre/>
- Berrocal, S.; Campos-Domínguez, E., & Redondo, M. (2014): «Prosumidores mediáticos en la comunicación política: El politainment en YouTube». *Scientific Journal of Media Education*, 43(2): 65-80. <https://doi.org/10.3916/C43-2014-06>
- Bickerton, C., & Accetti, C. (2021): *Technopopulism: The New Logic of Democratic Politics*. Oxford University Press.
- Botero, F. (Ed.) (2011): *Partidos y elecciones en Colombia*. Universidad de los Andes.
- Bourdieu, P. (2007): *El sentido práctico*. Siglo XXI Editores.
- Capano, G.; Galanti, M. T., & Barbato, G. (2023): «When the political leader is the narrator: The political and policy dimensions of narratives». *Policy Sciences*, 56: 233-265. <https://doi.org/10.1007/s11077-023-09505-6>

- Caramani, D. (2017): «Will vs. reason: The populist and technocratic forms of political representation and their critique to party government». *American Political Science Review*, 111(1): 54–67. <https://doi.org/10.1017/S0003055416000538>
- Casas Santamaría, A. (2024): *Memorias de un pesimista*. Editorial Planeta.
- CNN en Español (2025, october 27): «¿Quién es Iván Cepeda, cuáles son sus propuestas y qué plantea para las elecciones de 2026?» <https://cnnespanol.cnn.com/2025/10/27/colombia/quien-es-ivan-cepeda-propuestas-elecciones-2026-orix>
- Cepeda Castro, I. (2025): «Cierre de campaña de Iván Cepeda Castro en Bogotá» [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=vIXLFLNsm0k>
- Cepeda Jiménez, J. A. (2022): «Colombia y la primera vuelta presidencial de 2022: entre la polarización, el populismo y el cambio». *Más Poder Local*, (49): 160-164. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.115>
- Debord, G. (1967): *La société du spectacle*. Buchet-Chastel.
- Eagly, A. H., & Karau, S. J. (2002): «Role congruity theory of prejudice toward female leaders». *Psychological Review*, 109(3): 573–598.
- Fussell, P. (1983): *Class: A Guide through the American status system*. Summit Books.
- Garay, L. J., & Salcedo-Albarrán, E. (2018): *Poder y privilegios: El fenómeno de la captura institucional y la reconfiguración cooptada del Estado*. Penguin Random House.
- García Beaudoux, V., D'Adamo, O., & Bruni, L. A. (2022): «Una comparación de los estilos de liderazgo comunicados por Ada Colau e Isabel Díaz Ayuso». *Más Poder Local*, (48): 8-24. <https://doi.org/10.56151/1589.7542>
- Gómez Buendía, H. (2026): *Colombia después de Petro: Lecciones del «Gobierno del Cambio»*. Editorial Planeta.
- González, O. L. (2026, March 14): «Paloma Valencia, Iván Cepeda y las herencias políticas». <https://www.lasillavacia.com/opinion/paloma-valencia-ivan-cepeda-y-las-herencias-politicas/>
- Gramsci, A. (1975): *Notas sobre Maquiavelo, sobre la política y sobre el Estado moderno*. Juan Pablos Editor.
- Hernández Osorio, C. (2025, July 15): «Los candidatos presidenciales en Colombia apuestan por la viralidad de TikTok, la red social que más crece en el mundo». *El País*. <https://elpais.com/america-colombia/2025-07-15/los-candidatos-presidenciales-en-colombia-apuestan-por-la-viralidad-de-tiktok-la-red-social-que-mas-crece-en-el-mundo.html>
- Hoyt, C. L., & DeShields, B. H. (2021): «How social-class background influences perceptions of political leaders». *Political Psychology*, 42(2): 239–263. <https://doi.org/10.1111/pops.12697>
- Iván Cepeda Castro (s. f.): Inicio. Iván Cepeda Castro sitio oficial. <https://ivancepedacastro.com/inicio/>
- Krippendorff, K. (2019): *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE.
- La Silla Vacía. (2024, February 25): «La maquinaria digital de De la Espriella: IA y viralidad». <https://www.lasillavacia.com/silla-nacional/el-showman-abelardo-de-la-espriella-los-actos-de-su-campana/>
- Lozano, J. S. (2026, February 11): «El tigre importado: Abelardo de la Espriella copia a Bukele, Milei y Trump para triunfar en la extrema derecha». *Revista Raya*. <https://revistaraya.com/el-tigre-importado-abelardo-de-la-espriella-copia-a-bukele-milei-y-trump-para-triunfar-en-la-extrema-derecha.html>

- McCoy, J. (2009, February 23): «Former Colombian mayor, now presidential hopeful, cites Medellín reform as proof that education is engine of change». *Cornell Chronicle*. <https://news.cornell.edu/stories/2009/02/former-colombian-mayor-talks-crime-cleanup>
- Oquendo, C. (2026, April 1): «De la Espriella y la receta Milei». *El País*. <https://elpais.com/america-colombia/2026-04-01/de-la-espriella-y-la-receta-milei.html>
- Parada Lugo, V., & Lewin, J. E. (2025): «Iván Cepeda, el candidato elegido por el Pacto Histórico para defender las banderas de Petro». *El País*. <https://elpais.com/america-colombia/2025-10-26/ivan-cepeda-el-candidato-elegido-por-el-pacto-historico-para-defender-las-banderas-de-petro.html>
- Pearce, J., & Velasco Montoya, J. D. (2026): *¿Quién manda en Colombia? Élite, poder y nación*. Mediapluma Editorial.
- Perea, C. M. (2007): *Porque la sangre es espíritu: Imaginario y conflicto*. Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales (IEPRI), Universidad Nacional de Colombia / Aguilar.
- Ponce, M., & Rincón, O. (2020): *Fakecracia*. Paidós.
- Ramírez, S. (2018, May 26): «Fajardo, el profesor que aprendió a buscar votos: El exalcalde de Medellín, aficionado al ciclismo y al fútbol, inició su vida política en las calles». *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/elecciones-colombia-2018/presidenciales/perfil-del-candidato-presidencial-sergio-fajardo-222760>
- Ramírez, S. (2001): *Cacaos y tigres de papel: El gobierno de Samper y los empresarios colombianos*. Departamento de Ciencia Política, Universidad de los Andes.
- Rincón, O. (2018): *La coolture*. Revista Anfibia.
- Rincón, O., Bruzzone, D., & Uribe, L. (2025): *Los yo narrativos. Relatos del poder en Latam-caribe*. Bogotá: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Rincón, O. (2025, agosto–septiembre): «Entre jurásicos, zombis y excitados». *Revista Gaceta*, (8): 12. https://gaceta.co/wp-content/uploads/2025/09/GACETA_INFORMACION_SEPT4_DIGITAL.pdf
- Sánchez, B. (2025, October 29): «Vamos a hacer viral la decencia», Sergio Fajardo. *Chica Noticias*. <https://www.chicanoticias.com/2025/10/29/vamos-a-hacer-viral-la-decencia-sergio-fajardo/>
- sergiofajardov. [@sergiofajardov] (2025, October 15): «Colombia se defiende con vehemencia, como Betsy Liliana defiende a Lilianita». #lagranbetsyliliana #Betsyliliana #dayanajaimas #sacalaspruebas [Video]. TikTok. https://www.tiktok.com/@sergiofajardov/video/7561579468016323896?is_from_webapp=1&sender_device=pc
- Schultz, D. (2001): «Celebrity Politics in a Postmodern Era: The Case of Jesse Ventura». *Public Integrity*, 3(4): 363–376. <https://doi-org.basesbiblioteca.uexternado.edu.co/10.1080/15580989.2001.11770886>
- Sibilia, P. (2024): *Yo me lo merezco: De la vieja hipocresía a los nuevos cinismos*. Taurus.
- Velásquez, A. (2025, November 30): «Abelardo: ¿Tigre o gato?». *El Espectador*. <https://blogs.elespectador.com/actualidad/cura-de-reposo/abelardo-tigre-o-gato/>
- Waisbord, S. (2020): *Communication: A post-discipline*. Polity Press.



©Derechos del autor o autores. Creative Commons License. Este artículo está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.
©Copyright of the author or authors. Creative Commons License. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.

Evaluada por
FECYT

Más Poder Local en el Diamond Discovery Hub



**MÁS
PODER
LOCAL**

Comunicación de gobierno y relaciones intermésticas: cuando lo internacional se vuelve un tema de agenda de comunicación de gobierno

Government communications and intermestic affairs: when international issues become part of the government's communication agenda



Adolfo A. Abadía
Departamento de Estudios Políticos,
Universidad Icesi, Cali, Colombia.
aaabadia@icesi.edu.co
ORCID: 0000-0002-9034-2156



Esteban Robles Dávila
Departamento de Economía,
Universidad Icesi, Cali, Colombia.
esteban.robles1@u.icesi.edu.co
ORCID: 0000-0002-5373-9656



Luciana C. Manfredi
Departamento de Estrategia y Liderazgo,
EGADE Business School, Tecnológico de
Monterrey, Monterrey, México.
lcmanfredi@tec.mx
ORCID: 0000-0001-5375-8593

Cómo citar el artículo

Abadía, Adolfo A.; Robles Dávila, Esteban; y Manfredi, Luciana C. (2026): «Comunicación de gobierno y relaciones intermésticas: cuando lo internacional se vuelve un tema de agenda de comunicación de gobierno». *Revista Más Poder Local*, 65: 81-101. DOI: 10.56151/maspoderlocal.353

Resumen

En un contexto de creciente interdependencia global, este estudio explora la comunicación gubernamental en sistemas multinivel ante una crisis interméstica, aquellas que son inseparablemente internacionales y domésticas. Se analiza la respuesta comunicacional del gobierno nacional de Colombia y los gobiernos de sus cuatro principales ciudades-distrito a una crisis diplomática con Estados Unidos en 2025. Utilizando un análisis de contenido cuantitativo y procesamiento del lenguaje natural (PLN) sobre un corpus de 3.867 trinos de diez cuentas verificadas (mandatarios e instituciones), se decodifican las estrategias de encuadre durante los primeros 100 días del nuevo gobierno estadounidense. Los hallazgos demuestran una especialización de los roles comunicacionales: el gobierno nacional construye una narrativa macro-ideológica centrada en la soberanía y la confrontación, mientras que los gobiernos subnacionales implementan una comunicación micro-pragmática enfocada en la gestión de consecuencias locales como la seguridad y los servicios urbanos. Se identifica, además, un personalismo extremo en la comunicación digital, donde las cuentas personales de los mandatarios superan masivamente en resonancia a las institucionales. La investigación aporta evidencia empírica sobre cómo la comunicación gubernamental se jerarquiza y especializa funcionalmente, subrayando el rol estratégico de los actores locales en la arquitectura de la gobernanza contemporánea.

Palabras claves

Comunicación de gobierno; gobernanza; crisis interméstica; comunicación política digital; personalismo.

Abstract

In a context of growing global interdependence, this study explores government communication in multilevel systems in the face of intermestic crises—those that are inseparably both international and domestic. It analyzes the communication response of Colombia's national government and at the subnational level, the governments of its four major district cities to a diplomatic crisis with the United States in 2025. Using quantitative content analysis and natural language processing (NLP) on a corpus of 3,867 tweets from ten verified accounts (leaders and institutions), the study decodes the framing strategies employed during the first 100 days of the new US government. The findings reveal a specialization of communicational roles: the national government constructs a macro-ideological narrative centered on sovereignty and confrontation, while subnational governments implement micro-pragmatic communication focused on managing local consequences such as security and urban services. Furthermore, extreme personalization is identified in digital communication, where leaders' personal accounts far surpass institutional accounts in terms of reach. The research provides empirical evidence on how government communication is hierarchically organized and functionally specialized, underscoring the strategic role of local actors in the architecture of contemporary governance.

Keywords

Government communication; governance; crisis intermestic; digital political communication; personalism.

1. Introducción

El panorama político contemporáneo se caracteriza por una coyuntura compleja e inestable de gobernanza global, marcada en gran medida por el impacto de las decisiones del presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, en las relaciones internacionales. Tras su victoria en 2016 y su derrota en 2020, Trump fue electo por segunda vez en 2024. El eje de sus campañas se ha centrado en la revisión de los acuerdos comerciales existentes y en el fortalecimiento de la política migratoria, acciones sustentadas en su agenda de gobierno «America First», orientada a priorizar el mercado laboral estadounidense (*American workers first*) y la seguridad nacional (Löfflmann, 2022; Calhoon y Alang, 2025). La implementación de estas políticas ha provocado un giro significativo en las relaciones entre Estados Unidos y América Latina.

Este cambio ha generado reacciones controvertidas y críticas hacia el mandatario estadounidense. En el caso de Colombia, la crisis bilateral se intensificó a finales de enero de 2025 con la deportación masiva de migrantes irregulares colombianos (Vanegas, 2025). La inmediata reacción del presidente colombiano, Gustavo Petro, desencadenó la primera tensión entre ambos gobiernos (Niño, 2025). A esto se sumó la posterior imposición de aranceles a las importaciones colombianas por parte de Estados Unidos, lo que constituyó un segundo punto de inflexión en las relaciones (García Casas, 2025).

Simbólicamente, los primeros 100 días de una nueva administración presidencial en Estados Unidos funcionan como un termómetro de la credibilidad y capacidad del gobierno electo (Bentley *et al.*, 2017). Tradicionalmente, este período es considerado una «luna de miel» que favorece las relaciones entre el Ejecutivo y el Legislativo (Dominguez, 2005). Sin embargo, en un contexto de creciente polarización, se ha observado una tendencia a reemplazar los actos legislativos por decretos presidenciales (*executive orders*), como ocurrió en las administraciones de Obama, Trump y Biden (Bimes *et al.*, 2023). A pesar de ello, este marco temporal sigue siendo una referencia mediática clave para evaluar el éxito inicial de una presidencia (Freundreis *et al.*, 2001; Fernández Pedemonte, 2026).

En este contexto de alta complejidad, el presente estudio se propone analizar la comunicación del gobierno colombiano durante esta crisis. El foco se dirige tanto a la comunicación del gobierno nacional como a la de los gobiernos subnacionales de las cuatro principales ciudades-distrito del país (Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla). De esta forma, se busca aportar al campo de la comunicación de gobierno, partiendo de la premisa de que los sucesos internacionales no solo repercuten en la comunicación del gobierno central, sino también en la de las administraciones locales.

El propósito del presente artículo es explorar la comunicación del gobierno en contextos de crisis interméstica. El bajo número de estudios que abordan este fenómeno da pie a inferir que se trata de un campo en proceso de construcción no solo al interior de los estudios de comunicación, sino también de la ciencia política. Así, la intención de este trabajo, antes que verificar una o varias hipótesis, es sembrar el interés por analizar la interacción política desde la perspectiva de la comunicación digital ante a un mismo evento internacional con profundas implicaciones domésticas. Por lo tanto,

se propone un enfoque exploratorio con el objetivo principal de identificar patrones y tensiones en la comunicación política que contribuyan a ampliar la comprensión de la comunicación gubernamental en sistemas multinivel.

Para lograr esto, se ha estructurado este artículo en seis partes, además de la presente introducción. La segunda sección desarrolla la revisión de la literatura pertinente en torno a los conceptos clave. La tercera presenta el componente metodológico y las características de los datos. La cuarta y quinta parte contienen el análisis de los resultados y proponen una discusión sobre la literatura. Por último, se exponen las conclusiones centradas en la comunicación de gobierno en contextos de crisis interméstica y plantean posibles escenarios para continuar con esta línea de estudio.

2. Estado de la cuestión: revisión de la literatura

En consonancia con lo mencionado hasta el momento, este estudio encuentra su fundamento conceptual en la intersección de tres campos temáticos: las relaciones intermésticas, la comunicación de gobierno y el papel de las redes sociales en la configuración de la agenda pública.

2.1. Relaciones intermésticas

El término «interméstico» fue usado por primera vez por Bayless Manning (1977), para describir asuntos que son «profunda e inseparablemente tanto internacionales como domésticos». Este concepto surge de una nueva agenda en las relaciones internacionales que reconoce la alta interdependencia entre las economías nacionales y el impacto que las decisiones globales pueden tener a nivel local, y viceversa. Temas como el crimen organizado, el narcotráfico, la migración o el medio ambiente son ejemplos de asuntos de naturaleza interméstica (Long, 2017). Así se ha configurado un escenario que puede entenderse como una evolución de las carteras de seguridad y economía en un mundo globalizado (Keohane y Nye, 2012) e interconectado a través de los medios digitales, donde incluso el sentir individual cobra relevancia (Papa-charissi, 2002).

En este sentido, el uso de la red social X® (antes Twitter) por parte del presidente Trump se convierte en un insumo clave de análisis, ya que su comunicación por esta herramienta se ha traducido en acciones con consecuencias reales, impactando en las relaciones de Estados Unidos con otros países y, a su vez, en los vínculos económicos que sectores subnacionales han establecido con esta nación (Morales *et al.*, 2025).

2.2. Comunicación gubernamental digital

La interacción que se da entre la ciudadanía y los actores o instituciones que representan a la administración pública para comunicar acerca del acontecer de asuntos de interés público, visibilizar su gestión y dar cuenta de sus

políticas y acciones, es lo que se conoce como comunicación gubernamental. Si a esto se le agrega la implementación de tecnologías de la información como redes sociales, páginas web u otras plataformas que permiten el diálogo por internet, entonces, a esta comunicación de las instancias y actores de gobierno se le agregaría el atributo de digital (Bendezú Huaroto *et al.*, 2025).

Este tipo de comunicación tiene diversos objetivos, entre ellos el de informar, mejorar la transparencia y eficiencia de sus acciones políticas, y accesibilidad a su gestión al facilitar el diálogo con la sociedad al ubicarlos en el centro de su gestión. Por este motivo, la comunicación gubernamental digital es clave no sólo en términos de rendición de cuentas, sino también como medio para conocer las preferencias de la ciudadanía. Esto aporta una mayor legitimidad y gobernabilidad, así como una mayor inclinación hacia dinámicas de estabilidad (Crozier, 2004). Así, este mensaje no solo tiene una intención comunicativa en una vía, sino que en la interacción se puede conocer las percepciones acerca de temas de interés de los actores del gobierno abriéndose una ventana de oportunidad para establecer estrategias que permitan forjar una imagen y reputación particular, y obtener visibilidad.

En los últimos años, X® se ha convertido en una plataforma cada vez más importante en la comunicación gubernamental por diversas razones. Por un lado, esta red sirve como un barómetro del clima social, lo que es fundamental, pues permite identificar temas y tendencias políticas cruciales, así como evaluar la opinión pública y conocer la carga sentimental de los usuarios de este canal sobre los temas políticos de interés general (Abadía *et al.*, 2023), entre ellos también las crisis nacionales e internacionales. Incluso ha dado lugar a convertirse en un simplificador, como una suerte de «atajo intuitivo» (Calvo y Aruguete, 2020), en el procesamiento de información en procesos, por ejemplo, que requieren de la toma de decisiones políticas como el momento de votar (López-Meri, 2016). Por otra parte, no es de menospreciar el hecho de que ciertos mensajes políticos compartidos en esta red pueden lograr un mayor impacto que una declaración política oficial (Enli y Skogerbo, 2013), lo que ha convertido a esta red social en un dispositivo digital con un alto grado de impacto social (Morales *et al.*, 2025).

