

PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN EN EL ECOSISTEMA DIGITAL. ANÁLISIS DE SEIS GOBERNACIONES COLOMBIANAS SOBRE SUS PROCESOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA PARA PROMOVER LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA*

Communication practices in the digital ecosystem. Analysis of six Colombian governorates on their public communication processes to promote citizen participation

Marcela Fernanda Téllez Pedraza
Stefania Ramírez López

Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano, Colombia

* Esta investigación, que se origina en la Escuela de Comunicación, Artes Visuales y Digitales, de la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano, fue financiada por esta institución.

MARCELA FERNANDA TÉLLEZ PEDRAZA

COMUNICADORA SOCIAL Y PERIODISTA DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL, ESPECIALISTA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA, Y MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA. DOCENTE DE PLANTA DE LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO.
MTELLEZP@POLIGRAN.EDU.CO. ORCID: [HTTPS://ORCID.ORG/0000-0003-1764-4876](https://orcid.org/0000-0003-1764-4876)

STEFANIA RAMÍREZ LÓPEZ

COMUNICADORA SOCIAL Y PERIODISTA DE LA UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA, MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL PARA LA ERA DIGITAL DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID Y DOCTORANDA EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. DOCENTE DE PLANTA DE LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO.
SRAMIREZL@POLIGRAN.EDU.CO. ORCID: [HTTPS://ORCID.ORG/0000-0002-0733-2070](https://orcid.org/0000-0002-0733-2070)

RESUMEN

La interacción de las instituciones públicas con la comunidad y demás actores sociales es una práctica que se está transformando mundialmente debido al reconocimiento de la ciudadanía como actor fundamental en la toma de decisiones sobre asuntos públicos y a la incorporación de plataformas digitales en su gestión. La perspectiva de la *comunicación pública* sostiene que más allá de difundir información, las instituciones del gobierno deben propiciar prácticas de participación, diálogo y debate por parte de los ciudadanos para alcanzar la transformación social. En este contexto, la investigación que se presenta a continuación corresponde a un estudio de caso múltiple que se propuso analizar, desde una perspectiva principalmente cualitativa, las publicaciones digitales de seis gobernaciones colombianas realizadas entre octubre y noviembre de 2019, para caracterizar sus prácticas de comunicación y determinar si llevan a cabo procesos de comunicación pública.

PALABRAS CLAVE: Comunicación pública, comunicación digital, participación ciudadana, gobernaciones, estudio de caso.

ABSTRACT

The interaction of public institutions with the community and other social actors is a practice that is being transformed worldwide due to the recognition of citizens as fundamental actors in decision-making on public affairs, and the incorporation of digital platforms in their management. The public communication perspective argues that beyond disseminating information, government institutions should promote practices of participation, dialogue and debate by citizens to achieve social transformation. In this context, the research presented below corresponds to a Multiple Case Study that set out to analyze, from a mainly qualitative perspective, the digital publications of six Colombian governorships, carried out between October and November 2019, to characterize their communication practices and determine whether they carry out public communication processes.

Keywords: *public communication, digital communication, citizen participation, governorates, case study.*

INTRODUCCIÓN

Instituciones públicas en el ecosistema digital, transformaciones y retos

Los cambios que han surgido en la forma como los sujetos se comunican entre sí y con las organizaciones del contexto social evidencian la apropiación que se ha hecho del ecosistema digital, con todos los procesos, canales, actores y lenguajes, que le son propios.

Desde las actividades más sencillas como escribir un mensaje, hasta las más complejas como realizar minería de datos, se desarrollan simultáneamente a nivel global, en lo que Manovich (2006, p. 4) refiere como "cita", smathphones y tabletas.

Procesos que hace un par de décadas solo tenían lugar en el espacio físico y con la presencia de los actores involucrados, hoy se producen en el mundo virtual, “en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (Scolari, 2008, p.113), en donde convergen individuos, organizaciones privadas y gubernamentales, y las diversas formas de asociación de una comunidad.

Al ser este un contexto que posibilita la expresión y difusión de opiniones e ideas de los individuos, cobra sentido preguntarse cómo las instituciones gubernamentales se han apropiado del ecosistema digital para fortalecer su gestión pública. El presente artículo documenta los resultados de la investigación **Prácticas de Comunicación Pública en entornos digitales. Análisis de los canales digitales de seis gobernaciones de Colombia y su incidencia en la promoción de la participación ciudadana**, en la que se reconoce al ecosistema digital como un espacio donde se gestiona lo público, en el que convergen los actores que desempeñan estos procesos así como los que se ven afectados por ellos.

Entendiendo la transición hacia la virtualidad como un fenómeno que se da a partir de los años 90 a nivel mundial en las instituciones públicas –es decir, que no es reciente–, el objeto de estudio que se ha definido corresponde a las prácticas de comunicación digital de seis gobernaciones colombianas, con el objetivo

de caracterizar sus publicaciones digitales e identificar si estas promueven la participación de los ciudadanos en los asuntos públicos.

A esta perspectiva, que trasciende la difusión unidireccional de contenidos para privilegiar un proceso comunicativo basado en la participación, diálogo, debate y toma de decisiones colectivas, se le denomina **comunicación pública**; una noción compleja de llevarse a cabo dado que implica una postura y lógicas de actuación diferentes por parte de instituciones, individuos y comunidad, pero factible y en concordancia con los ideales democráticos de la mayoría de personas, pese a las prevenciones y desafecciones que tienen hacia la política y la democracia (Castells, 2009).

El propósito que se persigue es comprender, por medio de unos casos concretos, si en Colombia se están adelantando procesos de comunicación pública apoyados en prácticas de comunicación en canales digitales. Para ello, desde un enfoque principalmente cualitativo, se desarrolló un estudio de caso múltiple, aplicando un análisis de datos basado en los procedimientos propuestos por la Teoría Fundamentada, para dar respuesta a las siguientes preguntas: ¿cómo son las prácticas de comunicación digital de las gobernaciones del Amazonas, Cundinamarca, Atlántico, Meta, Valle del Cauca y Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina –en Colombia? Y ¿cuáles de los contenidos que estas gobernaciones publicaron entre octubre y noviembre de 2019 aplicaron la comunicación pública para promover la participación de los ciudadanos en los asuntos públicos?

Los objetivos planteados consisten en: analizar los canales digitales de página web, Facebook, Twitter, Instagram y YouTube, utilizados por las gobernaciones seleccionadas, para caracterizarlos e identificar si llevan a cabo prácticas de comunicación pública; analizar los contenidos publicados por las gobernaciones en sus canales digitales, para identificar tipos de publicación, temáticas, frecuencias de publicación, lenguajes textuales y audiovisuales, y verificar si se está propiciando la participación ciudadana; analizar las publicaciones catalogadas como comunicación pública para comprender las características con las que se está aplicando esta noción.

Comunicación pública y comunicación digital, convergencia para la participación

Partiendo de considerar la comunicación como un proceso complejo, de interacción entre sujetos con diversas visiones de mundo, por medio del que se construye colectivamente el desarrollo humano, se posibilita el intercambio de sentidos y se da paso a una producción simbólica de la vida cotidiana (Botero, 2006), es importante resaltar que su estudio adquiere matices adicionales cuando se relaciona con el sentido de **lo público**, es decir, con aquello que es “visible, lo que puede ver y oír todo el mundo y que debe ser estructurable por los sujetos” (Bobbio, como se citó en Botero y Galvis, 2010, p. 42).

En lo público convergen entidades públicas, privadas, empresariales, organizaciones sociales, formas de asociación comunitaria e individuos con múltiples roles u oficios, que habitan un espacio común desde sus propias posturas e intereses, coincidentes en algunos aspectos, pero la mayoría de las veces en permanente tensión. Y es, justamente, en esa diversidad y en la necesidad de llegar a acuerdos que permitan concretar la idea del espacio público como lo colectivo, lo construido por todos, en donde se enmarca la comunicación pública, pues es indispensable escuchar y gestionar lo que plantean las voces de aquellos que, de una u otra manera, se ven afectados por las decisiones que se toman —o se proyectan tomar— desde la administración Estatal.

Ahora bien, no es nuevo que las instituciones públicas establezcan canales para transmitir información de interés para la comunidad, lo que es diferente en esta noción es la convicción por parte de las organizaciones públicas de convocar y hacer parte de su gestión a los individuos. Por ello, en las definiciones teóricas sobre la comunicación pública se engloban nociones más complejas como: participación, ciudadanía, deliberación, debate, consenso y disenso; prácticas que trascienden el propósito de visibilizar acciones emprendidas desde la institucionalidad.

En palabras de Campillo-Alhama (2016), la comunicación pública consiste en

toda aquella actividad que se manifiesta como interacción comunicativa-relacional bidireccional, establecida entre la Administración y los ciudadanos y mediante mensajes dotados de significados heterogéneos (objeto de la comunicación) a través de diferentes medios (interpersonales, colectivos, colectivos de masas y telemáticos, redes sociales, y plataformas multimedia) (p. 304).

Todo ello, con la finalidad de propiciar en los ciudadanos una participación activa frente a la vida pública y responsabilidad en relación con sus decisiones.

Un elemento central en este concepto es la responsabilidad atribuida a las instituciones del Estado de promover mayor vinculación de los sujetos con los temas de interés colectivo, para conocerlos, pronunciarse sobre ellos y contribuir con la construcción social. Es así como se reconoce la capacidad de los individuos para dialogar en condiciones de igualdad, en un ejercicio de poder horizontal y así lograr que la construcción de lo público deje de ser “una negociación entre unos pocos privilegiados alrededor de temas particulares” (Echeverri et. al., como se citó en Navarro, 2014, p. 6).

Es importante resaltar que el alcance de la participación que se pretende en la comunicación pública no se inscribe en la categoría **Participación ciudadana nominal** –correspondiente al proceso de elección a través de las urnas- ni en la de **Participación ciudadana relacional** –en donde el Estado establece relaciones con algunas asociaciones ciudadanas alrededor de proyectos-. En su defecto, se aspira a la **Participación ciudadana real**, entendida como aquella en donde los sujetos hacen parte de la definición de políticas públicas, movilización social, gestión de proyectos y recursos para el desarrollo (Rodríguez, como se citó en Cuadros et al., 2015).