2.3. Redes sociales digitales y espacio público político

La literatura académica da cuenta de una producción creciente sobre el papel de las redes sociales en los procesos políticos, particularmente su capacidad para moldear la comunicación y el comportamiento de candidatos, gobiernos y votantes (Manfredi *et al.*, 2021). Plataformas como X® se han consolidado como un canal fundamental para la comunicación de los actores políticos (López-Meri, 2016) y una vitrina para la comunicación gubernamental, no solo en democracias avanzadas (Bimber, 2014), sino también en regímenes no democráticos (Reuter y Szakonyi, 2015).

Estas plataformas han aportado a la construcción de un espacio público digital (Gil De Zúñiga *et al.*, 2024), al ser consideradas una nueva forma de comunicación política (Gilardi *et al.*, 2022). Su uso generalizado por parte de actores políticos y la atención pública que generan permiten que los intere-

ses de dichos actores queden expuestos. En este ecosistema digital confluyen funcionarios públicos, partidos, grupos de interés y medios, generando un intercambio de información que revela sus preferencias y posicionamientos ideológicos (Calvo y Aruguete, 2020). Por tanto, el análisis de la comunicación en una red social como X® permite identificar rasgos distintivos de los diferentes liderazgos políticos (Chavero Ramírez, 2021) e incidir directamente en aminorar la erosión de la confianza pública (Gil De Zúñiga *et al.*, 2024).

3. Metodología y datos

La presente investigación emplea una metodología cuantitativa de análisis de contenido, apoyada en técnicas de procesamiento del lenguaje natural (PLN), con el fin de examinar de manera sistemática la comunicación de gobierno emitida en la red social X®. A partir de este enfoque, el estudio adopta un marco analítico unificado donde el encuadre se define como la estrategia comunicacional de nivel superior, en el cual el análisis del léxico y las emociones funcionan como las métricas empíricas para decodificar dicha estrategia; y la narrativa se comprende como el resultado textual observable con el que se estructura la respuesta comunicacional del gobierno nacional de Colombia y de los gobiernos subnacionales de sus cuatro principales ciudades capitales frente a la crisis interméstica analizada. El diseño metodológico privilegia la comparabilidad entre niveles de gobierno y permite observar diferencias en términos de visibilidad, tono y encuadre del mensaje. Los datos utilizados en el estudio, así como los insumos empleados para la construcción del corpus, pueden ser puestos a disposición para fines académicos previa solicitud a los autores, en concordancia con principios de transparencia y replicabilidad de la investigación científica.

Es importante destacar que desde la adquisición de Twitter® por Elon Musk en 2022, además del cambio de nombre a X®, la plataforma ha experimentado transformaciones estructurales que pueden incidir en la interpretación de los datos de interacción. Entre los cambios más relevantes se encuentran la modificación de los algoritmos de visibilidad, que han otorgado mayor exposición a las cuentas suscritas a los servicios Blue/Premium y la restricción del acceso a la API para investigadores, lo que ha limitado la disponibilidad y comparabilidad de los datos. En consecuencia, los patrones de *engagement* observados durante el período de análisis (enero-abril de 2025) deben interpretarse con cautela, ya que las métricas de interacción pueden reflejar no solo las características del contenido publicado, sino también efectos derivados de la amplificación algorítmica diferencial entre cuentas verificadas y no verificadas, así como de los cambios operativos introducidos por la plataforma.

3.1. Selección de fuentes y construcción del corpus

Para la construcción del corpus de análisis se recolectaron los mensajes emitidos por las diez cuentas seleccionadas durante los primeros cien días del segundo gobierno de Trump, comprendidos entre el 30 de enero y el 30

de abril de 2025. Este marco temporal se caracteriza por una alta intensidad informativa y política, propia del inicio de una nueva administración estadounidense y de la irrupción de una crisis de carácter interméstico, lo que lo convierte en un período especialmente pertinente para capturar las respuestas comunicacionales del gobierno colombiano en sus distintos niveles. Asimismo, este recorte temporal funciona como un umbral analítico que permite examinar si, en un contexto de tensión internacional, emerge, o se ve tempranamente erosionada, una suerte de «luna de miel» proyectada en la comunicación entre los representantes del Poder Ejecutivo nacional y subnacional en Colombia frente al nuevo gobierno estadounidense. Esta dinámica se analiza tanto en términos de alineamiento discursivo –entendido como la coherencia temática y de tono entre los mensajes emitidos por los distintos niveles de gobierno– como de especialización funcional del accionar gubernamental trasladado al ámbito de la comunicación digital.

Las diez cuentas oficiales de X® seleccionadas incluyen a los mandatarios y a las instituciones del gobierno nacional y de los gobiernos locales de Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla (Tabla I). Se incorporaron tanto las cuentas institucionales de las entidades gubernamentales como las cuentas personales de los mandatarios (presidente Gustavo Petro y alcaldes Carlos Fernando Galán, Federico Gutiérrez, Alejandro Eder y Alejandro Char), dado que, en la práctica, numerosos líderes políticos privilegian el uso de sus perfiles personales para comunicarse directamente con la ciudadanía, relegando en ocasiones los canales oficiales que representan. Esta decisión metodológica permite capturar de manera más precisa las dinámicas contemporáneas de la comunicación política digital. Asimismo, el diseño metodológico posibilita comparar el desempeño comunicacional entre las cuentas personales de los mandatarios y las cuentas oficiales de sus respectivas instituciones, con el propósito de examinar el fenómeno del personalismo en la comunicación política digital. Este enfoque se fundamenta en la literatura sobre presidencialismo y personalización del poder, particularmente en el planteamiento de Carey y Shugart (1995), quienes sostienen que los incentivos institucionales favorecen la concentración de la representación política en la figura del líder, fortaleciendo la centralidad de la imagen personal por encima de la institucional. En el contexto de las redes sociales, esta lógica puede traducirse en una comunicación donde la visibilidad, la interacción y la construcción de legitimidad se articulan cada vez más alrededor del mandatario que de la propia institución pública que representan.

Ambos tipos de cuentas integran lo que Bendezú Huaroto *et al.* (2025) denominan comunicación gubernamental digital, es decir, el conjunto de interacciones que la administración pública establece con la ciudadanía a través de plataformas digitales para informar sobre asuntos de interés público y visibilizar su gestión. Los titulares de las cuentas personales analizadas son funcionarios públicos en ejercicio que las utilizan de manera regular para referirse a asuntos de gobierno, lo que las convierte en canales de comunicación gubernamental en sentido funcional. La distinción entre cuentas personales e institucionales opera en este análisis como una variable de primer orden, cuya inclusión responde a la necesidad de observar, cuantificar y problematizar el fenómeno del personalismo en la comunicación política digital, que emerge como uno de los hallazgos centrales del estudio.

Tabla I. Cuentas de X® verificadas incluidas en el análisis.

Gobierno	Usuario	Cuenta X®	Cargo público
Presidencia (Gobierno nacional)	Gustavo Petro	@petrogustavo	Presidente
	Presidencia	@infopresidencia	
Distritos especiales (Gobiernos locales)	Carlos Fernando Galán	@CarlosFGalan	Alcalde de Bogotá D.C.
	Alcaldía de Bogotá	@Bogota	
	Federico Gutiérrez	@FicoGutierrez	Alcalde de Medellín
	Alcaldía de Medellín	@AlcaldiadeMed	
	Alejandro Eder	@alejoeder	Alcalde de Cali
	Alcaldía de Cali	@alcaldiadecali	
	Alejandro Char	@AlejandroChar	Alcalde de Barranquilla
	Alcaldía de Barranquilla	@alcaldiabquilla	

Fuente: elaboración propia.

Se obtuvo un corpus inicial de 9.352 publicaciones. Para aislar las comunicaciones pertinentes, se aplicó un filtro basado en un léxico de 811 términos en español e inglés, construido por los autores mediante la lectura sistemática de la cobertura mediática del período y de los comunicados oficiales producidos durante la crisis, y sometido a una revisión iterativa sobre una muestra preliminar del corpus para ajustar su pertinencia y cobertura temática. Los términos se organizaron en cinco categorías. La primera, actores centrales y entidades gubernamentales, se acotó a los protagonistas directos de la crisis bilateral: en el lado estadounidense, Donald Trump, la Casa Blanca, el Departamento de Estado y el Departamento de Seguridad Nacional; en el colombiano, Gustavo Petro, la Presidencia y la Cancillería; y en el plano multilateral, organismos con incidencia directa en la crisis como la OEA, la CIDH y la ONU. La segunda, personal político estadounidense, agrupó a los miembros del gabinete con responsabilidades en las áreas de la crisis, como Marco Rubio y JD Vance, y a los senadores de ambos partidos con actividad pública relevante sobre los temas migratorio y comercial. La tercera, temática migratoria y fronteriza, incluyó los términos generales del debate, como deportación, migrante irregular e indocumentado, y los términos específicos del evento detonante de la crisis, como vuelos de deportación, esposado, encadenado y grilletes. La cuarta, temática comercial y económica, cubrió términos como arancel, guerra comercial, balanza comercial y tratado de libre comercio. La quinta, diplomacia y soberanía, incorporó el vocabulario convencional de las relaciones bilaterales, como embajada y canciller, y los términos del léxico confrontacional surgido durante la crisis, como ci-payo, arrodillarse y entreguismo. El léxico fue construido en versión bilingüe para capturar menciones en español e inglés, acorde a la naturaleza bilateral del conflicto. Se incluyó en el corpus final toda publicación que contuviera al menos uno de estos términos. Este proceso depuró la muestra a un corpus final de 3.867 tuits (41,35% del total), que constituyen la base de datos para los análisis subsiguientes.

Para el análisis se definieron las variables recogidas en la Tabla II.

Tabla II. Resumen de variables del artículo.

Perspectiva	Variable	Medición
Visibilidad y actividad	Volumen de Tuits	Conteo total de publicaciones por cuenta.
	Engagement	Suma de likes, reposts y comentarios por cuenta.
Comunicación de gobierno	Sentimientos y Emociones	Clasificación de publicaciones según léxicos afectivos (positivo y negativo), utilizando el <i>NRC Emotion Lexicon</i> .

Fuente: elaboración propia.

La dimensión de «Visibilidad y actividad» cuantifica el alcance y la resonancia de cada cuenta. La dimensión de «Comunicación de gobierno» se enfoca en el contenido del mensaje, analizando la centralidad de la crisis en la agenda de cada actor, los conceptos recurrentes y el tono afectivo. Para decodificar este último, se empleó el *NRC Emotion Lexicon* (EmoLex) en su versión para el español (Mohammad, 2017), que asocia palabras con las ocho emociones básicas distinguiendo tanto sentimientos positivos (alegría, anticipación, sorpresa y confianza) como negativos (ira, tristeza, asco, miedo) en la narrativa que se analiza (Mohammad, 2016). El análisis léxico y de sentimientos se realizó de forma diferenciada para cada una de las diez cuentas del corpus, lo que permite comparar tanto el nivel de gobierno (nacional frente a subnacional) como el tipo de emisor (cuenta personal del mandatario frente a cuenta institucional). Esta decisión es coherente con el diseño del estudio, dado que el contraste entre ambos tipos de cuentas constituye la base empírica del análisis del personalismo en la comunicación política digital.

4. Resultados

El análisis de los 3.867 tuits revela patrones distintivos en la comunicación del gobierno nacional y los gobiernos subnacionales, tanto en visibilidad y actividad como en la prioridad otorgada a la crisis interméstica.

4.1. Visibilidad y personalismo en la comunicación digital

La Tabla III presenta las métricas de rendimiento de las cuentas analizadas, organizadas de modo que permiten comparar directamente a cada líder político con su respectiva cuenta institucional. En conjunto, los resultados evidencian un patrón altamente personalista en la comunicación gubernamental digital (Abadía *et al.*, 2023), y hacen posible identificar dinámicas diferenciadas de actividad y visibilidad a partir de los indicadores de tuits, totales, likes, reposts y comentarios.

Tabla III. Visibilidad y actividad de las cuentas en X®.

Cuenta X®	Tuits totales	Likes	Reposts	Comentarios	Engagement total*	Engagement por tuit**
@petrogustavo	1.079	8.458.707	3.143.449	1.317.107	12.919.263	11.973
@infopresidencia	2.111	964.609	464.659	113.690	1.542.958	731
@FicoGutierrez	536	635.240	212.789	195	848.224	1.583
@AlcaldiadeMed	1.486	19.604	5.572	2.389	27.565	19
@CarlosFGalan	198	300.633	74.372	59.159	434.164	2.193
@Bogota	2.226	21.936	7.562	5.705	35.203	16
@alejoeder	324	88.536	21.924	21.235	131.695	406
@alcaldiadecali	458	6.216	1.640	1.417	9.273	20
@AlejandroChar	232	104.035	26.634	2.284	132.953	573
@alcaldiabquilla	702	25.850	6.937	1.350	34.137	49

Fuente: elaboración propia a partir de datos de X® (enero-abril 2025).

* Engagement total = Likes + Reposts + Comentarios.

** Engagement por tuit = Engagement total / Tuits totales.

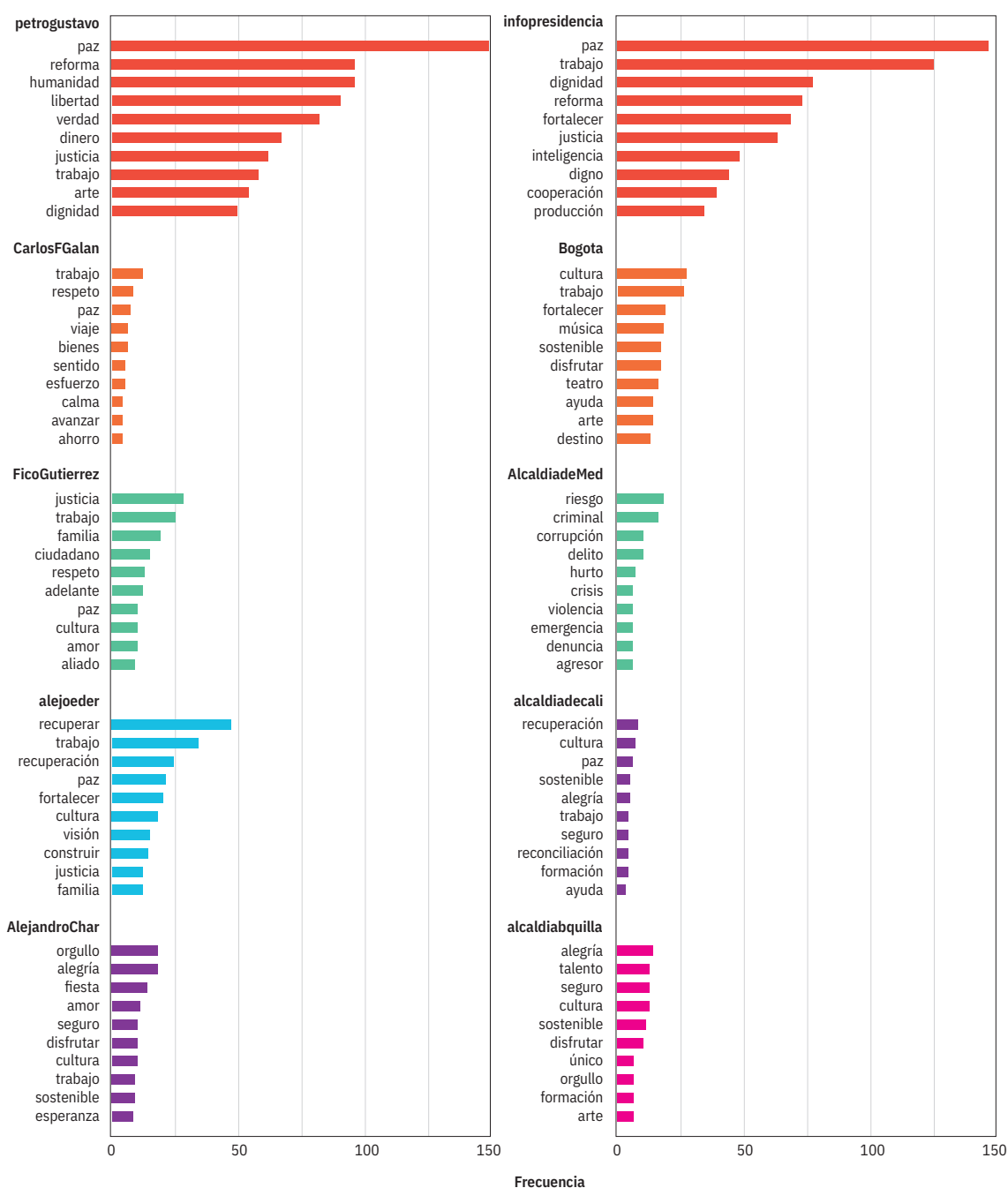
En términos de volumen de publicación, se observa que las cuentas institucionales, tanto a nivel nacional como local, concentran una mayor cantidad de tuits, lo que sugiere su función como canales de difusión informativa de carácter permanente. Sin embargo, este mayor nivel de actividad no se traduce en una capacidad equivalente de generar interacción. Por el contrario, las cuentas personales de los mandatarios, aun con volúmenes notablemente inferiores de publicaciones, acumulan de manera desproporcionada la mayor cantidad de «me gusta», «reposts» y comentarios. Esto pone en evidencia que la visibilidad y la resonancia del mensaje no dependen de la frecuencia en que se publica mensajes en esta red, sino del grado de influencia del emisor (Casero-Ripollés, 2021), confirmando que el liderazgo personalista ciertamente actúa como uno de los principales motores de identificación e interacción en una red social como X® (Calvo y Aruguete, 2020).

La métrica que mejor logra atrapar este nivel de influencia es la de *engagement* por tuit, ya que mide la eficacia de cada mensaje publicado para generar reacciones. La cuenta personal del presidente (@petrogustavo) es 16 veces más eficiente que la cuenta de la Presidencia (@infopresidencia). Esta brecha se magnifica a nivel local: la cuenta del alcalde de Bogotá (@CarlosFGalan) es 137 veces más eficiente que el de la alcaldía (@Bogota). En todos los casos, la cuenta personal del mandatario es exponencialmente más efectiva para generar resonancia que su contraparte institucional. Este hallazgo confirma que la figura del líder es el principal catalizador de la atención ciudadana, mientras las cuentas institucionales cumplen un rol más informativo que dialógico.

La Figura 1, una nube de palabras generada a partir de la frecuencia de términos ofrece una visión panorámica de los conceptos centrales del discurso. Destacan sustantivos como «Colombia», «gobierno», «presidente» y «país», que anclan la discusión en un marco de soberanía y gestión estatal.

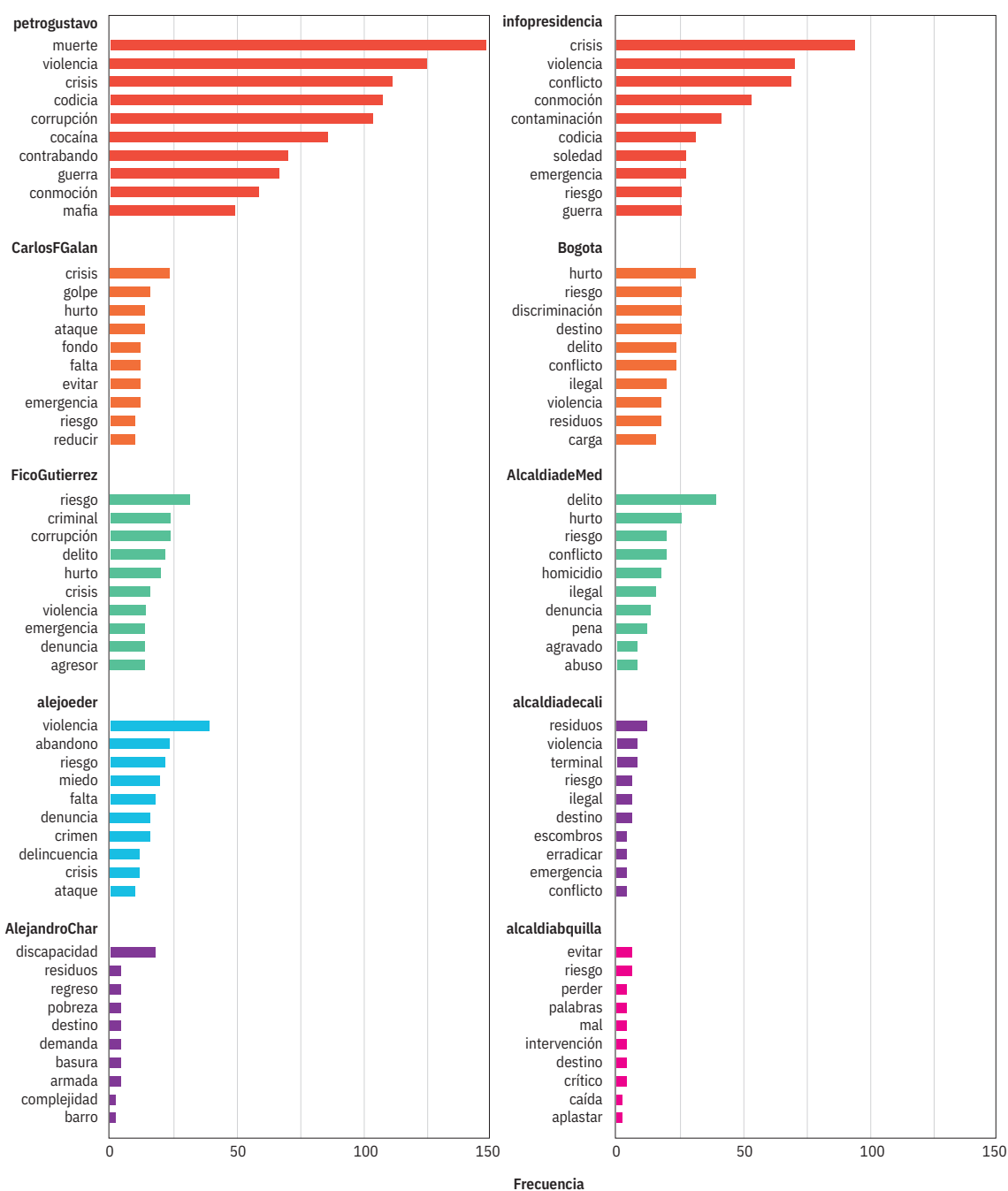
emplean un lenguaje positivo más pragmático y orientado a la acción local, con términos como «trabajo», «oportunidad», «familia» y «esperanza», buscando generar confianza en la capacidad de gestión de sus ciudades.

Figura 2. Palabras con connotación positiva más utilizadas por cuenta.



Fuente: elaboración propia.

Figura 3. Palabras con connotación negativa más utilizadas por cuenta.



Fuente: elaboración propia.

En cuanto al léxico negativo (Figura 3), el gobierno nacional (@petrogustavo y @infopresidencia) enmarca la crisis con términos de confrontación como «muerte», «violencia», «crisis», «codicia» y «guerra», construyendo una narrativa de amenaza a la soberanía. En contraste, los gobiernos locales, aunque también usan la palabra «crisis», enfocan su discurso negativo en problemas domésticos y de gestión territorial, como «delito», «hurto», «homicidio» y «residuos», vinculando la crisis global con sus consecuencias en la seguridad local.

Una publicación del 21 de enero de 2025 ejemplifica el encuadre negativo del nivel nacional: «No van los EE.UU. hacia la vanguardia del mundo sino a la retaguardia. Solo hay que levantar el brazo con el saludo nazi a lo Elon Musk» (@petrogustavo, 21 de enero de 2025). Los términos «retaguardia» y «saludo nazi» sitúan la crisis en un debate moral sobre el orden mundial, sin referencia a las consecuencias migratorias o económicas concretas para los colombianos afectados. En el nivel local, el mismo término «crisis» aparece reencuadrado en clave de gestión: «Esta es una crisis diplomática grave y no beneficia a nadie. En Bogotá fuimos informados por la Cancillería de que llegaban unos vuelos con migrantes colombianos y estábamos preparados para recibirlos, como ha sucedido en el pasado» (@CarlosFGalan, 26 de enero de 2025). La palabra «crisis», presente en el léxico negativo de ambos niveles de gobierno, cumple funciones discursivas distintas: en el nivel nacional introduce un marco de confrontación ideológica con el actor externo, mientras que en el nivel local señala un problema de gestión humanitaria que exige una respuesta técnica e institucional.

En este sentido, el análisis del tono, los sentimientos y las emociones revela que la divergencia comunicacional entre el nivel nacional y los gobiernos subnacionales no se limita a una cuestión de intensidad o valencia afectiva, sino que refleja lógicas diferenciadas en la selección y jerarquización del lenguaje. Las variaciones observadas en el uso de términos positivos y negativos sugieren la existencia de estrategias de encuadre específicas, asociadas a funciones y objetivos distintos dentro del sistema de gobernanza multinivel (nacional, departamental y municipal).

4.3. Análisis del léxico distintivo: gobernanza nacional vs. gestión local

Para examinar la especificidad del lenguaje de cada actor, se generó una nube de palabras comparativa (Figura 4), que visualiza los términos proporcionalmente más frecuentes y distintivos de cada cuenta. La narrativa del gobierno nacional se articula en dos ejes. La cuenta del presidente (@petrogustavo) se caracteriza por un léxico de alta abstracción y carga ideológica («pueblo», «humanidad», «libertad»). Complementariamente, la cuenta institucional (@infopresidencia) emplea un vocabulario de gobernanza y acción estatal («gobierno», «reforma», «territorio»). En conjunto, el nivel nacional construye una macro-narrativa donde el presidente establece el marco ideológico y la institución comunica la implementación política.



En contraste con la narrativa del nivel nacional, los vocabularios de los gobiernos locales se caracterizan por ser consistentes y sistemáticamente pragmáticos, territorializados y orientados a la gestión, lo que refleja su rol como actores responsables de traducir una crisis interméstica de alcance global en problemáticas concretas y comprensibles para la ciudadanía a nivel local.

Una publicación del alcalde Gutiérrez lo confirma: «Realizamos un nuevo megaoperativo con puestos de registro y control a los piques ilegales en la Av. Las Palmas con más de 350 funcionarios de la Policía, el Ejército y la Alcaldía. En el operativo, se inmovilizaron 105 motos y 6 vehículos» (@FicoGutierrez.

24 de enero de 2025). La cuantificación de recursos, los verbos orientados a la acción y la mención de resultados operativos concretos reflejan una estrategia comunicacional centrada en demostrar control territorial, sin conexión léxica con la dimensión internacional de la crisis.

Por su parte, Bogotá (@CarlosFGalan y @Bogota) despliega una comunicación predominantemente enfocada en la gestión de servicios urbanos y la administración de crisis específicas. Esto queda en evidencia a partir de la formación de una narrativa dominada por términos como «agua», «racionamiento» y «embalses». Esta selección léxica evidencia un encuadre que indica una priorización de problemas estructurales, en los que la crisis internacional funciona como telón de fondo para reforzar narrativas de gestión técnica, planificación y provisión de bienes públicos esenciales a nivel local, antes que usar la confrontación política internacional como una distracción.

El contraste entre niveles de gobierno resulta especialmente claro en las publicaciones del 26 de enero de 2025, la fecha de mayor intensidad de la crisis. A las 16:53, el presidente publicó: «No me verán jamás quemando una bandera gringa o haciendo una ‘ratzia’ para devolver los ilegales esposados a EE.UU. Somos lo contrario de los Nazis» (@petrogustavo, 26 de enero de 2025). Tres horas después, el alcalde de Bogotá escribió: «Esta es una crisis diplomática grave y no beneficia a nadie. En Bogotá fuimos informados por la Cancillería de que llegaban unos vuelos con migrantes colombianos y estábamos preparados para recibirlos, como ha sucedido en el pasado» (@CarlosFGalan, 26 de enero de 2025). Ante el mismo evento y en el mismo momento, el gobierno nacional recurrió a un encuadre de denuncia ideológica y el gobierno local respondió con uno de preparación logística, lo que confirma el desacoplamiento de agendas documentado en los datos del corpus.

Al norte de Colombia, en Barranquilla (@AlejandroChar y @alcaldiab-quilla), el encuadre se orienta hacia el desarrollo local y la vida comunitaria, destacándose términos como «infraestructura», «comunidad», «vivienda» y «carnaval». Este léxico sugiere una estrategia comunicacional que busca anclar la coyuntura interméstica en una narrativa de cohesión social y progreso urbano, enfatizando proyectos de desarrollo y elementos identitarios que refuerzan el sentido de pertenencia y estabilidad frente a un contexto internacional incierto.

Por último, en Cali (@alejoeder y @alcaldiadecali), el vocabulario usado por las cuentas de la administración pública de esta ciudad del pacífico colombiano combina referencias a una idea de recuperación del orden urbano y a la seguridad, con una presencia destacada de términos como «recuperar», «seguridad» y el eslogan «unidosrecuperamosacali». Este encuadre evidencia una intención comunicacional orientada a la reconstrucción de la confianza ciudadana y a la movilización simbólica en torno a la idea de recuperación, en la que la crisis interméstica se integra a un relato local de restauración del control territorial y fortalecimiento del tejido social. De esta forma, este análisis léxico confirma una clara división de roles: el gobierno nacional asume la narrativa macro (ideológica y de gobernanza), mientras que los gobiernos locales se enfocan en la comunicación de la gestión micro (técnica y territorializada).

5. Discusión

El objetivo de este estudio fue identificar las estrategias de encuadre en la comunicación gubernamental en Colombia frente a una crisis interméstica. Los hallazgos ofrecen una visión detallada de cómo los distintos niveles de gobierno, nacional y subnacional, responden comunicacionalmente a un evento de política exterior con profundas implicaciones domésticas. El análisis se fundamenta en la creciente relevancia del concepto de lo «interméstico», que describe fenómenos que son inseparablemente internacionales y locales, y cuya pertinencia se acentúa en un sistema global interconectado (Manning, 1977; Long, 2017).

Los resultados confirman, en primera instancia, una inclinación que favorece el personalismo en la comunicación política digital. La desproporción en la capacidad de generar interacción entre las cuentas personales y los perfiles institucionales de cada entidad de gobierno, evidencia que la figura del líder se ha consolidado como el principal catalizador del debate público. Este fenómeno es consistente con la literatura que documenta cómo las plataformas de redes sociales han facilitado una comunicación más directa y personalizada, desplazando progresivamente a las estructuras institucionales tradicionales en la configuración de la agenda pública (Bimber, 2014; López-Meri, 2016), como los medios tradicionales de comunicación. Las cuentas institucionales adoptan un rol secundario, principalmente informativo, con una resonancia significativamente menor.

Uno de los principales aportes de este estudio consiste en la generación de evidencia empírica sobre la división funcional de los roles de la comunicación gubernamental digital a nivel nacional y subnacional. Así, el gobierno nacional asumió la construcción de una narrativa macro, enmarcando la crisis en términos de soberanía, confrontación ideológica y principios universales como la paz y la humanidad. Esta estrategia se alinea con las competencias del Estado central en la gestión de las relaciones exteriores. Por el contrario, los gobiernos subnacionales desarrollaron una comunicación micro, de carácter pragmático y orientada a la gestión de las consecuencias tangibles de la crisis. Su léxico se centró en problemas de impacto directo para la ciudadanía, como la seguridad, los servicios urbanos y el orden público, traduciendo así un problema internacional a la agenda de la gobernanza local. Esta especialización funcional refleja la lógica de la interdependencia compleja, donde los actores locales se ven obligados a responder a los efectos domésticos de decisiones globales (Keohane y Nye, 2012).

Al examinar la interacción entre estas esferas de gobierno, los datos apuntan a una dinámica de coexistencia caracterizada por un desacoplamiento de agendas, matizada por puntos de tensión indirecta. Las autoridades locales evitaron reproducir el encuadre nacional centrado en disputas de soberanía. En su lugar, los alcaldes concentraron sus publicaciones en requerimientos prácticos de sus ciudades, tales como la seguridad pública o la provisión de agua. Este distanciamiento indica que los gobiernos locales priorizan la estabilidad administrativa frente a las controversias diplomáticas, operando en registros paralelos que evitan la interferencia de la política exterior en la gestión territorial local.

Así, este trabajo contribuye a la discusión sobre el uso de redes sociales en procesos políticos y comunicación de gobierno. Si bien no nos focalizamos, por ejemplo, en los resultados de una contienda electoral, resulta de gran interés analizar cómo la comunicación en redes sociales genera un efecto persuasivo en la ciudadanía. En conclusión, el estudio demuestra que ante una crisis interméstica, la comunicación gubernamental en un sistema multinivel se especializa y jerarquiza: el gobierno nacional define el marco ideológico, mientras que los gobiernos locales comunican la gestión de las consecuencias, actuando como agentes estratégicos activos en la compleja arquitectura de la gobernanza contemporánea.

6. Conclusiones

En conjunto, este estudio demuestra que, frente a una crisis de naturaleza interméstica, la comunicación gubernamental en sistemas multinivel no solo se intensifica, sino que se estructura de manera jerárquica y funcionalmente especializada. La evidencia empírica muestra que el gobierno nacional asume la construcción del marco interpretativo general, articulado en torno a nociones de soberanía, confrontación ideológica y principios normativos de alcance universal, mientras que los gobiernos subnacionales traducen ese conflicto internacional en claves de gestión cotidiana, vinculadas a la seguridad, los servicios urbanos y el bienestar local. Esta diferenciación no responde únicamente a estilos comunicacionales, sino que refleja la distribución de competencias y responsabilidades propias de la gobernanza contemporánea, en un contexto de alta interdependencia global.

Asimismo, los resultados confirman la centralidad del liderazgo personal en la comunicación política digital, evidenciando un patrón de personalismo extremo que atraviesa todos los niveles de gobierno. Las cuentas personales de los mandatarios concentran de manera desproporcionada la atención y el *engagement* ciudadano, relegando a las cuentas institucionales a un rol predominantemente informativo y de baja capacidad de generación de interacción ciudadana. Este hallazgo refuerza la idea de que, en el ecosistema digital, la autoridad simbólica del líder se convierte en el principal motor de la conformación de una agenda pública. Esto pone en manifiesto la presencia de un desafío que tiene lugar en la tensión entre el establecimiento de una comunicación gubernamental coherente y consistente con el interés público, en contraposición de las variaciones de estrategias de comunicación de gobierno ancladas a figuras políticas individuales.

Por último, futuros estudios pueden encontrar en las limitaciones de este estudio un posible punto de partida. En primer lugar, se reconoce que este análisis se circunscribe a una única plataforma digital (X[®]) y a un período temporal acotado, correspondiente a los primeros cien días de una crisis específica, lo que podría ser complementado con un estudio multiplataforma y de mayor cobertura temporal. En segundo lugar, otras investigaciones podrían incorporar enfoques metodológicos mixtos que combinen técnicas cuantitativas con análisis cualitativo de las narrativas que no se limite a un número reducido de caracteres. Una limitación metodológica de este trabajo

radica en la dificultad para establecer si la divergencia discursiva responde a una estrategia deliberada de distanciamiento político o bien a la inercia propia de las competencias administrativas de cada nivel. Trabajos futuros podrían incorporar aproximaciones cualitativas, tales como entrevistas dirigidas a los responsables de prensa de las alcaldías y la presidencia, con el propósito de clarificar los objetivos políticos detrás de estas decisiones de comunicación. Finalmente, resultaría pertinente explorar la relación entre estas estrategias comunicacionales y su recepción ciudadana, tratando de ver qué efectos tuvo sobre la opinión pública o confianza institucional, con el fin de evaluar impacto de la crisis interméstica en la percepción ciudadana, la legitimidad gubernamental y los niveles de congruencia entre los niveles de gobierno.

Declaración de uso de inteligencia artificial

Los autores declaran que no se utilizó ninguna herramienta de inteligencia artificial generativa en ninguna de las fases de este manuscrito.

Contribución de los autores

Luciana C. Manfredi: Conceptualización, redacción del borrador original, validación, revisión y edición del manuscrito. Esteban Robles Dávila: Metodología, software, curación de datos, análisis formal, visualización, redacción del borrador original, revisión y edición del manuscrito. Adolfo A. Abadía: Conceptualización, redacción del borrador original, validación, revisión y edición del manuscrito.

Originalidad

Los autores declaran que este manuscrito es un trabajo original, que no ha sido publicado previamente ni se encuentra bajo consideración para su publicación en otra revista.

Conflicto de intereses

Los autores declaran la ausencia de cualquier conflicto de intereses que pudiera haber influido en el diseño de la investigación, el análisis de los datos o la redacción de este artículo.