Asociado a este tipo de participación, la gestión que deben propiciar las instituciones gubernamentales ha de fortalecer el plano **informativo** –relacionado con el suministro de información objetiva y equilibrada-; así como el **consultivo** –en el que se busca obtener la opinión de los ciudadanos para comprender sus necesidades y expectativas-; y ha de impulsar aún más los niveles **impli-cativo, colaborativo y de empoderamiento**, planteados por la

asociación internacional para la participación pública (Contreras y Montecinos, 2019).

En el nivel **implicativo** se busca comprender preocupaciones y aspiraciones de los ciudadanos, involucrándolos en el planteamiento y desarrollo de soluciones; en el **colaborativo**, los ciudadanos y representantes actúan como pares para analizar y buscar solución a problemáticas de interés público; y en el de **empoderamiento**, los grupos de interés alcanzan una alta incidencia en las decisiones tomadas (Contreras y Montecinos, 2019).

En el centro de esta gestión cobra relevancia la comunicación pública, pues a partir de esta las instituciones gubernamentales tienen la posibilidad de promover la conexión entre unos y otros, el encuentro de las diversas voces, la construcción del imaginario colectivo sobre la sociedad y el empoderamiento de los individuos por el lugar que habitan. ¿Cuál sería el sentido de nuestra capacidad de comunicación si no se reconoce en esta, como lo plantea Botero (2006), su contribución a la formación y consolidación de la democracia o si no nos permite trascender la concepción clásica de la ciudadanía –asociada a un estatus otorgado por el Estado para el cumplimiento de deberes y normas–, para concebirnos como ciudadanos capaces de propiciar cambios en el contexto social?

Adoptar la perspectiva de la comunicación pública implica concebir al ciudadano como “la persona que cada día genera poder en medio de sus relaciones cotidianas, y usa este poder para ir transformando su comunidad poco a poco, para ir haciendo que su comunidad se parezca más y más a su visión de futuro, a la utopía” (Mouffe, como se citó en Rodríguez, 2011, p. 47). Y entre esas relaciones se encuentran aquellas con las instituciones públicas, que hoy cuentan con un escenario privilegiado de interconexión, inmediatez, eliminación de fronteras y gestión compartida.

Comunicación digital, un espacio para las narrativas y la interacción

Los cambios que se han dado desde la aparición de los medios digitales gracias a Internet, en especial gracias a la segunda genera-

ción de la red –la web 2.0- abrieron la posibilidad de usar diversos espacios para la creación, divulgación y consumo de información, modificando todos los ámbitos de la vida social, haciendo que las “formas de comunicación que venían de los siglos anteriores se extinguieran en pocos años, al mismo tiempo que emergieron nuevas experiencias de producción, intercambio y consumo informativo” (Scolari, 2012, p. 338).

El mundo digital ha incorporado diferentes elementos como las wikis, foros, redes sociales, plataformas y herramientas, con lo que se “declaró paulatinamente un rompimiento de fronteras físicas y [se] relanzó el fenómeno comunicativo en un contexto marcadamente globalizador” (Arango, 2013, p. 683). Pero no solo se han modificado las formas de interacción y participación por parte de las personas, también se ha desencadenado un cambio en las instituciones, pues estas ‘nuevas redes’ han incidido en sus procesos de comunicación, permitiendo que la comunidad encuentre espacios para hacer visibles sus posturas y opiniones, contribuyendo con ello al planteamiento de Castells (2009):

sólo el poder de la sociedad civil global actuando sobre la opinión pública a través de los medios y las redes de comunicación podrá superar finalmente la inercia histórica de los estados-nación y conseguir que éstos acepten la realidad de su poder limitado a cambio de incrementar su legitimidad y eficacia (p. 72).

En dichos escenarios virtuales convergen diferentes narrativas, formatos y lenguajes, que han transformado la producción, distribución y consumo de la información, otorgando a cada plataforma un estilo único de comunicación e interacción, reafirmando con ello que “la interfaz crea su propio contexto, su propia narrativa, traza un horizonte, define un itinerario, y lo hace debido a que construye una interactividad” (Obando, 2017, p. 47).

Así, es posible comprender que cada plataforma digital es un espacio que maneja diversos elementos en cuanto a la forma de comunicar un mensaje y que, por ello, todo aquel que desee hacer uso

de estos medios debe adaptar la información a tal espacio, pues “el resultado son los nuevos medios: gráficos, imágenes en movimiento, sonidos, formas, espacios y textos que se han vuelto computables; es decir, que se componen pura y llanamente de otro conjunto de datos informáticos” (Manovich, 2006, p.4).

El entorno digital constituye para las instituciones públicas una oportunidad de comunicar sus mensajes y, sobre todo, de relacionarse con todo aquel que esté interesado en su comunidad y que tenga la expectativa de transformar actividades sociales en pro del bienestar colectivo, pues, como lo menciona Castells (2011) “gracias a las tecnologías de información y comunicación disponibles, la sociedad red puede desplegarse plenamente, trascendiendo los límites históricos de las redes como forma de organización e interacción social” (p.50).

METODOLOGÍA

una ruta para develar lo que los datos dicen sobre la comunicación pública

Como ya se ha indicado, el objeto de estudio de esta investigación corresponde a las prácticas de comunicación digital visibilizadas a través de las publicaciones que las gobernaciones del Amazonas, Cundinamarca, Atlántico, Meta, Valle del Cauca y Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, realizaron durante los meses de octubre y noviembre de 2019.