Referencias bibliográficas

- Abadía, A. A.; Manfredi, L. C., y Sayago, J. T. (2023): «Comunicación de crisis durante la pandemia del Covid-19 y su impacto en los sentimientos de la ciudadanía». *Opinião Pública*, 29(1): 199-225. <https://doi.org/10.1590/1807-01912023291199>
- Aruguete, N. (2021): «Activación de encuadres en red. Un modelo para repensar la circulación de sentidos en el nuevo entorno mediático». *El profesional de la información*, e300218. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.18>

- Bendezú Huaroto, J.; Ortiz Rojas, J., y Valencia Tola, C. (2025): «Comunicación gubernamental digital en la percepción ciudadana del valor público de las gestiones gubernamentales iqueñas». *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(6): 7460–7480. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i6.15435
- Bentley, M.; Eroukhanoff, C., y Hackett, U. (2017): «Trump's 100 days: Foreign policy and security implications – introduction». *Critical Studies on Security*, 5(2): 166-167. <https://doi.org/10.1080/21624887.2017.1355153>
- Bimber, B. (2014): «Digital Media in the Obama Campaigns of 2008 and 2012: Adaptation to the Personalized Political Communication Environment». *Journal of Information Technology & Politics*, 11(2): 130-150. <https://doi.org/10.1080/19331681.2014.895691>
- Bimes, T.; Domínguez, C. B. K., y Grushkevich, D. (2023): «Hyperpartisanship and the First Hundred Days». *Congress & the Presidency*, 50(1): 51-75. <https://doi.org/10.1080/07343469.2022.2110994>
- Calhoon, C. M., y Alang, S. M. (2025): «Immigration policy as public health policy: Trump's first administration and a critical public health response to the second». *Frontiers in Public Health*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2025.1517287>
- Calvo, E., y Aruguete, N. (2020): *Fake news, trolls y otros encantos: Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Siglo XXI Editores.
- Carey, J. M., y Shugart, M. S. (1995): «Incentives to cultivate a personal vote». *Electoral Studies*, 14(4): 417-439.
- Casero-Ripollés, A. (2021): «Influencers in the Political Conversation on Twitter: Identifying Digital Authority with Big Data». *Sustainability*, 13(5): 2851. <https://doi.org/10.3390/su13052851>
- Chavero Ramírez, P. (2021): «Nuevos líderes, ¿nuevos discursos? El discurso en twitter de Andrés Arauz durante la campaña electoral de Ecuador (2021)». *Cultura, Lenguaje y Representación / Culture, Language and Representation*, 26: 107-126. <https://doi.org/10.6035/clr.5826>
- Crozier, M. P. (2004): «Theatres of innovation: Political communication and contemporary public policy». *Australasian Political Studies Association Conference 2004*, 1-18. <https://hdl.handle.net/11343/34422>
- Dominguez, C. B. K. (2005): «Is It a Honeymoon? An Empirical Investigation of the President's First Hundred Days». *Congress & the Presidency*, 32(1): 63-78. <https://doi.org/10.1080/07343460509507697>
- Enli, G. S., y Skogerbø, E. (2013): «Personalized campaigns in party-centred politics. Twitter and Facebook as arenas for political communication». *Information, Communication & Society*, 16(5): 757–774. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.782330>
- Fernández Pedemonte, D. (2026): «Retórica memética en la narrativa económica de Javier Milei». *Revista Más Poder Local*, (64): 10-28. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.287>
- Frendreis, J.; Tatalovich, R., y Schaff, J. (2001): «Predicting Legislative Output in the First One-Hundred Days, 1897-1995». *Political Research Quarterly*, 54(4): 853-870. <https://doi.org/10.1177/106591290105400409>
- García Casas, L. (2025, enero 27): «Los aranceles como estrategia de presión de Trump». *Deutsche Welle*. <https://www.dw.com/es/los-aranceles-como-estrategia-de-presi%C3%B3n-de-trump/a-71429896>

- Gil De Zúñiga, H.; Goyanes, M., y Mateos, A. (2024): «Twitter Communication Among Democracy Actors: How Interacting With Journalists and Elected Officials Influence People's Government Performance Assessment and Trust». *Social Media + Society*, 10(1). <https://doi.org/10.1177/20563051241232907>
- Gilardi, F.; Gessler, T.; Kubli, M., y Müller, S. (2022): «Social Media and Political Agenda Setting». *Political Communication*, 39(1): 39-60. <https://doi.org/10.1080/10584609.2021.1910390>
- Keohane, R. O., y Nye, J. S. (2012): «Power, Interdependence, and Globalism». En: *Power and interdependence*. Longman, pp. 228-258.
- Löfflmann, G. (2022): «'Enemies of the people': Donald Trump and the security imaginary of America First». *The British Journal of Politics and International Relations*, 24(3): 543-560. <https://doi.org/10.1177/13691481211048499>
- Long, T. (2017): «Coloso fragmentado: La agenda 'intermística' y la política exterior latinoamericana». *Foro Internacional*, 57(1): 5-54. <https://doi.org/10.24201/fi.v57i1.2381>
- López-Meri, A. (2016): «Twitter-retórica para captar votos en campaña electoral. El caso de las elecciones de Cataluña de 2015». *Comunicación y Hombre. Revista Científica de Comunicación y Humanidades*, 12: 97-118.
- Manfredi, L. C.; Abadía, A. A., y Sayago, J. T. (2021): «Twitter, sentimientos y precandidatos presidenciales. Comunicación en tiempos de paro nacional». *Elecciones*, 20(22): 309-336. <https://doi.org/10.53557/Elecciones.2021.v20n22.09>
- Manning, B. (1977): «The Congress, the Executive and Intermestic Affairs: Three Proposals». *Foreign Affairs*, 55(2): 306. <https://doi.org/10.2307/20039647>
- Mohammad, S. M. (2016): «Sentiment analysis: Detecting valence, emotions, and other affectual states from text». En H. L. Meiselman (Ed.): *Emotion measurement*. Woodhead Publishing, pp. 201-237.
- Mohammad, S. M. (2017): «Word affect intensities». *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/1704.08798>
- Morales, G.; Salazar, A., y Puche, D. (2025): «From deliberation to acclamation: How did Twitter's algorithms foster polarized communities and undermine democracy in the 2020 US presidential election». *Frontiers in Political Science*, 6. <https://doi.org/10.3389/fpos.2024.1493883>
- Niño, L. (2025, febrero 4): «Petro volvió a criticar a Trump por la deportación masiva de migrantes ilegales colombianos: 'No nos arrodillamos por la mercancía'». *Infobae*. <https://www.infobae.com/colombia/2025/02/04/petro-volvio-a-criticar-a-trump-por-la-deportacion-masiva-de-migrantes-ilegales-colombianos/>
- Papacharissi, Z. (2002): «The virtual sphere: The internet as a public sphere». *New Media & Society*, 4(1): 9-27. <https://doi.org/10.1177/1461444022226244>
- Reuter, O. J., y Szakonyi, D. (2015): «Online Social Media and Political Awareness in Authoritarian Regimes». *British Journal of Political Science*, 45(1): 29-51. <https://doi.org/10.1017/S0007123413000203>
- Vanegas, S. (2025, enero 30): «'Nos encadenaron como si fuéramos los peores narcotraficantes': El relato de un colombiano deportado en los vuelos que ocasionaron la discordia entre Trump y Petro». *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/articles/clly49xz8vdwo>



©Derechos del autor o autores. Creative Commons License. Este artículo está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.
 ©Copyright of the author or authors. Creative Commons License. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.

La comunicación política desde la mirada mediática alternativa: contrapúblicos, contraencuadres y esferas públicas alternativas en el estallido social de 2021 en Colombia

Political communication from an alternative media perspective: counter publics, counter framing and alternative public spheres in the Social Outburst of 2021 in Colombia



Juan David Cárdenas
Universidad de La Sabana
juancar@unisabana.edu.co
ORCID: 0000-0003-4823-1572

Cómo citar el artículo

Cárdenas, Juan David (2026): «La comunicación política desde la mirada mediática alternativa: contrapúblicos, contraencuadres y esferas públicas alternativas en el estallido social de 2021 en Colombia». *Revista Más Poder Local*, 65: 102-124. DOI: 10.56151/maspoderlocal.333

Resumen

Colombia vivió en 2021 una de las protestas sociales más multitudinarias de su historia. Miles de colombianos, en medio de la pandemia de la COVID-19, se manifestaron contra las políticas del gobierno de Iván Duque, que profundizaban la crítica situación socioeconómica y estuvieron acompañadas por una fuerte represión de las manifestaciones públicas de disenso. La mediatización digital de las protestas tuvo un fuerte impacto en la configuración de los repertorios de protesta y represión de la protesta, y en las condiciones para la disputa narrativa de la realidad, lo que llevó a que se configuraran, desde perspectivas emergentes y alternativas, encuadres de las protestas, contrapúblicos y esferas públicas alternativas que lograron confrontar, al menos temporalmente, los discursos e imaginarios históricamente predominantes en Colombia sobre la protesta social. Este artículo propone una reflexión sobre dicho proceso de mediatización digital explorando sus consecuencias desde una de las dimensiones más interesantes, en términos comunicativos y políticos, y es la de la construcción narrativa de la realidad y las posibilidades que dicho proceso de mediatización digital abre para una comunicación política alternativa en Colombia.

Palabras clave

Protesta social; mediatización digital; contrapúblicos; contraencuadres.

Abstract

Colombia experienced in 2021 one of the most massive social protests in its history. Thousands of Colombians, in the midst of the COVID-19 pandemic, mobilized against the policies of the government of Iván Duque that deepened the critical socio-economic situation and were accompanied by a strong repression of public demonstrations of dissent. The digital mediatization of the protests had a strong impact on the configuration of the repertoires of protest and repression of the protests, and on the conditions for the narrative dispute of reality, which led to the configuration, from emerging and alternative perspectives, of frames of the protests, counterpublics and alternative public spheres that managed to confront, at least temporarily, the historically predominant discourses and imaginaries in Colombia on social protest. This article proposes a reflection on this process of digital mediatization exploring its consequences from one of the most interesting dimensions, in communicative and political terms, and that is the narrative construction of reality and the possibilities that this process of digital mediatization opens for an alternative political communication in Colombia.

Keywords

Social protest; digital mediatization; counterpublics; counterframing.

1. Introducción

El 15 de abril de 2021 el presidente Iván Duque radicó ante el Congreso de la República de Colombia el proyecto de reforma tributaria denominado «Ley de solidaridad sostenible». Esta iniciativa, liderada por el entonces ministro de Hacienda, Alberto Carrasquilla, buscaba ampliar la base gravable para generar nuevos ingresos fiscales y responder a la crisis económica derivada de la pandemia de la COVID-19. Sin embargo, varias de las medidas propuestas fueron leídas por amplios sectores sociales como regresivas, especialmente por su posible impacto sobre las capas medias y populares de la sociedad colombiana. Entre los aspectos que generaron mayor rechazo estuvieron el aumento del IVA a productos y servicios sensibles, la ampliación de la base del impuesto de renta y la percepción de desconexión entre la política fiscal propuesta y las condiciones sociales agravadas por la pandemia (Rojas Londoño, 2021).

Este descontento llevó a que el 28 de abril de 2021 las centrales obreras convocaran a un paro nacional que rápidamente desbordó sus marcos organizativos iniciales. La movilización reunió actores sindicales, estudiantiles, juveniles, feministas, ambientales, étnicos, culturales, barriales y territoriales, en un ciclo de protesta que adquirió una intensidad inédita en la historia reciente del país. Archila y García (2023) han señalado que uno de los rasgos más significativos del Paro Nacional fue la emergencia de «nuevos rostros en las multitudes», en referencia a la coexistencia entre actores tradicionales de la protesta y sujetos colectivos que no siempre habían ocupado un lugar central en la esfera pública nacional. Esta heterogeneidad amplió el repertorio de demandas, lenguajes, símbolos y formas de participación que caracterizaron el estallido social de 2021.

Entre los factores estructurales y coyunturales que alimentaron la protesta se encuentran la desigualdad social, la precarización económica, la inseguridad urbana y rural, la falta de representación política, la violencia policial y la militarización de la respuesta estatal (Grajales y Rodríguez, 2021; Hurtado, 2022; Monsalve y Naranjo, 2023; Patella *et al.*, 2021; Sierra y González, 2021). No obstante, además de estos elementos sociopolíticos, el Paro Nacional de 2021 se desarrolló en un ecosistema comunicativo profundamente atravesado por la mediatización digital. La pandemia había intensificado el uso de plataformas, redes sociales, transmisiones en vivo y medios digitales, generando nuevas condiciones de visibilidad, circulación y disputa pública sobre los acontecimientos.

En ese escenario, la comunicación digital no operó únicamente como soporte técnico de la movilización, sino como un espacio de producción de sentido (Azüero, 2023). Las imágenes, videos, testimonios, denuncias, transmisiones y narrativas que circularon durante el Paro contribuyeron a disputar las formas tradicionales de representación de la protesta social en Colombia, históricamente asociadas a imaginarios de desorden, amenaza, infiltración o violencia. Esta disputa no fue protagonizada solamente por manifestantes y usuarios de redes sociales. También intervinieron medios nativos digitales, independientes y alternativos que, desde sus propias rutinas editoriales, criterios de selección, recursos narrativos y vínculos con fuentes sociales,

contribuyeron a organizar, verificar, amplificar y dotar de densidad pública a relatos que no siempre encontraban lugar en los medios tradicionales.

Este artículo se sitúa precisamente en ese punto de intersección: el papel de los medios nativos digitales colombianos como mediadores de disputas narrativas en torno a la protesta social. Más que entenderlos como simples canales de difusión de contenidos producidos por la ciudadanía o por los movimientos sociales, el texto los aborda como actores comunicativos capaces de producir contraencuadres, articular contrapúblicos y contribuir a la configuración de esferas públicas alternativas. Su relevancia radica en que estos medios no solo registraron los hechos del Paro Nacional, sino que participaron en la construcción de marcos de interpretación sobre sus causas, actores, repertorios, formas de represión y sentidos democráticos.

Desde esta perspectiva, el artículo analiza cómo un conjunto de medios nativos digitales cubrió el Paro Nacional de 2021 y de qué manera sus publicaciones contribuyeron a disputar la legitimidad pública de la protesta. Para ello, se parte de un análisis de contenido de 296 publicaciones producidas por 12 medios nativos digitales colombianos entre el 28 de abril y el 30 de junio de 2021. El análisis se orienta a identificar los encuadres narrativos, temáticos e interpretativos presentes en la cobertura, así como los repertorios de protesta y represión mediatizados, las fuentes informativas utilizadas y las orientaciones valorativas frente a la protesta y al gobierno.

El argumento central sostiene que estos medios participaron en la producción de una mediación alternativa de la protesta, caracterizada por tres dinámicas principales. En primer lugar, la construcción de contraencuadres que desplazaron parcialmente la lectura de la protesta como problema de orden público hacia una interpretación centrada en sus causas sociales, su legitimidad democrática y la denuncia de la violencia estatal. En segundo lugar, la visibilización de contrapúblicos conformados por actores ciudadanos, organizaciones sociales, colectivos territoriales, defensores de derechos humanos y manifestantes, cuyas voces suelen ocupar posiciones subordinadas en la esfera pública dominante. En tercer lugar, la configuración de espacios alternativos de circulación narrativa donde los repertorios *offline* y *online* se articularon para ampliar la comprensión espacial, temporal y simbólica de la protesta.

El alcance del artículo es exploratorio y descriptivo-interpretativo. No se busca demostrar una relación causal directa entre la cobertura de los medios nativos digitales y las variaciones en la opinión pública sobre el Paro Nacional. Más bien, se propone analizar cómo estos medios intervinieron en las condiciones comunicativas de la disputa pública, ofreciendo marcos de sentido que dialogaron con una coyuntura de alta conflictividad política, crisis de representación y cuestionamiento de los relatos institucionales sobre la protesta. En esa medida, el trabajo contribuye a la discusión sobre mediatización digital, protesta social y comunicación política alternativa, poniendo el énfasis en el lugar específico de los medios nativos digitales como productores de contraencuadres y mediadores de las luchas contemporáneas por el sentido público de la movilización social.

2. La mediatización digital de la protesta y la estructura de oportunidad digital: las posibilidades para una nueva cultura política de la protesta

La reflexión que aquí se plantea se sostiene sobre una propuesta conceptual que apunta a brindar elementos analíticos de la protesta social en entornos de mediatización digital tratando de conceptualizar, en contextos como el colombiano, una transformación de la cultura política de la protesta.

Estas transformaciones se pueden ver materializadas en tres ámbitos, como lo plantea Hjarvard (2018): lo tecnológico, entendido como el modo de operar específico de los medios y las tecnologías, lo estético, entendido como las prácticas comunicativas predominantes, y lo institucional, entendido como la legislación, las formas organizacionales, la financiación, entre otras.

Inicialmente se propone un concepto, la mediatización digital de la protesta, para sintetizar las diferentes transformaciones en las lógicas de los actores y los procesos políticos y comunicativos relacionados, sobre la tradición conceptual de la mediatización de la política (Esser, 2013; Strömbäck, 2008; Verón, 1998) entendida como el predominio de las lógicas mediáticas sobre las lógicas políticas. El estudio de la mediatización digital de la protesta puede abordarse desde dos grandes perspectivas.

La primera, que predomina en la literatura, se centra en las transformaciones de los actores, repertorios, tácticas y estrategias que sustentan la acción colectiva. Este enfoque resalta el impacto de Internet, las tecnologías digitales y las redes sociales en la organización y representación de las protestas, en contextos que van desde regímenes autoritarios hasta movimientos globales por el medio ambiente, los derechos humanos o la equidad de género.

Poell y Van Dijck (2018) identifican cinco dimensiones que redefinen la comunicación y organización de las protestas: instantaneidad, movilización de base, disolución de la frontera entre lo *online* y lo *offline*, agregación y desagregación, y condicionamientos técnicos y comerciales de las plataformas.

La instantaneidad alude a la capacidad de registrar y difundir en tiempo real los eventos, configurando nuevas temporalidades comunicativas. La movilización de abajo hacia arriba refiere al potencial de las redes para que los movimientos se organicen de forma autónoma y expandan su alcance más allá del espacio físico. La fusión entre lo *online* y lo *offline* muestra cómo las acciones presenciales se amplifican digitalmente, difuminando sus límites. Por su parte, la agregación y desagregación evidencian la tensión entre la formación de identidades colectivas y la fragmentación individual inducida por la dinámica de las redes. Finalmente, las características técnicas y comerciales de las plataformas –sus algoritmos, normas y arquitecturas– moldean las interacciones, influyendo en la visibilidad, el encuadre y la circulación de los contenidos (Pariser, 2017).

La segunda aproximación se enfoca en las transformaciones mediáticas y su incidencia en los procesos de mediatización. Desde esta perspectiva, la evolución tecnológica reconfigura los escenarios y relaciones de poder que

articulan la comunicación de la protesta (Scolari, 2023). Carty y Reynoso Barón (2019) recuerdan que los activistas siempre han aprovechado las innovaciones comunicativas –de la imprenta a las tecnologías digitales– como herramientas de poder y contrapoder. La revolución digital intensifica esta dinámica al ampliar el repertorio disponible para la acción colectiva.

Estas transformaciones habilitan lo que Mattoni (2016) denomina repertorios comunicativos, en los que las prácticas mediáticas se convierten en formas mismas de protesta. Los sujetos dejan de depender de los medios tradicionales para obtener visibilidad, y asumen un rol activo como productores de contenidos –«mojos» o periodistas ciudadanos– que construyen y distribuyen sus propios encuadres de la realidad (Carty y Reynoso Barron, 2019)

En esta línea, Tusa (2013) subraya que la comunicación mediada por computadora permite comentar y difundir eventos de forma instantánea, potenciando la capacidad de enmarcar digitalmente las protestas. Rossi y Boccia Artieri (2014) profundizan en tres transformaciones clave: la expansión de las tecnologías de producción en la vida cotidiana; la desintermediación y plataformización de la comunicación, que facilita la circulación permanente de contenidos; y la apropiación de lenguajes y formatos de los medios masivos en contextos digitales interconectados. Estas dinámicas favorecen la emergencia de medios nativos digitales y creadores independientes capaces de producir mensajes visuales de alta calidad, fortaleciendo la legitimidad y el alcance de los encuadres de protesta.

A partir de estas discusiones, la mediatización digital de la protesta puede definirse como el proceso mediante el cual las manifestaciones y sus actores son moldeados, representados y transformados por el ecosistema comunicativo digital, sus medios, plataformas, dispositivos, lenguajes y temporalidades.