Es importante aclarar que estos departamentos fueron elegidos por ser los de mayor densidad poblacional en cada una de las seis regiones del país, y que se escogió el rango de tiempo octubre a noviembre de 2019 teniendo en cuenta que los procesos de comunicación pública no necesariamente tienen lugar todos los días y que el tráfico de publicaciones diarias suele ser elevado, es decir, que dos meses otorgan un volumen suficiente de información, tal como se podrá corroborar en el apartado de hallazgos.

En la siguiente tabla se recopilan los datos de las gobernaciones y canales digitales de la muestra.

Tabla 1. Características generales de la muestra

Gobernación	Región	Tamaño de población (a 2018)*	Canales digitales				
			Página web	Twitter	Facebook	Instagram	YouTube
Amazonas	Amazónica	66.056	X		X		X
Atlántico	Caribe	2,342,265	X	X	X	X	X
Cundinamarca	Andina	2,792,877		X	X	X	X
Meta	Orinoquía	919,129		X	X		X
San Andrés y Providencia	Insular	48,299	X	X	X	X	X
Valle del Cauca	Pacífica	3,789,874	X	X	X	X	X

* Población tomada del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE): Resultados Censo Nacional de Población y Vivienda 2018.

Fuente: elaboración propia (2020).

En cuanto al enfoque de investigación, predomina el de tipo cualitativo, pues se pretende comprender las prácticas comunicativas de cada gobernación sin entrar a generalizarlas ni a construir interpretaciones homogéneas sobre su desenvolvimiento en el ecosistema digital; además, porque permite realizar una revisión minuciosa de cada una de las publicaciones, entendiéndolas como un producto discursivo único y diferente de los demás.

Esta decisión permitió un acercamiento y construcción de la realidad en los términos holísticos que Ballesteros (2015) plantea, pues, lejos de orientar el tratamiento y análisis de datos hacia la generalización, el énfasis se propuso para explorar e interpretar minuciosamente los contenidos y características particulares de cada publicación, y en tratar de “dar cuenta de las conexiones e interrelaciones, los contornos, las texturas, y los matices del fenómeno investigado” (p. 22). (s.p.), es decir, en observar el lenguaje utilizado, los propósitos de los textos, la manera como establecían, o no, un vínculo con la comunidad, entre otros aspectos que fortalecen el carácter particular de cada texto.

En correspondencia con el enfoque cualitativo, se decidió trabajar con el método estudio de caso, entendido como “la investigación empírica de un fenómeno del cual se desea aprender dentro de

su contexto real cotidiano” (López, 2013 p. 140), y cuyo proceso se fundamenta en una “indagación sistemática y crítica del fenómeno que se haya escogido y [en la] generalización de conocimientos que se sumen a los que ya son públicos sobre el tema en cuestión” (Simons, 2013, p. 39).

Resalta en este método la importancia de considerar los contextos específicos de los fenómenos estudiados para lograr una mirada integral sobre su comportamiento e identificar qué aspectos inciden en su particularidad, así como la noción de la **generalización analítica** o **transferencia**, conceptualizada como la posibilidad que tiene el estudio de caso de ilustrar, representar o generalizar una teoría (Yin, como se citó en Martínez, 2006, p.173), en donde lo relevante no es trasladar los resultados de una muestra probabilística a toda una población, sino desarrollar una teoría que pueda ser extendida a otros casos (Martínez, como se citó en López, 2013 p.142).

A raíz de lo anterior, se optó por desarrollar un estudio de caso múltiple, aplicando sobre las seis gobernaciones elegidas un estudio de tipo mixto: **descriptivo** para “identificar y describir los distintos factores que ejercen influencia en el fenómeno estudiado”, y **exploratorio** para “conseguir un acercamiento entre las teorías inscritas en el marco teórico y la realidad objeto de estudio” (López, 2013 p. 140).

En lo que se refiere a las fuentes utilizadas, se trabajó específicamente con las publicaciones de las gobernaciones, las cuales constituyen un nuevo escenario para los procesos de investigación social, y permiten a los investigadores acercarse a la manera como personas y organizaciones llevan a cabo, por medio de su presencia en el entorno digital, “una nueva gestión de usuarios en la que se les invita a participar con opiniones, votos, sugerencias... que se utilizan para la mejora del servicio” (Cordón, 2016, p. 336).

Un factor fundamental para la recolección de datos consistió en el diseño del instrumento **Matriz de sistematización** que, salvo algunas variaciones dependiendo del canal, permitió registrar información relacionada con: fecha de publicación, título, autor, síntesis del contenido, tipo de publicación, temática, características de producto(s) multimedia, reacciones de los usuarios, URL de la

publicación, la especificación de si es comunicación pública o no, y el campo para colocar el texto de la publicación en los casos en que fue evidente una práctica de comunicación pública.

Dado que en varios campos se registró información de tipo numérico (como en las reacciones de usuarios donde se especificó la cantidad de comentarios, visualizaciones, tipo de reacciones, entre otros), y de selección de opciones predeterminadas (referidas al Tipo de publicación, Temática, Tipo de producto multimedia, etc.), se logró realizar una aproximación de tipo cuantitativo que se utilizó para el análisis y posterior caracterización de la comunicación digital de las gobernaciones.

Respecto al análisis de los datos, se establecieron dos caminos a seguir: 1) enfocado en el manejo que cada gobernación le dio a sus canales digitales, buscando caracterizarlos respecto a las variables que se tuvieron en cuenta en la Matriz de sistematización; 2) orientado a analizar a profundidad las publicaciones identificadas como comunicación pública, lo cual se realizó aplicando el enfoque de la Teoría Fundamentada en lo referente al abordaje de los datos empíricos de manera sistemática y organizada, considerando que es a través de ellos como se puede construir un acercamiento a la realidad (Strauss y Corbin, 2002).

Este análisis se desarrolló mediante del proceso de codificación que demandó una lectura minuciosa de las 4.391 publicaciones obtenidas, para identificar aquellos segmentos significativos en los que se apreciaba la manera como se concibe, se aborda y/o se promueve la comunicación pública.

Para ello, se aplicaron tres fases: la primera, **codificación abierta**, que permitió descomponer los textos en segmentos más pequeños a los cuales se les asignó un código, es decir, una frase que representara la idea expresada en la publicación, sin colocar la perspectiva del investigador. En este proceso se obtuvieron 35 códigos abiertos que fueron sometidos a la **codificación axial** (segunda fase), en donde se realizó una mirada analítica para identificar posibles relaciones y asociaciones entre estos para reagruparlos e ir generando unas líneas de análisis más concretas. De esta fase se

obtuvieron 8 códigos axiales que fueron perfilando unas tendencias temáticas más concretas.

La tercera fase consistió en la **codificación selectiva**, en donde se integraron, desde una perspectiva analítica, los códigos axiales para avanzar en una formulación teórica proveniente directamente de los datos y con la que se dio paso a la definición de tres **Familias**, noción que alude a la manera en que “el analista reduce datos de muchos casos a conceptos y los convierte en conjuntos de afirmaciones de relación que pueden usarse para explicar, en un sentido general lo que ocurre” (Strauss y Corbin, 2002, p. 160). En el siguiente apartado se explica en detalle lo que se obtuvo de este proceso.

RESULTADOS

Caracterización de las prácticas de comunicación digital y el espacio que se forja la comunicación pública entre ellas

Los hallazgos de esta investigación se enfocan en dos líneas: la primera, proviene del análisis que se realizó sobre el manejo de los canales digitales de cada gobernación para comprender sus prácticas en cuanto a cantidad de publicaciones, tipos de publicación, temáticas abordadas, frecuencias y productos multimedia utilizados. La segunda, está orientada hacia el análisis detallado que se realizó sobre las publicaciones de comunicación pública para evidenciar las temáticas, nociones, iniciativas y particularidades de la manera en que las seis gobernaciones promueven la participación ciudadana en los temas de interés colectivo.

Primera línea de análisis: manejo de los canales digitales en las gobernaciones

Entre octubre y noviembre de 2019 se produjo un total 4.391 publicaciones entre las seis gobernaciones analizadas; una suma que ratifica la incursión del sector público colombiano en el ecosistema digital, haciendo presencia en canales como Página web, Facebook, Twitter, Instagram y YouTube o en por lo menos tres de ellos.

Un primer aspecto que se considera relevante tras el análisis de los datos recolectados se refiere al manejo particular que cada gobernación le da a sus procesos comunicativos y al modo como se apalanca en los canales digitales para lograr que la información y ‘lo que tiene por decir’ llegue a la comunidad. Por ello, es común encontrar variaciones notorias en cuanto a los canales utilizados, la cantidad de publicaciones, la frecuencia de publicación, e incluso, la intensidad con la que divulgan sus contenidos. No obstante, también es clara la presencia de unos aspectos en común –como las temáticas a las que aluden- que dejan ver que hay unas nociones compartidas sobre la comunicación en el ámbito de lo público, y la forma como este proceso se relaciona con las agendas de las regiones.

Las tablas que se presentan a continuación sintetizan los hallazgos sobre la Cantidad de publicaciones, Tipos de publicación más utilizadas y Temáticas recurrentes que, si bien arrojan un dato cuantitativo, constituyen el contexto en el que se enmarcan las publicaciones de comunicación pública cuyos resultados se presentan más adelante.

Tabla 2. Cantidad de publicaciones por gobernación y por canal

Gobernación	Canal digital					Total
	Página web	Facebook	Twitter	Instagram	YouTube	
Amazonas	54	44	0	0	1	99
Atlántico	16	85	279	137	93	610
Cundinamarca	0	104	604	202	85	995
Meta	0	91	435	0	1	527
San Andrés, Providencia y Santa Catalina	50	101	233	60	82	526
Valle del Cauca	324	69	805	81	355	1634
Total						4.391

Fuente: elaboración propia (2020).

Como se observa en la Tabla 2, la cantidad de publicaciones presenta variaciones significativas de una gobernación a otra, e in-

cluso dentro de los canales de una misma gobernación; aspecto que se debe considerar a la luz de las estrategias comunicativas de cada gobernador y su equipo de trabajo, dado a que, parte de esa diferencia, se produce por las intenciones que se persiguen.