En suma, la apropiación de las lógicas y transformaciones tecnológicas propias de la comunicación digital ha reconfigurado los procesos de mediatización de la protesta social, afectando a sus actores, escenarios, dinámicas y estrategias. Este proceso impacta tanto en los medios de comunicación como en los sujetos y organizaciones que intervienen en la acción colectiva, redefiniendo la manera en que se produce, circula y disputa el sentido público de la protesta.

Estudios recientes han complejizado esta discusión al señalar que las tecnologías digitales no deben entenderse como canales neutros de difusión, sino como infraestructuras sociotécnicas que inciden en la visibilidad, circulación e interpretación pública de la protesta. En esta línea, Balan (2024) muestra cómo los entornos digitales reconfiguran el paradigma tradicional de cobertura de la protesta, al ampliar los actores que intervienen en su legitimación o deslegitimación pública. Baran y Stoltenberg (2025) destacan que las plataformas facilitan dinámicas de activismo híbrido, conectando lugares, demandas y escalas de movilización. Fang (2023), por su parte, propone comprender tecnologías como la transmisión en vivo no solo como herramientas de registro, sino como prácticas mediáticas que articulan actores, audiencias y acontecimientos. Lev-On (2025) contribuye a esta discusión al diferenciar formas de acción colectiva mediadas por redes sociales según su carácter deliberativo, participativo, *online* u *offline*. Finalmente, Lu

y Peng (2024) subrayan la importancia de la dimensión visual de la protesta, mostrando que imágenes, videos y piezas gráficas cumplen un papel central en la movilización, la identificación emocional y la construcción pública de sentido. En conjunto, estos aportes permiten situar el análisis de los medios nativos digitales dentro de un debate más reciente sobre protestas socialmente mediadas, activismo híbrido, visualidad y disputas narrativas en ecosistemas digitales.

En conjunto, los resultados permiten afirmar que los medios nativos digitales analizados actuaron como mediadores de disputas narrativas sobre la protesta, pero no como agentes capaces de transformar por sí solos la esfera pública. Su aporte se encuentra en la producción de contraencuadres que reorientan la lectura de la movilización hacia la denuncia de la represión, la legitimidad del disenso, la visibilidad de fuentes sociales y la interpretación de la protesta como conflicto democrático. Sus límites aparecen en la fragmentación episódica, en la centralidad de la denuncia por encima de las soluciones, en la dependencia de lenguajes emocionales y en la dificultad de sostener explicaciones estructurales prolongadas. Por ello, más que hablar de una sustitución de los relatos dominantes, los hallazgos sugieren una disputa parcial, situada y contingente por la representación pública de la protesta en el ecosistema digital colombiano.

Ahora bien, esta mediatización digital de la protesta se da en el marco de un contexto de estructura de oportunidad digital que habilita la posibilidad de que distintos actores, procesos y dinámicas se articulen gracias a condiciones políticas, económicas, sociales, tecnológicas, e incluso coyunturales de salud pública, para generar transformaciones en las lógicas de la acción colectiva, sus relaciones de poder y las distintas formas de manifestar el disenso al interior de las sociedades

Sobre esta base se propone el concepto de «estructura de oportunidad digital», que amplía y articula tres antecedentes teóricos: la estructura de oportunidad política (McAdam *et al.*, 2001), la estructura de oportunidad mediática (Cammaerts, 2012) y la estructura de oportunidad discursiva (Koopmans, 2004; McCammon, 2013).

La estructura de oportunidad política describe las condiciones que facilitan o restringen la movilización social. Factores como el grado de apertura del sistema político, la estabilidad de las élites, la existencia de aliados o la capacidad represiva del Estado determinan la oportunidad de la acción colectiva. Por su parte, la estructura de oportunidad mediática se refiere a las posibilidades y limitaciones del entorno comunicativo para los movimientos sociales, integrando la influencia de los medios y las tecnologías en su capacidad de organizarse, expresarse y resistir. Cammaerts (2012) distingue tres dimensiones: la mediática, relativa a la apertura u hostilidad de los medios frente a la protesta; la discursiva, que apunta a la capacidad de generar narrativas propias al margen de los medios tradicionales; y la relacional, centrada en las nuevas formas de coordinación y movilización que habilitan las TIC y las plataformas digitales.

La estructura de oportunidad discursiva (Koopmans, 2004) complementa este marco al destacar tres elementos que determinan la apertura del en-

torno simbólico: la visibilidad del actor en el debate público; la legitimidad con que es presentado en el discurso dominante; y la resonancia entre sus marcos interpretativos y los valores culturales de la sociedad. Estas condiciones comunicativas son determinantes para comprender el grado de éxito de los movimientos en la esfera pública.

En este contexto, la estructura de oportunidad digital se concibe como el entramado de condiciones que configuran las relaciones entre actores sociopolíticos en el ecosistema digital, influyendo en la viabilidad, forma, resonancia y legitimidad de la protesta. Esta estructura articula tres dimensiones interrelacionadas: político-institucional, mediático-discursiva y digital-tecnológica.

La dimensión político-institucional abarca la respuesta estatal frente a la protesta –tolerancia, criminalización o represión–, así como los marcos legales que regulan el acceso y uso de tecnologías en contextos de movilización. La dimensión mediático-discursiva se centra en la disputa por la representación simbólica de la protesta en medios y plataformas, donde los movimientos intentan posicionar encuadres y narrativas legitimadoras frente a discursos hegemónicos. Finalmente, la dimensión digital-tecnológica contempla las condiciones materiales y técnicas –infraestructuras, algoritmos, plataformas– que facilitan u obstaculizan la organización y expresión política, visibilizando también las asimetrías y restricciones del entorno digital.

La interacción entre estas dimensiones define diferentes grados de apertura o cierre en las oportunidades para la acción colectiva, condicionando su eficacia política y comunicativa.

Desde este marco analítico se derivan tres ejes clave para comprender las dinámicas actuales de la protesta digital: la acción conectiva (Bennett y Segerberg, 2012), que explica las nuevas formas de coordinación en redes; los contrapúblicos de la protesta (Fraser, 1990; Warner, 2002), que emergen como esferas públicas alternativas en el entorno digital; y los contraencuadres (Aruguete, 2017; Benford y Snow, 2000; Couldry y Curran, 2003; Koziner, 2022) entendidos como estrategias narrativas de disputa simbólica en los procesos contenciosos contemporáneos.

Acción conectiva

Bennett y Segerberg (2012) conceptualizan la acción conectiva como una forma de compromiso cívico propia de los entornos digitales: individuos movilizan redes compartiendo contenidos personalizados, sin requerir identidades colectivas fuertes ni jerarquías rígidas. La tecnología no es auxiliar, sino infraestructura organizadora (plataformas, *hashtags*) que habilita coordinación distribuida y comunicación horizontal/viral. De este marco derivan: el *spreading* frente al *broadcasting*, con circulación descentralizada y resignificación de mensajes; la personalización del compromiso y los públicos afectivos (Papacharissi, 2015), donde la adhesión descansa en disposiciones emocionales compartidas; la *brokered connective action*, en la que ONGs, medios alternativos u organizaciones facilitan capacidades técnicas y políticas sin imponer marcos identitarios; las tecnologías de autoexpresión (X, Instagram, TikTok, YouTube, Telegram/WhatsApp, memes) que potencian narrativas personales bajo lógicas algorítmicas; la pluralidad narrativa y la

viralidad algorítmica; conectividad sin pertenencia organizativa; y liderazgos carismático-performativos que movilizan afectos más que alineamientos ideológicos.

Contrapúblicos de la protesta

Según Fraser (1990), los contrapúblicos surgen frente a exclusiones de la esfera pública dominante, habilitando a actores subalternos a producir discursos propios; Warner subraya su constitución performativa y su existencia como espacios de circulación antes que como instituciones. En el ecosistema digital se multiplican esferas alternativas (Cammaerts, 2012; Dahlgren, 2005; Treré, 2018) donde medios nativos y colectivos articulan encuadres y cobertura situada. Entre sus rasgos característicos se encuentran: apelación emocional, testimonios y saberes territoriales, participación horizontal/ identidad comunitaria y visualidad subalterna orientada a denunciar lo que los discursos hegemónicos invisibilizan.

Contraencuadres de la protesta

Vinculados a esos contrapúblicos, los contraencuadres disputan la interpretación dominante sobre causas, actores, legitimidad y consecuencias de la protesta (Benford y Snow, 2000; Johnston y Noakes, 2005). Su especificidad digital se expresa en: multimodalidad (memes, videos, *performance*; retórica visual); temporalidad flexible y reconfigurable; condicionamiento algorítmico: el contenido debe adaptarse a lógicas de plataforma; polifonía de emisores que enriquece, pero puede dificultar marcos comunes; y el rol de medios nativos digitales con capacidades editoriales y técnicas para dotar de densidad narrativa. Su eficacia depende de la estructura de oportunidad digital (aperturas/cierres políticos, mediáticos y tecnológicos): censura, represión, criminalización discursiva o sesgos algorítmicos limitan su instalación pública. Aun en escenarios concentrados, pueden abrir sentidos alternativos y sostener resistencias micropolíticas (Aruguete, 2017).

3. La mediatización digital del Paro Nacional 2021 en Colombia: una mirada desde los medios nativos digitales

El Paro Nacional de 2021 en Colombia debe entenderse como un acontecimiento político-comunicativo que transformó las formas tradicionales de movilización y representación social. Desarrollado en el contexto de la pandemia de la COVID-19, este episodio catalizó un proceso de hibridación de repertorios de protesta, donde las calles y las plataformas digitales se articularon como espacios complementarios de acción, expresión y disputa simbólica. La comunicación digital no fue solo un soporte técnico, sino un dispositivo estructurante de la protesta, determinando su desarrollo, contención, represión y comprensión pública.

La mediatización digital introdujo nuevos lenguajes y formatos narrativos –textuales, visuales y performativos– que redefinieron la producción

de sentido sobre la protesta. Esta transformación amplió los márgenes de la opinión pública al permitir la emergencia de actores mediáticos no tradicionales: colectivos ciudadanos, medios nativos digitales y prosumidores que, desde las redes sociales, disputaron la hegemonía narrativa de los medios tradicionales. En este ecosistema híbrido, la representación de la protesta dejó de ser un privilegio institucional para convertirse en una construcción colectiva, descentralizada y en tiempo real.

El paro evidenció la naturaleza expresiva y simbólica de la protesta: la diversidad de demandas se tradujo en repertorios artísticos, visuales y afectivos que expandieron los límites del disenso. Asimismo, se consolidó su dimensión mediática y relacional, donde medios y ciudadanos co-construyeron relatos en tensión con las versiones oficiales, visibilizando abusos estatales y resignificando la protesta como acto legítimo de ciudadanía.

Desde la perspectiva tecnológica y performativa, los dispositivos móviles, transmisiones en vivo y *hashtags* se convirtieron en herramientas de denuncia y coordinación, mientras que los espacios digitales y físicos fueron resignificados como escenarios de resistencia. Esta convergencia potenció la acción conectiva, permitiendo la coordinación horizontal y afectiva entre múltiples actores heterogéneos.

En conjunto, el Paro Nacional de 2021 representó una reconfiguración de la esfera pública: los medios digitales se consolidaron como entornos socio-técnicos y político-discursivos que ampliaron la participación, pluralizaron la agenda pública y disputaron la construcción del sentido social. De esta forma, el paro no solo fue una movilización social, sino un acontecimiento comunicativo-político que marcó un punto de inflexión en la cultura mediática, simbólica y tecnológica de la protesta en Colombia.

Los medios nativos digitales fueron uno de los actores con mayor influencia en la disputa comunicativa del Paro Nacional, al funcionar como ejes articuladores de contrapúblicos y contraencuadres y como productores de narrativas que disputaron la comprensión de la realidad.

4. Metodología

Se realizó un análisis de contenido de carácter exploratorio-descriptivo aplicado a 296 publicaciones producidas por 12 medios nativos digitales colombianos (ver Tabla I) durante el ciclo inicial y de mayor intensidad del Paro Nacional de 2021, comprendido entre el 28 de abril y el 30 de junio de ese año.

La selección de los medios fue intencional y respondió a cuatro criterios: su condición de medios digitales no derivados directamente de empresas periodísticas tradicionales; su actividad pública y verificable durante el periodo de protesta; la disponibilidad de contenidos en archivos web o plataformas digitales; y su relevancia dentro del ecosistema de medios independientes, alternativos o emergentes que cubrieron el Paro desde perspectivas distintas a las de los medios tradicionales.

Tabla I. Distribución del corpus analizado.

Medio	Frecuencia	Porcentaje
Las 2 Orillas	83	28
Kien y Ke	51	17
Pluralidad Z	38	13
La Silla Vacía	28	9
Colombia Informa	24	8
Cuestión Pública	17	6
Pacifista	16	5
Cero Setenta	11	4
Voragine	10	3
La Cola de Rata	7	2
Mutante	6	2
Baudo AP	5	2
Total	296	100

Fuente: elaboración propia.

La unidad de análisis fue cada publicación periodística o informativa referida al Paro Nacional, incluyendo noticias, crónicas, reportajes, entrevistas, piezas explicativas, denuncias documentadas y contenidos multimedia con tratamiento editorial. Para cada unidad se aplicó una matriz de codificación orientada a identificar (ver Tabla II): el encuadre narrativo predominante –temático o episódico–; el encuadre temático central; los encuadres interpretativos presentes –definición del problema, atribución causal, consecuencias, soluciones y evaluaciones morales–; los repertorios de protesta y de represión mediatizados; las fuentes informativas utilizadas; y la orientación valorativa de esas fuentes frente a la protesta y al gobierno.

El propósito del análisis no es establecer una relación causal entre la cobertura de estos medios y los cambios en la opinión pública, sino describir e interpretar los patrones mediante los cuales los medios nativos digitales seleccionados contribuyeron a la construcción de contraencuadres, a la visibilización de actores no estatales y a la configuración de espacios alternativos de disputa narrativa sobre la legitimidad de la protesta.

Tabla II. Variables de encuadre e indicadores del análisis de contenido

Variable	Indicadores	Definición de los indicadores
Encuadre narrativo: forma en que una publicación organiza y presenta la información mediante decisiones narrativas que orientan la interpretación del lector sobre un problema público.	Encuadre episódico	Presenta los hechos como eventos individuales, aislados o anecdóticos, muchas veces vinculados a protagonistas concretos. Personaliza el problema y suele apelar a las emociones del receptor.
	Encuadre temático	Expone los hechos dentro de un marco estructural o contextual, articulando el problema con causas sistémicas. Suele incorporar datos, estadísticas, múltiples voces o análisis orientados a explicar el fenómeno.
Encuadre de agenda temática predominante: perspectiva sustantiva desde la cual se interpreta el tema en la agenda, a partir de la selección y jerarquización de elementos que orientan la comprensión pública de la protesta.	Político/conflicto	Presenta la protesta como parte de una disputa de poder entre actores políticos. Destaca el conflicto entre gobierno, oposición, movimientos sociales u otros grupos, y muestra la protesta como estrategia política o forma de incidir en el debate público.
	Económico	Presenta la protesta desde sus causas o consecuencias económicas. Puede enfatizar afectaciones al empleo, comercio o economía nacional, o explicar la movilización a partir de desigualdad, pobreza, desempleo o decisiones económicas del gobierno.
	Seguridad/orden público/violencia	Presenta la protesta como una amenaza para el orden público, la seguridad, la estabilidad o la legalidad. Se enfoca en bloqueos, disturbios, enfrentamientos, vandalismo o intervención de la fuerza pública.
	Social	Presenta la protesta como expresión de organización y acción colectiva de sectores sociales, comunidades o grupos populares. Destaca coordinación, solidaridad, autogestión, tejido social o demandas compartidas.
	Jurídico/legal/derechos	Presenta la protesta desde el punto de vista del derecho, la legalidad o los derechos fundamentales. Incluye la defensa del derecho a protestar, expresarse o informar, así como restricciones legales, sanciones, censura, ataques a periodistas, uso excesivo de la fuerza o violaciones de derechos humanos.
	Tecnológico	Destaca el papel de las tecnologías digitales, plataformas y redes sociales en la protesta. Incluye su uso para organización, denuncia, difusión de información, activismo digital, vigilancia, censura, control o visibilización de la movilización.
	Cultural	Relaciona la protesta con identidades, símbolos y expresiones culturales. Presenta la movilización como afirmación de valores, defensa de memorias, tradiciones o identidades colectivas, e incluye expresiones artísticas como música, arte, teatro, danza, performance o grafiti.
Encuadre interpretativo: función principal que cumple un contenido al orientar la comprensión de un fenómeno social o político, resaltando la naturaleza del problema, sus causas, consecuencias, soluciones o evaluaciones morales	Conmemorativo	Relaciona la protesta con la memoria histórica y la reivindicación de víctimas. Incluye luchas pasadas, homenajes, fechas, lugares o símbolos con carga histórica, y resignifica eventos anteriores como parte del sentido actual de la movilización.
	Problema	Describe la protesta como fenómeno social, político o económico. Presenta sus características, pacífica o violenta, legítima o ilegítima, identifica actores participantes y construye una narrativa sobre qué es o cómo debe entenderse la protesta.
	Causas	Explica por qué surge la protesta. Puede mencionar injusticias, exclusión, desigualdad, decisiones gubernamentales, represión, reformas impopulares o factores estructurales que permiten contextualizar el malestar social.
	Consecuencias	Muestra los efectos generados por la protesta, ya sean positivos, cambios, participación, empoderamiento, o negativos, violencia, represión, pérdidas, conflicto–, así como sus repercusiones políticas, económicas, sociales o institucionales.
	Soluciones	Presenta ideas, medidas o respuestas para resolver la situación. Puede incluir reformas, mesas de diálogo, acuerdos, mediaciones, respuestas institucionales, judiciales o represivas, y propuestas orientadas a las causas o a los efectos de la protesta.
	Evaluaciones morales	Emite juicios de valor sobre los actores o sus acciones. Puede elogiar o condenar a manifestantes, autoridades, fuerza pública u otros actores, presentándolos como legítimos, violentos, valientes, represivos, irresponsables, necesarios o peligrosos.

Fuente: elaboración propia a partir del libro de códigos de la investigación.

5. Resultados

A continuación, se desarrollan los principales hallazgos del análisis de contenido. Con respecto al encuadre narrativo se encontró un predominio de los encuadres episódicos sobre los temáticos (ver Tabla III), dando más espacio a la presencia de testimonios y al encuadre a partir de acontecimientos específicos que generaban una mayor conexión emocional con las audiencias.

Tabla III. Encuadre narrativo.

Encuadre	Frecuencia	Porcentaje
Temático	116	39
Episódico	180	61
Total	296	100

Fuente: elaboración propia.

En relación con el encuadre temático hay tres encuadres que sobresalen sobre los demás (ver Tabla IV): político/conflicto, seguridad/orden público y violencia, y social. Esto permite evidenciar una mirada más balanceada que la de los medios tradicionales que enfatizan más en la dimensión disruptiva y violenta de la protesta y sus consecuencias.

Tabla IV. Encuadre de agenda temática.