Mientras las gobernaciones de Amazonas y Atlántico se enfocan en informar y divulgar desde una perspectiva periodística los contenidos relacionados con el departamento, la gobernación y las instituciones adscritas, Valle del Cauca y Cundinamarca realizan un mayor despliegue comunicativo que apunta a posicionar al gobernante y la gobernación. Es decir, que buscan evidenciar continuamente, y en varios canales a la vez, la gestión gubernamental, su presencia y actuación en diversos lugares y frente a varios temas, dejando de lado el carácter informativo para establecer una conexión permanente con la ciudadanía e infundir confianza y transparencia.

En medio de estos dos extremos se puede ubicar el caso de San Andrés y Providencia y Meta que, aunque trascienden la intención informativa/divulgativa, puesto que evidencian interés por mostrar avances de la gobernación, no llegan a ese punto tan marcado de resaltar permanentemente su gestión. Más bien se observa un flujo continuo de publicaciones que reflejan resultados obtenidos, iniciativas y proyectos en curso, pero con un lenguaje más neutro y con menos presencia en los canales digitales.

Tabla 3. Tipos de publicación más utilizados por gobernación

Gobernación	Tipo de publicación
Amazonas	Noticia
Atlántico	Noticia y Divulgación de gestión
Cundinamarca	Divulgación de gestión
Meta	Noticia y Divulgación de gestión
San Andrés, Providencia y Santa Catalina	Noticia
Valle del Cauca	Noticia y Divulgación de gestión

Fuente: elaboración propia (2020).

La variedad de propósitos comunicativos de las gobernaciones –informativos, promocionales, publicitarios, e incluso orientados a establecer vínculos más estrechos con la comunidad- se pudo corroborar con la información obtenida en el campo Tipo de publicación, para el que se habilitaron las opciones de **Comunicación pública, Convocatorias a la comunidad, Divulgación de gestión, Documento de protocolo, Noticia, Publicidad y Otros.**

Si bien cada gobernación presenta un comportamiento diferenciado (como se detalla en la Tabla 3), destaca el uso mayoritario del tipo de publicación **Noticia**, sobre todo, en Página web, Facebook y Twitter; evidencia de que persiste un enfoque informativo, utilizado para divulgar situaciones, medidas, logros o cambios que afectan al departamento o a alguno de sus territorios.

El segundo tipo de publicación más utilizado fue **Divulgación de gestión**, correspondiente a comunicados que informan acciones que aportan a la región como inversiones en infraestructura, entrega de escenarios deportivos, acueductos o recursos tecnológicos, nominaciones a premios, resultados alcanzados, entre otras publicaciones que reflejan que la gobernación y sus funcionarios están aportando a la comunidad, pues el lenguaje utilizado exalta la gestión y a los protagonistas de la misma.

El tercer tipo de publicación que más se utilizó corresponde a **Publicidad**, usado principalmente por San Andrés y Providencia en su Facebook y página web; Cundinamarca en Twitter e Instagram; y Valle del Cauca en Twitter, Instagram y YouTube. Estas publicaciones se caracterizan por promocionar iniciativas, acciones y temas de la gobernación como programas radiales o informativos, celebraciones especiales, lugares turísticos, festejo por cumplimiento de proyectos, festivales culturales, eventos deportivos, etc. Su texto se destaca por ser de menor extensión, pero con un lenguaje emotivo que acentúa el sentido de pertenencia frente al departamento, así como los valores y rasgos culturales de toda la comunidad.

El tipo de publicación **Convocatorias a la comunidad** cuenta con menos divulgaciones; las que se realizan van principalmente por Facebook, Twitter e Instagram, y consisten en invitaciones que

realiza la gobernación para que los ciudadanos participen o se beneficien de actividades como jornadas de vacunación, brigadas de salud e iniciativas de cuidado ambiental. Aunque en esta categoría se alude a la participación de los ciudadanos, esta no obedece al empoderamiento que se promueve desde la comunicación pública, pues no incorpora procesos dialógicos, de debate o de establecimiento de acuerdos entre diferentes actores.

Tabla 4. Temáticas más recurrentes por gobernación y por canal

Gobernación	Canal digital				
	Página web	Facebook	Twitter	Instagram	YouTube
Amazonas	Salud	Cultura			Salud
	Cultura	Salud			
	Deporte y Recreación	Deporte y Recreación			
Atlántico	Educación	Infraestructura	Infraestructura	Infraestructura	Infraestructura
	Gestión de gobierno	Deporte y Recreación	Deporte y Recreación	Cultura	Cultura
	Cultura	Cultura	Cultura	Deporte y Recreación	Deporte y Recreación
Cundinamarca		Infraestructura	Infraestructura	Infraestructura	Gestión de gobierno
		Gestión de gobierno	Salud	Deporte y Recreación	
		Educación	Educación	Turismo	
Meta		Gestión de gobierno	Deporte y Recreación		
		Deporte y Recreación	Cultura		
		Cultura	Infraestructura		
San Andrés, Providencia y Santa Catalina	Medio ambiente	Cultura	Salud	Turismo	Gestión de gobierno
	Gestión de gobierno	Medio ambiente	Medio ambiente	Gestión de gobierno	Medio ambiente
	Cultura	Salud	Gestión de gobierno	Medio ambiente	Educación

Continúa...

Gobernación	Canal digital				
	Página web	Facebook	Twitter	Instagram	YouTube
Valle del Cauca	Gestión de gobierno	Gestión de gobierno	Deporte y Recreación	Deporte y Recreación	Salud
	Seguridad	Cultura	Gestión de gobierno	Cultura	Seguridad
	Educación	Salud	Salud	Salud	Gestión de gobierno

Fuente: elaboración propia (2020).

Aunque de una gobernación a otra las temáticas difieren según su contexto y momento histórico, es interesante ver que en el período analizado hay temáticas comunes en todas, pues de las 24 opciones habilitadas en la Matriz de sistematización para clasificar el tema de cada publicación, **Infraestructura, Cultura, Deporte y recreación, Salud, Educación y Gestión de gobierno** son las que predominan, tal como lo refleja la Tabla 4. Esto permite comprender que su gestión comunicativa se concentra en las necesidades básicas de los sujetos (salud, educación, cultura, deporte), el desarrollo del departamento (infraestructura) y la necesidad de informar sobre su administración (gestión de gobierno). No registran de manera importante temáticas sobre Tecnología, Productividad, Integración regional, Hacienda, Ciencia, entre otras.

Comunicación pública en las gobernaciones, una práctica incipiente

Si bien los resultados reflejaron que la comunicación pública no es una práctica ampliamente utilizada —de 4.391 publicaciones solo 65 corresponden a comunicación pública—, las iniciativas que se detectaron permiten identificar que el ecosistema digital brinda una oportunidad para fortalecer los procesos de promoción de participación ciudadana.

Las publicaciones tipificadas como comunicación pública corresponden a aquellas en donde fue explícito que la gobernación reconoce la importancia de vincular a la ciudadanía con temas del departamento y la población. Asimismo, aquellas en donde se convocó

a los ciudadanos y otros actores sociales a ser parte del análisis y toma de decisiones sobre alguna medida; para realizar seguimiento y verificación de proyectos, incluso, para beneficiarse con jornadas de formación sobre derechos ciudadanos y sus posibilidades de participación.

La tabla que se presenta a continuación permite contrastar los tipos de publicación entre las gobernaciones e identificar el total de publicaciones de comunicación pública en cada una de ellas.

Tabla 5. Cantidad de publicaciones en cada canal por tipo de publicación

Tabla 5: Cantidad de publicaciones en cada canal por Tipo de publicación

CANALES DIGITALES

TIPO DE PUBLICACIÓN	Página Web		Facebook			Twitter			Instagram			Youtube			TOTAL																
	Amazonas	Atlántico	Cundinamarca	Meta	San Andrés	Valle del Cauca	Amazonas	Atlántico	Cundinamarca	Meta	San Andrés	Valle del Cauca	Amazonas	Atlántico		Cundinamarca	Meta	San Andrés	Valle del Cauca												
Comunicación pública	5			7	12	3	3	5											65												
Convocatorias a la comunidad	12			8	1	2	5	6	9	11									157												
Divulgación de gestión	1			17		39	30	18		24									1162												
Documento de protocolo										1									3												
Noticia	31	16		43	286	35	41	56	65	18	34		121	138	277	61	619		2386												
Publicidad	2				1	3	10		41				28	86		115	94		557												
Otro	3				5			2	28							13			61												
Total	54	16	0	0	50	324	44	85	104	91	101	69	0	279	604	435	233	805	0	137	202	0	60	81	1	93	85	1	82	355	4391

Tipo de publicación más utilizado por gobernación en cada canal
 # Segundo Tipo de publicación más utilizado por gobernación en cada canal

Fuente: elaboración propia (2020).

Estableciendo un comparativo entre las gobernaciones se evidencia que Valle, con 24 publicaciones, es la que más procesos de Comunicación pública presentó, seguida de San Andrés y Providencia con 22 publicaciones; en ambos casos, los canales más utilizados para esta categoría fueron Página web y Twitter. De igual manera, se debe resaltar la poca gestión de Comunicación pública en las demás gobernaciones, aun cuando en todas se pudo detectar alguna iniciativa: en Cundinamarca se contabilizaron 7, Amazonas 5, Meta 4 y Atlántico 3, lo que, al ser un número muy inferior respecto al total de sus publicaciones, permite concluir que aún queda mucho por explorar en cuanto a la posibilidad que tienen estas instituciones de liderar procesos que promuevan y fortalezcan el empoderamiento de los ciudadanos sobre su espacio público.

En las temáticas abordadas desde la comunicación pública se identificó una concentración importante en **Planeación y desarrollo social/territorial**, lo que significa que para las gobernaciones —con este tipo de publicaciones— resulta relevante la participación de los ciudadanos en asuntos relacionados con el devenir de las poblaciones: proyectos, programas e iniciativas que pueden incidir en su desarrollo y, por ende, en el mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad. Otras temáticas como **Asuntos étnicos, Educación, Gestión de gobierno, Agricultura y pesca, Infraestructura y Productividad**, están presentes en las publicaciones, pero con concentraciones muy bajas; aún, así, dejan ver que prácticamente en todos los ámbitos los ciudadanos pueden pronunciarse.