Encuadre	Frecuencia	Porcentaje
Político/conflicto	79	27
Seguridad/orden público/violencia	79	27
Social	48	16
Jurídico/legal/derechos	25	8
Tecnológico	24	8
Cultural	20	7
Conmemorativo	12	4
Económico	9	3
Total	296	100

Fuente: elaboración propia.

Los encuadres interpretativos también permiten evidenciar la intención comunicativa de estos medios. Los más frecuentes apuntan a los elementos persuasivos más determinantes para la comprensión de la realidad: su definición, sus causas y sus consecuencias (ver Tabla V).

Tabla V. Encuadre interpretativo.

Encuadre	Recuento	%
Definición del problema	162	55
Causas	108	36
Consecuencias	191	65
Soluciones	34	11
Evaluaciones morales	161	54

Fuente: elaboración propia.

Con respecto a los repertorios de protesta y de represión, estos medios dan un poco más de lugar a la mediatización de hechos de represión de la protesta (57%) que a los hechos de protesta (55%).

Hay una mayor presencia de repertorios convencionales de protesta, especialmente marchas y concentraciones, mientras que también aparece una serie de repertorios no convencionales propios del contexto, como la visibilización y denuncia en línea, las expresiones artísticas de protesta y los repertorios de resistencia territorial. Esto muestra que parte del encuadre de la protesta, en su mediatización digital, apela a un escenario híbrido que combina elementos territoriales y digitales, los cuales se articulan para disputar el espacio público tradicional y la esfera pública digital.

Imagen 1. Denuncia y visibilización de abusos del Estado.

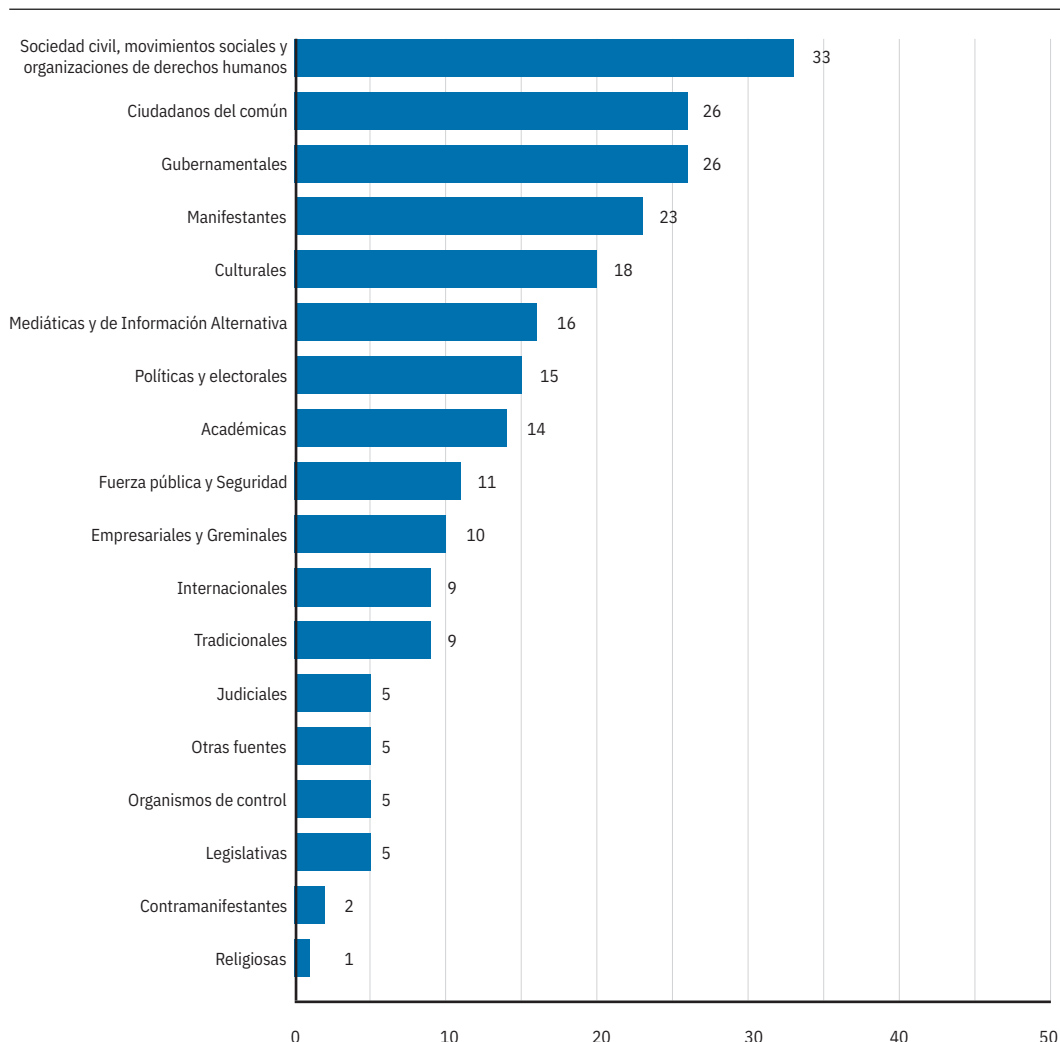


Fuente: imágenes extraídas de [mutante.org](#), [pacifista.tv](#), [vorágine.co](#), [cerosetenta.uniandes.edu.co](#), [lacoladerata.co](#)

El aspecto que más claramente prueba la existencia de un contraencuadre es el de la mediatización de la represión de la protesta. Los medios nativos digitales expusieron y denunciaron al mundo, soportados en evidencias de distintas fuentes ciudadanas y organizaciones sociales, los abusos del Estado sobre los manifestantes (ver Gráfico 1).

Con respecto a los contrapúblicos se analizaron las fuentes informativas y sus sesgos frente a la protesta y el gobierno. De entrada, se evidencia el peso que tuvieron los actores de la sociedad civil, los movimientos sociales y las organizaciones de derechos humanos que aparecen en un 33% de las publicaciones, seguidos de ciudadanos del común con 26% y fuentes de gobierno con 26%. En general hay un predominio de fuentes no estatales.

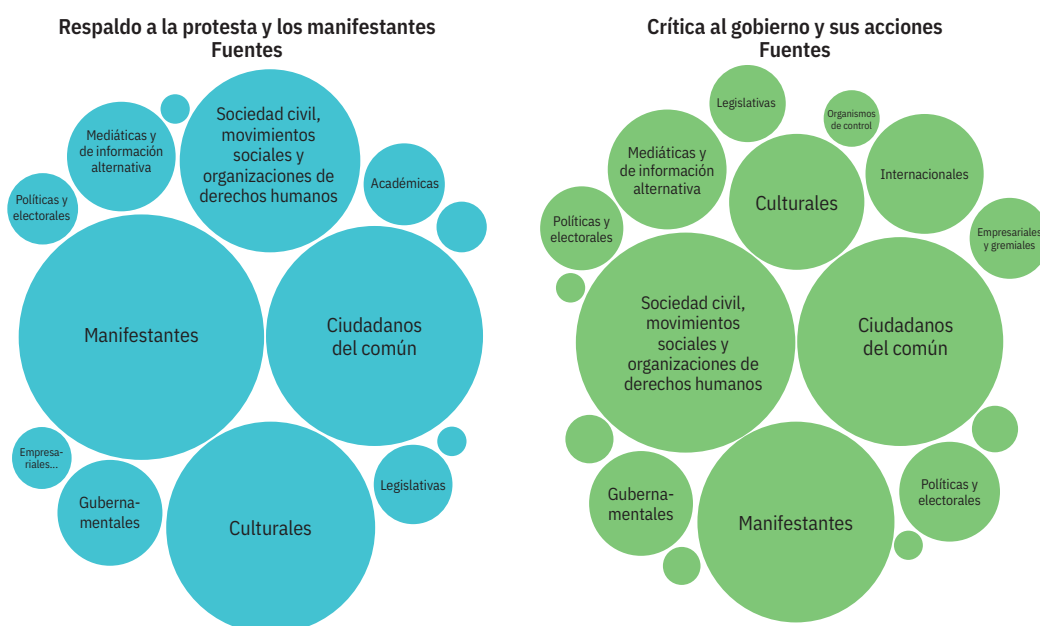
Gráfico 1. Fuentes informativas.



Fuente: elaboración propia.

En cuanto a las orientaciones valorativas, predominaron la crítica al gobierno y sus acciones, presente en el 29% de las publicaciones, y el respaldo a la protesta y los manifestantes, con el 27%. Las orientaciones antiprotesta y progobierno aparecieron en el 12% y el 6% de las publicaciones, respectivamente.

Gráfico 2. Sesgos pro-protesta y anti-gobierno.



Fuente: elaboración propia.

6. Discusión

Los resultados muestran que los medios nativos digitales analizados participaron en la construcción de una mediación alternativa del Paro Nacional de 2021, pero también permiten problematizar los alcances y límites de esa mediación. La cobertura no puede entenderse simplemente como un desplazamiento pleno de los encuadres tradicionales sobre la protesta, sino como una reconfiguración parcial de sus sentidos. Estos medios disputaron las narrativas dominantes al otorgar mayor visibilidad a fuentes sociales, ciudadanas y de derechos humanos, así como a hechos de represión estatal; sin embargo, su cobertura también estuvo atravesada por lógicas narrativas, temáticas y valorativas que revelan las ambivalencias propias del ecosistema digital contemporáneo.

Un primer elemento para discutir es el predominio del encuadre narrativo episódico. Este resultado es relevante porque podría parecer contradictorio con la expectativa de que los medios alternativos o nativos digitales produzcan coberturas más contextuales, estructurales o explicativas. Sin embargo,

en el caso analizado, lo episódico no necesariamente equivale a superficialidad. Muchas publicaciones se apoyaron en testimonios, escenas, denuncias, imágenes y casos particulares para construir una lectura moral y política de la protesta. El episodio operó como recurso de visibilización: permitió convertir experiencias individuales de represión, abuso o resistencia en evidencias públicas del conflicto. No obstante, este predominio también señala un límite: la fuerza testimonial y emocional de la cobertura puede favorecer la identificación con casos concretos, pero no siempre garantiza una explicación estructural sostenida de las causas profundas de la movilización.

La distribución de los encuadres temáticos también introduce una ambivalencia importante. La presencia destacada de los encuadres político/conflicto, seguridad/orden público/violencia y social muestra que los medios nativos digitales no abandonaron los registros clásicos desde los cuales suele representarse la protesta. El encuadre de seguridad y orden público, por ejemplo, sigue ocupando un lugar relevante. La diferencia está en que, dentro de estos medios, ese registro no aparece necesariamente para criminalizar la movilización, sino para disputar la interpretación de la violencia y de la responsabilidad estatal. En otras palabras, los medios nativos no eliminan el vocabulario del conflicto, el orden o la violencia; lo reubican dentro de una narrativa que busca explicar por qué la protesta ocurre, quiénes la protagonizan, cómo es respondida por el Estado y qué formas de legitimidad se ponen en juego.

Los encuadres interpretativos permiten observar con mayor claridad este desplazamiento. La presencia de publicaciones orientadas a definir el problema, señalar consecuencias y formular evaluaciones morales indica que estos medios no solo narraron acontecimientos, sino que buscaron intervenir en su interpretación pública. En este punto aparece uno de los rasgos centrales de los contraencuadres: la protesta deja de ser presentada únicamente como alteración del orden y pasa a ser narrada como expresión de demandas sociales, denuncia de abusos, crisis de representación y disputa democrática. Sin embargo, el peso relativamente menor de los encuadres centrados en soluciones sugiere que la cobertura tuvo más fuerza en la denuncia, la visibilización y la valoración moral que en la construcción de salidas institucionales o programáticas. Esto muestra un límite importante de los contrapúblicos digitales: pueden ampliar la visibilidad de actores y demandas, pero no siempre logran traducir esa visibilidad en horizontes deliberativos o propuestas de resolución del conflicto.

La relación entre protesta y represión constituye otro punto central de discusión. Los datos muestran una presencia ligeramente mayor de hechos de represión frente a hechos de protesta, aunque la diferencia no debe interpretarse como una brecha sustantiva. Lo significativo es la articulación entre ambas dimensiones. En la cobertura de estos medios, la protesta aparece estrechamente vinculada con las formas de contención, vigilancia, confrontación y violencia institucional que la acompañaron. Esta articulación fortalece el contraencuadre de denuncia, pues permite cuestionar los relatos que presentan la intervención estatal como una simple restauración del orden.

Sin embargo, la centralidad de la represión también supone un posible riesgo narrativo. Cuando la cobertura se organiza principalmente alrededor

de episodios de abuso, víctimas, enfrentamientos y violencia institucional, estas experiencias adquieren una elevada capacidad de visibilidad y movilización emocional, pero las demandas sustantivas que originaron la protesta –relacionadas con la desigualdad, las reformas gubernamentales, el empleo, la educación o la representación política– pueden recibir un desarrollo menor. No se afirma que este desplazamiento se haya producido necesariamente en las audiencias, pues el estudio no analiza directamente la recepción de los contenidos. Se señala, más bien, una tensión interna de la cobertura: la denuncia de la represión puede legitimar el derecho a protestar y, al mismo tiempo, concentrar la atención narrativa en la violencia sufrida antes que en la diversidad de agendas sociales, políticas y territoriales de la movilización.

Los resultados de una encuesta de Centro Nacional de Consultoría (2019) no contradicen esta interpretación. Que el 71% de los encuestados asociara el paro de aquel año con la esperanza de que el gobierno atendiera los reclamos sociales muestra que las demandas conservaron legitimidad y capacidad de resonancia en la opinión pública. Sin embargo, esa medición no permite establecer cómo fueron jerarquizadas dichas demandas dentro de la cobertura mediática ni evaluar el efecto específico de la centralidad narrativa de la represión. Además, la encuesta corresponde al ciclo de protesta de 2019, mientras que nuestro análisis de contenido se refiere al Paro Nacional de 2021. Por tanto, se utiliza como un antecedente sobre las actitudes frente a la protesta, no como evidencia directa de la recepción de los contenidos estudiados.

El análisis de fuentes confirma la función articuladora de estos medios, pero también matiza la idea de una esfera alternativa completamente separada de la esfera pública dominante. La presencia de fuentes de la sociedad civil, movimientos sociales, organizaciones de derechos humanos y ciudadanos del común indica una ampliación de las voces autorizadas para narrar la protesta. Estos actores adquieren un lugar más visible en la construcción informativa y permiten configurar contrapúblicos en los que circulan testimonios, denuncias y lecturas críticas de la respuesta estatal. No obstante, la presencia de fuentes gubernamentales también muestra que los medios nativos digitales no operan al margen de las instituciones, sino en relación con ellas. Su especificidad no está en excluir completamente las voces oficiales, sino en alterar la jerarquía interpretativa desde la cual esas voces son puestas en relación con actores sociales y ciudadanos.

Algo similar ocurre con las orientaciones valorativas. El predominio de posiciones críticas frente al gobierno y de respaldo a la protesta evidencia que estos medios no se sitúan en una neutralidad formal, sino que asumen una posición editorial que favorece la legitimación del disenso y la denuncia de la represión. Este punto debe leerse con cuidado. Por un lado, dicha orientación permite disputar encuadres históricamente criminalizantes y estigmatizantes sobre la protesta social en Colombia. Por otro, plantea preguntas sobre los límites entre contraencuadre, activismo informativo y periodismo de denuncia. La mediación alternativa no equivale necesariamente a mayor pluralismo en términos simétricos, sino a una redistribución de la visibilidad y de la legitimidad narrativa hacia actores y experiencias que han sido marginados en la cobertura tradicional.

Así pues, la relación entre contraencuadres, contrapúblicos y audiencias debe entenderse, en este estudio, como una relación de mediación y resonancia más que como una relación causal demostrable. Los medios nativos digitales analizados contribuyeron a articular contraencuadres al seleccionar fuentes sociales, ciudadanas y de derechos humanos, visibilizar repertorios de represión y otorgar centralidad narrativa a testimonios, denuncias e imágenes provenientes de actores no estatales. A través de estas decisiones editoriales, dichos medios participaron en la configuración de contrapúblicos: espacios de circulación discursiva en los que actores históricamente subordinados pudieron disputar la interpretación dominante de la protesta. Las audiencias aparecen, entonces, no como sujetos medidos directamente por este estudio, sino como horizonte de recepción de esos relatos alternativos. En ese sentido, los resultados permiten señalar que los contraencuadres producidos por los medios nativos digitales no operaron de manera aislada, sino en interacción con públicos conectados, repertorios de denuncia y un contexto de opinión pública más abierto a reconocer la legitimidad de la protesta y a cuestionar la respuesta estatal.

Las encuestas sobre participación y actitudes frente a la protesta permiten ubicar los hallazgos del análisis de contenido en un contexto más amplio de cultura política. En Colombia, la participación en manifestaciones ha sido históricamente limitada. La Encuesta Mundial de Valores muestra que, para la oleada 2017-2022, solo el 21% de los encuestados afirmaba haber asistido a manifestaciones legales o pacíficas, mientras que el 41% señalaba que nunca lo haría. En una dirección similar, el Latinobarómetro registraba para 2023 un 19% de asistencia a manifestaciones autorizadas, y el LAPOP mostraba que en 2021 apenas el 9% de los encuestados decía haber participado en una manifestación o protesta pública durante los últimos doce meses. Estos datos sugieren que la protesta no ha sido una práctica ampliamente extendida dentro de la cultura política colombiana y que, en términos generales, ha coexistido con imaginarios de desconfianza, distancia o baja disposición participativa.

Los datos correspondientes a ciclos recientes de movilización muestran una situación más ambivalente. Aunque no se refiere al Paro Nacional de 2021, la encuesta «Visión ciudadana del Paro Nacional», a la que ya nos hemos referido con anterioridad, realizada por el Centro Nacional de Consultoría en 2019, permite observar algunas actitudes ciudadanas frente a la protesta. El estudio registró una imagen positiva del paro del 55% y una participación en marchas del 44%. Aunque también aparecieron preocupaciones frente a sus efectos negativos –como el vandalismo, la desestabilización social, la violencia o los impactos económicos–, la encuesta evidencia que la protesta podía ser interpretada simultáneamente como fuente de incertidumbre y como mecanismo legítimo de presión social.

Algo similar ocurre con los datos recogidos por el Centro de Investigación en Comunicación Política de la Universidad Externado de Colombia durante el Paro Nacional de 2021. En este estudio, el 34% de los encuestados afirmó haber asistido a protestas, un porcentaje superior al registrado por mediciones generales sobre participación en manifestaciones. Además, las afirmaciones con mayor nivel de acuerdo fueron aquellas que relacionaban la protesta con un movimiento de liberación y con el apoyo a quienes protestaban

desde el 28 de abril, mientras que la afirmación que presentaba las protestas como un movimiento violento obtuvo el menor nivel de acuerdo. En las preguntas dicotómicas, los encuestados se inclinaron mayoritariamente por una salida negociada antes que por el uso de la fuerza pública, atribuyeron con mayor frecuencia el inicio de la agresión física a la policía que a los manifestantes, y asociaron el paro más con esperanza que con miedo.

Estos datos no permiten afirmar que los medios nativos digitales hayan producido cambios directos en la opinión pública. Sin embargo, sí permiten situar sus contraencuadres en un escenario de recepción más complejo que el supuesto rechazo tradicional a la protesta. Las encuestas muestran una cultura política históricamente poco participativa en términos protestatarios, pero también revelan que los ciclos recientes de movilización abrieron condiciones de mayor legitimación, simpatía y disputa interpretativa. En ese contexto, y como venimos advirtiendo repetidamente, los medios nativos digitales analizados no deben entenderse como causa directa de la opinión favorable a la protesta, sino como actores que participaron en la circulación de relatos, fuentes y marcos interpretativos compatibles con una coyuntura en la que la protesta adquirió mayor reconocimiento público como forma legítima de expresión democrática.

La mirada desde la opinión pública es esencial para evaluar el impacto del Paro Nacional de 2021 en las percepciones y actitudes de los ciudadanos colombianos respecto a la protesta. Esto no sugiere que la modificación de las actitudes implique una transformación cultural a largo plazo. Más bien, evidencia cómo, al menos en este contexto, aspectos como la mediatización digital pudieron haber influido en la configuración de dinámicas y procesos sociales, políticos, comunicativos e informativos que generaron una matriz de opinión favorable frente a las protestas y de cuestionamiento a los imaginarios y valores arraigados históricamente sobre el ejercicio del derecho a la protesta en el país.

7. Conclusiones

El Paro Nacional de 2021 en Colombia evidenció una profunda transformación en la relación entre comunicación, ciudadanía y poder. Más que una movilización social, fue un acontecimiento comunicativo que reconfiguró los modos de participación, representación y legitimación política en el país. Las redes sociales y los medios digitales se convirtieron en espacios de organización, denuncia y creación colectiva, permitiendo que nuevos actores –jóvenes, mujeres, comunidades étnicas, sectores populares– irrumpieran en la esfera pública con sus propias voces, relatos y estéticas. Esta apertura mediática amplió los márgenes del debate democrático, desplazó temporalmente los discursos hegemónicos que criminalizaban la protesta y visibilizó las tensiones entre la libertad expresiva y el control tecnológico. El paro dejó ver que las luchas contemporáneas por la justicia social también son disputas por el sentido y la palabra, y que en la era digital la comunicación es un campo central de acción política donde se redefinen las formas de ciudadanía, los repertorios de movilización y la construcción simbólica de la política.

Los contraencuadres reorientaron la interpretación pública: visibilizaron violencias estatales, complejizaron las causas y legitimaron la protesta como ciudadanía activa; los medios nativos aportaron densidad narrativa y profesionalización técnica a esa disputa.

La convergencia entre acción conectiva, contrapúblicos y contraencuadres movilizó apoyos y erosionó, al menos temporalmente, imaginarios que asociaban la protesta con desorden o ilegitimidad. Sin suponer una transformación cultural consolidada, el ciclo 2021 amplió los márgenes de participación, pluralizó la agenda y mostró que el terreno comunicativo es hoy decisivo para la legitimidad política; futuras investigaciones deben medir la persistencia de estos efectos y las condiciones (políticas, tecnológicas y mediáticas) que los habilitan o restringen.

Declaración de uso de inteligencia artificial en la redacción

En este estudio no se ha hecho uso de Inteligencia Artificial.

Referencias bibliográficas

- Archila Neira, M., y García Velandia, M. C. (2023): «Novedades y continuidades del estallido social del 28A». En J. Celis (Ed.): *Estallido social 2021: Expresiones de vida y resistencias* Siglo Editorial, pp. 67-106.
- Aruguete, N. (2017): «Agenda setting y framing: Un debate teórico inconcluso». *Revista Más Poder Local*, 30: 36-42. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5788523>
- Azuero, A. (2023): *El paro como teoría: Historia del presente y estallido en Colombia*. Herder Ed.
- Balan, V. (2024): «Digital technologies and the protest paradigm: The discursive construction of the #WomanLifeFreedom protests in Time and Wired magazine». *Media, Culture & Society*, 47(2): 252-270. <https://doi.org/10.1177/01634437241276126>
- Baran, Z., y Stoltenberg, D. (2025): «Dynamics of scale shift: Contentious places and hybrid activism on social media». *New Media & Society*, 27(9): 5088-5109. <https://doi.org/10.1177/14614448241247314>
- Benford, R. D., y Snow, D. A. (2000): «Framing processes and social movements: An overview and assessment». *Annual Review of Sociology*, 26(1): 611-639. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.26.1.611>
- Bennett, W. L., y Segerberg, A. (2012): «The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics». *Information, Communication & Society*, 15(5): 739-768. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Cammaerts, B. (2012): «Protest logics and the mediation opportunity structure». *European Journal of Communication*, 27(2): 117-134.
- Carty, V., y Reynoso Barron, F. G. (2019): «Social movements and new technology: The dynamics of cyber activism in the digital age». En B. Berberoglu (Ed.): *The Palgrave handbook of social movements, revolution, and social transformation*. Palgrave Macmillan, pp. 373-397. https://doi.org/10.1007/978-3-319-92354-3_16
- Centro de Investigación en Comunicación Política (2021): *Estudio de cultura política y protesta social en Colombia* [Base de datos no publicada]. Universidad Externado de Colombia.

- Centro Nacional de Consultoría (2019): *Visión ciudadana del Paro Nacional*. https://dc474ff0-5914-4f85-b4fd-19245cc79ca0.filesusr.com/ugd/c967c2_d772e95670bb48559ec4dad2c1abd8e4.pdf
- Corporación Latinobarómetro (2023): *Latinobarómetro 2023: Banco de datos en línea* [Base de datos]. <https://www.latinobarometro.org/lat.jsp>
- Couldry, N., y Curran, J. (2003): *Contesting media power: Alternative media in a networked world*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Dahlgren, P. (2005): «The internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation». *Political Communication*, 22(2): 147-162. <https://doi.org/10.1080/10584600590933160>
- Esser, F. (2013): «Mediatization as a challenge: Media logic versus political logic». En H. Kriesi, S. Lavenex, F. Esser, J. Matthes, M. Bühlmann, y D. Bochler (Eds.): *Democracy in the age of globalization and mediatization*. Palgrave Macmillan, pp. 155-176. https://doi.org/10.1057/9781137299871_7
- Fang, K. (2023): «The social movement was live streamed: A relational analysis of mobile live streaming during the 2019 Hong Kong protests». *Journal of Computer-Mediated Communication*, 28(1), zmac033. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmac033>
- Fraser, N. (1990): «Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy». *Social Text*, 25/26: 56-80.
- Fundación para la Libertad de Prensa. (2021): *En vivo: De la calle a la pantalla. Medios digitales, redes sociales y manifestaciones sociales* [Informe]. <https://flip.org.co/publicaciones/otras-publicaciones?item=en-vivo-de-la-calle-a-la-pantalla>
- Grajales, J. F. V., y Rodríguez, A. I. (2021): «Colombia al límite: Un grito social por cambios». *Iberoamérica Social: Revista-Red de Estudios Sociales*, 9(16): 25-30.
- Hjarvard, S. (2018): «The logics of the media and the mediatized conditions of social interaction». En C. Thimm, M. Anastasiadis, y J. Einspänner-Pflock (Eds.): *Media logic(s) revisited: Modelling the interplay between media institutions, media technology and societal change*. Palgrave Macmillan, pp. 63-84.
- Hurtado, A. G. (2022): «El baile de los que ¿sobran? Clases sociales emergentes y revuelta popular en el paro nacional de Colombia». *Yeiya, Revista de Estudios Críticos*, 3(1): 121-135.
- Johnston, H., y Noakes, J. A. (Eds.) (2005): *Frames of protest: Social movements and the framing perspective*. Rowman & Littlefield.
- Koopmans, R. (2004): «Protest in time and space: The evolution of waves of contention». En D. A. Snow, S. A. Soule, y H. Kriesi (Eds.): *The Blackwell companion to social movements*. Blackwell, pp. 19-46. <https://doi.org/10.1002/9780470999103.ch2>
- Koziner, N. (2022): «El frame-building: Una herramienta de análisis para el tratamiento mediático de las políticas de medios». *InMediaciones de la Comunicación*, 17(2), 167-185.
- LAPOP Lab. (2021): «Americas Barometer 2021: Colombia» [Base de datos]. Vanderbilt University. <https://www.vanderbilt.edu/lapop/interactive-data.php>
- Lev-On, A. (2025): «Categorizing social media-based collective action». *Information Polity*, 30(1): 49-64. <https://doi.org/10.1177/15701255241304652>
- Lu, Y., y Peng, Y. (2024): «The mobilizing power of visual media across stages of social-mediated protests». *Political Communication*, 41(4): 531-558. <https://doi.org/10.1080/10584609.2024.2317951>

- Mattoni, A. (2016): «Repertoires of communication in social movement processes». En B. Cammaerts, A. Mattoni, y P. McCurdy (Eds.): *Mediation and protest movements*. Intellect Books, pp. 41-56.
- McAdam, D., Tarrow, S., y Tilly, C. (2001): *Dynamics of contention*. Cambridge University Press.
- McCammon, H. J. (2013): «Discursive opportunity structure». En D. A. Snow, D. della Porta, B. Klandermans, y D. McAdam (Eds.): *The Wiley-Blackwell encyclopedia of social and political movements*. Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9780470674871.wbespm073>
- Monsalve, E. de J. R., y Naranjo, L. M. V. (2023): «Crisis y estallido social en Colombia». *Administración & Desarrollo*, 53(1): 1-18.
- Papacharissi, Z. (2015): *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Pariser, E. (2017): *El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Taurus.
- Patella, P. A., Pinzón, G. M. E., y Ariza, I. (2021). «Paro nacional en Colombia: Espiral de la resistencia civil noviolenta, medios de comunicación y mecanismos de impunidad». *Revista de Cultura de Paz*, 5: 105-122.
- Poell, T., y van Dijck, J. (2018): «Social media and new protest movements». En J. Burgess, A. Marwick, y T. Poell (Eds.): *The SAGE handbook of social media*. SAGE, pp. 546-561.
- Rojas Londoño, E. (2021): «Colombia: El despertar de una movilización social sin precedentes». *Boletín del Departamento de América Latina y el Caribe*, 76: 22-26. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/123304>
- Rossi, L., y Boccia Artieri, G. (2014): «Cyberprotest: Protest in the digital age». En K. Fahlenbrach, E. Sivertsen, y R. Werenskjold (Eds.): *Media and revolt: Strategies and performances from the 1960s to the present*. Berghahn Books, pp. 336-350. <https://doi.org/10.2307/j.ctt9qd0bs.24>
- Scolari, C. A. (2023): *On the evolution of media: Understanding media change*. Routledge.
- Sierra, J. R., y González, C. A. N. (2021): «Dinámicas de la inseguridad y la violencia durante la pandemia en Colombia». *Revista UNISCI / UNISCI Journal*, 56: 95-115.
- Strömbäck, J. (2008): «Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics». *The International Journal of Press/Politics*, 13(3): 228-246. <https://doi.org/10.1177/1940161208319097>
- Treré, E. (2018): «The sublime of digital activism: Hybrid media ecologies and the new grammar of protest». *Journalism & Communication Monographs*, 20(2): 137-148. <https://doi.org/10.1177/1522637918770435>
- Tusa, F. (2013): «How social media can shape a protest movement: The cases of Egypt in 2011 and Iran in 2009». *Arab Media and Society*, 17: 1-14. <https://doi.org/10.70090/FT13SMPM>
- Verón, E. (1998): «Mediatización de lo político». En J. Mouchon, A. Gosselin, y G. Gauthier (Coords.): *Comunicación y política*. Gedisa, pp. 220-236.
- Warner, M. (2002): «Publics and counterpublics (abbreviated version)». *Quarterly Journal of Speech*, 88(4): 413-425. <https://doi.org/10.1080/00335630209384388>
- World Values Survey Association (2022): «World Values Survey: Online data analysis, wave 7 (2017–2022)» [Base de datos]. <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSONline.jsp>



©Derechos del autor o autores. Creative Commons License. Este artículo está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.
©Copyright of the author or authors. Creative Commons License. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.

MURCIA

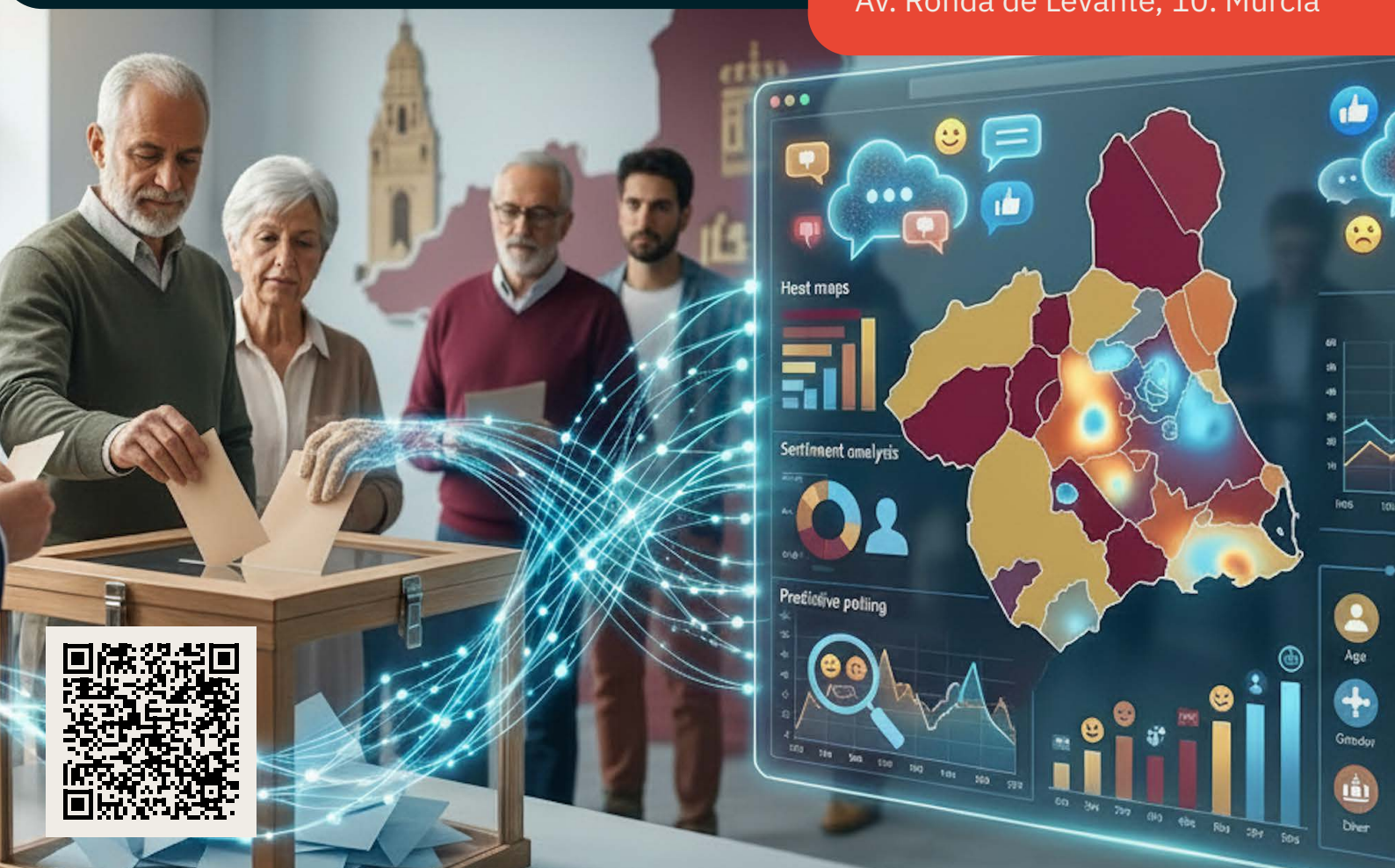
VIII EDICIÓN DEL CURSO SOBRE COMUNICACIÓN POLÍTICA Y ESTRATEGIAS DE CAMPAÑA

LA REGIÓN DE MURCIA EN CLAVE ELECTORAL
ABORDAJES ESTRATÉGICOS PARA LAS ELECCIONES
REGIONALES Y NACIONALES 2027

Del 23 al 25 de septiembre 2026

Edificio Rector Sabater.

Av. Ronda de Levante, 10. Murcia



CURSOS DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA Y ESCUELAS DE VERANO 2026



UNIVERSIDAD
DE MURCIA



Escuela
de Formación
Continua

PATROCINAN:



COLABORAN:



PERISCOPIO ELECTORAL

ELECTORAL PERISCOPE

Información actual sobre elecciones en España y América Latina. En esta edición tratamos las elecciones presidenciales en Perú, Colombia y Brasil

*Current information on elections in Spain and Latin America.
In this edition we discuss the presidential elections in Peru,
Colombia and Brazil*

Periscopio

Elecciones al límite y giro conservador. Tras Perú y Colombia, llegó el momento de Brasil

Por Equipo Más Poder Local

La primera mitad del año 2026 ha estado marcada por dos elecciones altamente polarizadas que se han resuelto por un muy escaso margen de voto en segunda vuelta, alimentando la tensión entre los partidarios de las diferentes opciones y también los discursos de cuestionamiento del proceso. Tanto en Perú como en Colombia los resultados han dejado tras de sí la sensación de que el país estaba dividido en mitades casi exactas, distantes (emocional y geográficamente) y fuertemente enfrentadas, lo que debilita de partida la posición del mandatario electo.

Perú llegó a las urnas tras un periodo de gran inestabilidad (nueve presidente en menos de diez años) y con más de cuarenta partidos inscritos, un récord histórico que inauguraba un escenario de singular complejidad. La primera vuelta, celebrada el pasado 12 de abril, dejó a Keiko Fujimori (Fuerza Popular, derecha) y Roberto Sánchez (Juntos por el Perú, izquierda) como los dos candidatos más votados, con porcentajes de apenas el 17% y el 12% respectivamente, prueba inequívoca de la fragmentación de la oferta política. De hecho, la diferencia entre Roberto Sánchez y Rafael López-Aliaga, el tercer candidato más votado en primera vuelta, fue mínima y se resolvió tras un largo conteo. De llegar López-Aliaga al balotaje se podría haber dado un curioso escenario de competición final entre dos opciones de corte fuertemente conservador.

Durante la campaña, la candidata de Fuerza Popular otorgó un gran protagonismo al reto de la seguridad ciudadana, tema que había sido decisivo para la llegada de otros líderes de derecha al poder en la región. Con su plan de gobierno «Perú con Orden» no solo prometía más recursos para acabar con la delincuencia y los homicidios (pacificación), también conectaba con un clima de agotamiento tras las incesantes crisis políticas en el país. La combinación de estados anímicos de miedo, hartazgo e incertidumbre favorecía un discurso de liderazgo fuerte, aunque a la vez se trató de construir desde la capacidad de escucha e inclusión (principales debilidades del perfil de liderazgo de Fujimori), y todo ello frente al aparente colapso del Estado. Sin renunciar a poner en valor la figura de su padre, trató de construir un relato nemónico épico sobre la habilidad de Alberto Fujimori para restituir el orden y la autoridad del poder público en los años más duros del terrorismo. Por su parte, Roberto Sánchez, con el sombrero campesino como signo distintivo, también restauró la figura de Pedro Castillo y atrajo el voto rural, comenzando la carrera con un discurso de ruptura que prometía redactar una nueva Constitución.

La segunda vuelta, celebrada el 7 de junio y presidida por lógicas de «voto negativo», derivó en un agónico empate técnico que tardó semanas en dilucidarse. Fujimori terminó imponiéndose por unos cincuenta mil votos



Brasil

4 de octubre de 2026
Elecciones generales (1ª vuelta)



Brasil

25 de octubre de 2026
Elecciones generales (2ª vuelta)

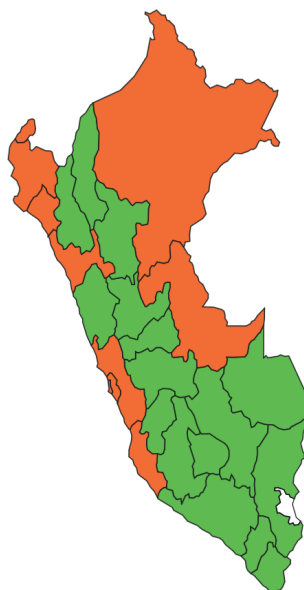


EE.UU

3 de noviembre de 2026
Elecciones *mid-terms*

(+0,27%) sobre más de dieciocho millones escrutados. Lima y la ventaja en el voto exterior (en ambos superó el 63%) fueron decisivas para su victoria, mientras que Sánchez dominó en el sur andino, en regiones como Cusco o Arequipa. Se volvió a constatar la polarización territorial entre Lima y el interior que ya había marcado el balotaje de 2021 y la paradoja de que un candidato como Sánchez puede ganar en un número mayor de regiones («controlar el mapa»), pero una gran distancia a favor de Fujimori en Lima vuelve inoperante esa penetración territorial.

Figura 1. Ganador en segunda vuelta por regiones en Perú.



Fuente: <https://www.segundavuelta Peru.com/>

En Colombia, Abelardo de la Espriella (Defensores de la Patria, derecha nacionalista), un abogado y empresario de trazas libertarias sin experiencia en cargos políticos y alejado de los espacios clásicos de competición, logró ganar el balotaje al candidato oficialista Iván Cepeda, representante del Pacto Histórico (progresismo, petrismo).

La primera vuelta, celebrada el 31 de mayo, ya anticipaba una estructura de polarización distinta a la peruana. En Perú, el voto se fragmentó entre decenas de candidatos, mientras que en Colombia se concentró desde el arranque en los dos finalistas. De la Espriella consiguió en la primera vuelta un 43,74% y Cepeda alcanzó el 40,90%, dejando a la candidata del uribismo, Paloma Valencia, en tercer lugar, por debajo del 7%. Ese dato certifica el declive del Centro Democrático como referencia de la derecha colombiana y confirma una tendencia que se repite en buena parte del mundo. Las derechas tradicionales pierden terreno frente a versiones más *outsider* y radicales del espacio conservador. La segunda vuelta, en cambio, sí replicó el patrón peruano de margen mínimo. Apenas 1,07 puntos separaron a los dos candidatos.

El presidente Petro cuestionó el resultado. Desde la misma noche electoral habló de injerencia extranjera y acciones informáticas orientadas a perjudicar a su candidato, señalando en particular los vínculos entre Donald Trump y De la Espriella, y llegó a invocar el precedente de la anulación electoral en Rumanía. Las misiones internacionales de observación no respaldaron esas acusaciones y el propio Cepeda terminó por acatar la victoria de su contrincante, que pretende asumir el cargo a principios de agosto en una base militar (toda una declaración de intenciones sobre su futuro mandato).

La campaña del candidato De la Espriella dejó ver algo más que una dinámica de alternancia política por el desgaste del oficialismo. Su estética reprodujo patrones ya evidenciados en la región dentro del marco de la «bukelización» de la política latinoamericana, tanto en las formas como en el contenido. Como Fujimori, la seguridad y el orden ocuparon el centro de su discurso nacionalista, con un giro conservador que apeló a la «mano dura», a la recuperación de una moral de orgullo patriótico y a valores como la familia, la libertad y la religión. Asimismo, la propia imagen del candidato, que se presentaba como «el tigre de la patria», recordaba a la iconografía del león de Javier Milei e incidía en la construcción de liderazgos fuertes acompañados de una retórica anti-*establishment*, y recuperando el mito del empresario exitoso frente a una izquierda estatista señalada como corrupta. A eso se sumaban guiños permanentes a las Fuerzas Armadas y una promesa de reducción del Estado en la línea con la motosierra libertaria, empujada por el mismo hartazgo hacia la política tradicional que ya se había hecho visible en Argentina.

El mapa electoral que dejan las elecciones colombianas nos presenta un nuevo ejemplo de polarización territorial o un contraste de «país de países». De la Espriella ganó con comodidad en el Gran Santander, Boyacá, Antioquia y el Eje Cafetero (Caldas, Tolima, Quindío). Cepeda retuvo Bogotá, aunque con un margen bastante más ajustado que el que había tenido Petro en 2022, y dominó en casi toda la Amazonía y en la región Pacífica, con departamentos como Cauca, Nariño y Chocó. Es el contraste entre una periferia amazónica y pacífica que se mantiene fiel al proyecto progresista de la diversidad (junto en este caso con la capital del país, Bogotá) y ciudades como Medellín y Bucaramanga donde el giro conservador se hace fuerte.

En definitiva, Perú y Colombia destacaron como casos con notables puntos en común sintomáticos de un giro conservador internacional que iremos desgranando con más detalle, apoyados en investigaciones originales, en el número de octubre de la revista. Ese mes precisamente cierra el año electoral en América Latina con una gran cita: Brasil vota el 4 de octubre, con segunda vuelta prevista para el 25 del mismo mes. El país llama a las urnas a más de 150 millones de electores habilitados (el voto es facultativo a partir de los 16 años y obligatorio desde los 18). Lula da Silva (PT, izquierda) busca un cuarto mandato a los 80 años, en un país donde ningún presidente había gobernado de forma tan repetida. Jair Bolsonaro no estará en la papeleta ya que fue condenado y encarcelado por su papel en el intento de golpe de Estado tras las últimas elecciones. En su lugar, la representación del bolsonarismo recae en su hijo y senador por Río de Janeiro Flávio Bolsonaro (PL, extrema derecha). Las encuestas, por ahora, favorecen a Lula, si bien no podemos olvidar que las últimas elecciones se resolvieron por un pequeño margen de menos del

2%, el más ajustado de la historia, lo que visto desde nuestros días anticipaba los climas de empate producidos en Perú o Colombia. Además, cabe señalar que el mismo día 4 de octubre también se decide el nombre de los 513 escaños de la Cámara de Diputados (donde actualmente el bloque de gobierno cuenta con 227), de 27 gobernadores y de más de 1000 diputados estatales.

Si se mantiene la ventaja de Lula sobre el bolsonarismo, el gigante brasileño podría ser el único país de la región, junto con México, donde un oficialismo de izquierdas resiste tras las derrotas de los últimos tiempos en Chile y Colombia, y las que previamente se sucedieron en Argentina y Bolivia. En Brasil, el experimento de derecha radical llegó anticipadamente en 2018, motivo por el cual el proyecto «petista» o «lulista» puede seguir contando con respaldo (se observó el fracaso de la alternativa antes que en otros enclaves). Con todo, cinco países en menos de tres años han pasado de gobiernos de izquierda o progresistas a proyectos de centroderecha o derecha radical, en lo que parece confirmar que en un mundo hiperconectado y con narrativas políticas transnacionales homogéneas, América Latina no es ajena (salvo excepciones) al signo trumpista de los tiempos.



ALICE

Asociación Latinoamericana
de Investigadores
en Campañas Electorales

La **REPCOMPOL** de la **Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales (ALICE)**, dirigida por **Alejandra Rodríguez**, pone en marcha un acuerdo de reconocimiento y transferencia de créditos entre **nueve de los mejores programas de posgrado en comunicación política de América Latina**.

Con este acuerdo, estudiantes de cada uno de los programas podrán realizar créditos de los mismos en otros programas de la Red, asegurándose el reconocimiento en su programa de origen. Asimismo, podrán transferir créditos cursados en un programa para la continuidad o acceso a los estudios en otro distinto de los que forman la Red.



UNIVERSIDAD
DE MURCIA

MÁSTER EN ANÁLISIS POLÍTICO APLICADO

UNIVERSIDAD
EAFIT

MAESTRÍA DE COMUNICACIÓN
POLÍTICA



UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO

MAESTRÍA EN ANÁLISIS POLÍTICO



BUAP

MAESTRÍA EN OPINIÓN PÚBLICA Y
MARKETING POLÍTICO



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
COMUNICAÇÃO



BUAP

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN

Universidad
Externado
de Colombia

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN
MARKETING POLÍTICO Y ESTRATEGIAS
DE CAMPAÑA



Universidad Veracruzana
MAESTRÍA EN ESTUDIOS DE OPINIÓN



UNIVERSIDAD
AUSTRAL

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN
POLÍTICA



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

DOCTORADO EN CIENCIAS
POLÍTICAS



UNIVERSIDAD DE
GUADALAJARA

DOCTORADO EN CIENCIA
POLÍTICA



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

MAESTRÍA EN CIENCIAS
POLÍTICAS Y GOBIERNO



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

MÁSTER UNIVERSITARIO EN ESTUDIOS
AVANZADOS EN COMUNICACIÓN
POLÍTICA

Las instituciones que quieran formar parte de la REPCOMPOL deben escribir a la siguiente dirección de correo electrónico:

Info@alice-comunicacionpolitica.com

Reseñas



Emociones y comportamiento político

Elba Maneiro Crespo y Nieves Lagares Díez

Año de publicación: 2025

Ciudad: Valencia

Editorial: Tirant lo Blanch

Número de páginas: 288

ISBN: 978-84-1095-855-5

Por Ángel Cazorla Martín

Universidad de Granada

A lo largo de los últimos años hemos asistido a cierta proliferación de trabajos en el ámbito de la Ciencia Política que, partiendo de una revisión de los modelos clásicos que explican el comportamiento político, ponen el foco en el estudio de las emociones. Si bien son numerosas las obras que lo han abordado, pocas lo han hecho con el rigor teórico y desarrollo analítico presentes en esta monografía, algo que no nos debe extrañar si conocemos los precedentes que enmarcan a esta obra y a sus autoras.

Emociones y comportamiento político es otro eslabón en una ya sustanciosa cadena de trabajos que surgen al amparo del *Equipo de Estudios Políticos de la Universidad de Santiago de Compostela*, dirigido por el profesor José Manuel Rivera Otero. Este grupo de investigadores, a lo largo de más de veinte años, han planteado un nuevo acercamiento al estudio de los componentes explicativos del comportamiento político, especialmente las emociones, proponiendo nuevos debates teóricos y diseñando una metodología propia con el objetivo de casar debate teórico y análisis empírico.

Esta obra aúna el trabajo de dos generaciones que se tocan en el nada fácil objetivo de abordar y resolver una de las cuestiones fundamentales que han guiado la mayoría de los estudios de esta «Escuela Galega»: ¿las emociones políticas preexisten o son fruto de un proceso de construcción social y política? Como respuesta, las autoras Elba Maneiro y Nieves Lagares muestran que frente a la tradicional oposición entre razón y emoción, los afectos han de tratarse desde una perspectiva constructivista. La constatación empírica de su apuesta constituye la más original de las aportaciones de este libro. Además, demuestran la importancia y utilidad de las emociones para explicar procesos tan actuales como la polarización, la personalización del liderazgo o las estrategias de comunicación política.

Con este objetivo reconstruyen el proceso mediante el cual las emociones han ido ganando protagonismo en la construcción de las preferencias políticas y en la explicación del comportamiento de los ciudadanos, realizando una profunda revisión teórica en la cual se conjugan enfoques derivados de campos como la filosofía política, la psicología política, la teoría democrática o la sociología, a la vez que implementan una robusta metodología con el fin de aunar reflexión teórica y análisis aplicado.

El resultado de este doble esfuerzo no puede ser más satisfactorio. Nos encontramos ante una obra que puede ser utilizada como manual para estudiantes de grado y posgrado, gracias a la capacidad de síntesis teórica y al establecimiento de los logros y limitaciones de los distintos enfoques que han explicado el papel de las emociones en política. De igual modo, puede ser utilizada como obra de referencia para investigadores, consultores y analistas en el ámbito del comportamiento político y electoral, especialmente la segunda parte de la obra, centrada en el análisis de las elecciones generales españolas de 2019.

Pocas obras consiguen combinar tal nivel de análisis y debate teórico con una evidencia empírica tan sólida como la que se presenta en *Emociones y comportamiento político*, constatando que nos encontramos ante una referencia obligada en el ámbito de la Ciencia Política, la Psicología Política, el análisis electoral o la comunicación política.



La polarización afectiva en las democracias contemporáneas. Metodologías y estudios contemporáneos

Ismael Crespo Martínez y José Miguel Rojo Martínez (Dirs.)

Año de publicación: 2025

Ciudad: Madrid

Editorial: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales

Número de páginas: 372

ISBN: 978-84-259-2119-3

Por Nadia Victoria García Belkhatir

Universidad de Murcia

El desacuerdo siempre ha sido una realidad propia de la democracia. Sin embargo, no ha sido hasta recientemente que este ha pasado de ser un desencuentro entre diferentes posturas políticas a un distanciamiento personal entre individuos. La ciudadanía ya no solo discrepa sobre políticas públicas o programas electorales; ahora desconfían, rechazan y temen al adversario. Es precisamente en esta traducción emocional del conflicto político es que se encuentra el punto de partida de *La polarización afectiva en las democracias contemporáneas. Metodologías y estudios comparados*, un volumen dirigido por Ismael Crespo Martínez y José Miguel Rojo Martínez que ofrece una de las aproximaciones actuales más ambiciosas en español a un fenómeno que se ha convertido en una de las grandes preocupaciones de la ciencia política contemporánea.

Las primeras páginas sitúan al lector en un campo de investigación todavía joven, atravesado por debates conceptuales y la rápida expansión de estudios empíricos. En esta misma línea, la obra no se limita a presentar un estado de la cuestión, sino que da un paso más y trata de consolidar un lenguaje común desde el que pensar la polarización afectiva. Se construye en estas

páginas el concepto como una categoría capaz de iluminar transformaciones profundas en las democracias actuales, allí donde las identidades políticas condicionan cada vez más la forma en que percibimos al «otro».

La estructura misma del volumen responde con acierto a este propósito de esclarecer la realidad del término, partiendo de una primera sección que establece una serie de fundamentos teóricos y metodológicos necesarios para abordarlo en profundidad. Esta delimitación teórica va acompañada de capítulos que exploran las distintas herramientas analíticas que permiten comprender un concepto como el que ocupa las páginas en cuestión, que exige aproximaciones profundas y estructurales.

A partir de ese marco común, se despliega un amplio conjunto de investigaciones comparadas sobre los efectos de la polarización afectiva en distintos contextos. Investigaciones que recorren diferentes casos nacionales e internacionales con los que el término se pone en uso de modo que la operacionalización conceptual se concreta en fenómenos particulares que van más allá de suposiciones teóricas y responden a la realidad misma de las democracias contemporáneas. La relación entre polarización y medios de comunicación como las redes sociales se hace evidente en alguno de estos capítulos. En el conjunto de estos se ofrece una observación compleja de un mismo fenómeno que, se reconoce, posee matices y ángulos distintos según el contexto cultural, institucional y político en el que se desarrolla.

Esta fina combinación entre ambición teórica y vocación comparada es uno de los mayores aciertos de este libro, siendo que, además, se orienta a la apertura de futuras posibilidades académicas en torno a la investigación en polarización afectiva. *La polarización afectiva en las democracias contemporáneas* es mucho más que una herramienta para quienes el fenómeno en cuestión nos mantiene en una suerte de vilo académico, es también una apertura a nuevas vías de investigación, una invitación a ellas más que una suma de las ya realizadas.

Se construye, aquí, un espacio de diálogo entre perspectivas y metodologías que permite apreciar tanto los consensos como las preguntas todavía abiertas. Aquí, en esta voluntad de ordenar un campo todavía en expansión, es donde se encuentra el verdadero valor de este libro como herramienta para investigadores, estudiantes y lectores interesados en comprender las dinámicas emocionales que atraviesan las democracias contemporáneas.

En un mundo en que la política parece organizarse tanto en torno a los afectos como a las ideas, este libro invita al lector a pensar en profundidad sobre aquello que sentimos cuando pensamos, hablamos o interactuamos con lo que nos es políticamente ajeno. Nos recuerda, pues, que la comprensión de las emociones políticas es hoy día una exigencia democrática que no implica el abandono del rigor analítico, sino la ampliación de las formas desde las que entendemos la vida democrática.



EDIFICIO RECTOR SABATER, UNIVERSIDAD DE MURCIA

III EDICIÓN DIPLOMA DE EXPERTO EN COMUNICACIÓN POLÍTICA Y ESTRATEGIAS PARA LA ELABORACIÓN DE CAMPAÑAS POLÍTICAS



[HTTPS://TINYURL.COM/Y8SDXS7M](https://tinyurl.com/y8sdxs7m)



PREINSCRIPCIÓN: DEL 01/11/2026 AL 02/12/2026



UNIVERSIDAD
DE MURCIA



CPAUM 
LABCOM

LABORATORIO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA
Departamento de ciencia política y de la administración
UNIVERSIDAD DE MURCIA

CALL FOR PAPERS

Número 68: **“Especial de comunicación política en Chile”**

DEADLINE: 15 de octubre de 2026

Número 69: "Comunicación política y campañas negativas"

DEADLINE: 15 de febrero de 2027

Más información sobre números y deadlines aquí.

Las opiniones vertidas en los artículos y otros trabajos publicados en la Revista Más Poder Local, y en la web de la misma, son de exclusiva responsabilidad de sus autores, así como la credibilidad y autenticidad de sus trabajos. Se ruega a los autores que especifiquen los posibles conflictos de intereses y adopten un comportamiento ético en su proceder. El equipo editorial de la Revista y la Asociación ALICE declinan cualquier responsabilidad sobre posibles conflictos derivados de la autoría de los trabajos que se publican en la misma. Los autores pueden encontrar información detallada sobre las normas de publicación en las páginas finales de cada número y accediendo a la página web de la revista.

The statements and opinions expressed in the articles published by Más Poder Local Magazine and its website are the sole responsibility of the author(s), as are their credibility and authenticity. Authors are requested to inform us of any possible conflicts of interest and to adopt ethical behaviour. The Magazine's editorial team and the ALICE Association accept no liability for possible conflicts or problems resulting from articles published in the journal. Authors can find detailed information about our publication guidelines in the final pages of this issue and on the journal's webpage.



El contenido es de acceso abierto bajo la licencia Creative Commons. *This is an open access article under the CC BY license.* <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>



La revista Más Poder Local dispone de un sistema editorial certificado conforme a la 8ª convocatoria de evaluación de la calidad editorial y científica de las revistas científicas españolas de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT). En 2025 ha obtenido *Mención de Buenas Prácticas Editoriales en Igualdad de Género*.