Pasando a los hallazgos obtenidos con el microanálisis de los datos y la codificación aplicada a las 65 publicaciones, se encontró que hay una idea por parte de las gobernaciones sobre lo que significa e implica llevar a cabo acciones de comunicación pública. Es decir, que aun cuando el grueso de sus publicaciones no es de este tipo, aquellas que sí se pueden considerar como comunicación pública dejan ver que se le otorga relevancia a la voz de los sujetos, en términos de ser escuchados y tenidos en cuenta para las decisiones a tomar.

La lectura línea a línea para realizar la **codificación abierta** dio como resultado 35 códigos que, respetando lo planteado por las publicaciones, se refieren a nociones interesantes de destacar: se habla de **empoderamiento, liderazgo, participación ciudadana, escenarios democráticos, diálogo armónico**, entre otras alusiones que son un indicio de cómo, en la gestión pública, se puede dar cabida a estos procesos, pues más allá de enunciar intensiones al respecto, se observa que las gobernaciones en la práctica están llevando a cabo algunos de estos.

A partir del análisis de los códigos abiertos se llevó a cabo la **codificación axial**, en donde las asociaciones entre estos dio paso a 8 códigos axiales que dejan ver las perspectivas desde las que se aborda la comunicación pública, pues están claramente diferenciadas aquellas que expresan una postura institucional, las que documentan acciones, las que dejan ver cómo hay un reconocimiento y presencia

de diversos actores, las que refieren espacios para el diálogo y la toma de decisiones, las que evidencian formas de participación y las que dejan ver la especificidad sobre los temas que se abordan.

Continuando con la **codificación selectiva** se llegó a la creación de tres **Familias** que se presentan en la Tabla 6:

Tabla 6. Síntesis proceso de codificación

Códigos abiertos	Códigos axiales	Familias – Codificación selectiva
6	Acción institucional	Posturas y acciones promovidas desde lo institucional
8	Postura institucional	
5	Actores	Actores y formas de participación en procesos de comunicación pública
1	Postura de los actores	
5	Espacios	
5	Participación	
1	Interacción	
4	Temáticas	Temas y problemas que se gestionan desde la comunicación pública

Fuente: elaboración propia (2020).

Posturas y acciones promovidas desde lo institucional

Esta **familia** está constituida por aquellos códigos en donde, por una parte, destaca la manera en que las gobernaciones conciben la presencia de la ciudadanía en los temas de la agenda pública y, por otra, en los que se pueden identificar acciones concretas que realizaron o van a desarrollar y cuya finalidad es involucrar a los actores sociales. Es decir, que aquí convergen las ideas que se defienden desde lo público en relación con la participación y los hechos que se emprenden sustentados en dichas ideas.

Algunas publicaciones dejan ver un interés gubernamental por convocar a la comunidad y a diferentes actores sociales para que participen en debates sobre la región, en iniciativas de control social, en la construcción colectiva de documentos públicos y en aquellos escenarios de participación ciudadana que habilitan. Todo esto, en común acuerdo con la importancia que asignan al hecho de

escuchar y dar la voz a la ciudadanía, de propiciar que esta cuente con conocimientos sobre políticas públicas y escenarios democráticos, y de que participen en la construcción de políticas públicas más integrales, legítimas y coherentes. Las citas que se presentan a continuación ilustran este alcance:

Nuevo curso virtual sobre políticas públicas ¡Inscríbase ya! La Secretaría de Planeación de Cundinamarca invita a los cundinamarqueses a participar en el Curso Virtual ‘Introducción a la gestión de políticas públicas, del dicho al hecho’, al cual podrán acceder desde su computador o celular. Este curso busca fomentar la sinergia entre el gobierno y la ciudadanía, a través del fortalecimiento del conocimiento de los actores con relación a sus roles dentro de la gestión pública, con el propósito de concebir políticas públicas legítimas, coherentes, integrales, sistemáticas y sostenibles que generen impactos positivos en el territorio cundinamarqués (Gobernación de Cundinamarca, 2019, párr. 2).

La Secretaría de Infraestructura del Gobierno Local del Archipiélago Departamental de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, de acuerdo con el llamado del Ministerio del Interior No. OFI19-40214-DCP-2500, invita a la Comunidad Raizal a la Reunión de Seguimiento de los Acuerdos en el marco del Proceso de Consulta Previa del proyecto “Profundización del Dragado del Canal de Acceso al Puerto de Providencia”, que tendrá lugar el 17 de octubre de 2019, a las 3:00 p.m. en el Midnight Dream Theater, en la Isla de Providencia (Gobernación del Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, 2019, párr. 1).

Actores y formas de participación en procesos de comunicación pública

El segundo elemento analizado corresponde a los actores sociales que se enuncian en las publicaciones como parte relevante de los procesos de comunicación pública y a la manera específica en que participan, ya sea porque hacen parte de unos espacios formalmente designados para el encuentro y el debate o porque se hace explícita una noción

respecto a lo que implica su participación. Por ejemplo, es común en algunos textos la alusión a reuniones en donde intervienen los ciudadanos –desempeñando un rol específico: padres de familia, líderes sociales, estudiantes, agricultores, etc.–, y de otros actores sociales –públicos y privados, formales e informales–, que se pronuncian en dichos encuentros sobre temáticas de la agenda pública. Las citas que se presentan a continuación son un ejemplo de ello:

Se destaca la participación total de la gobernación del Amazonas a través de los secretarios de hacienda, gobierno, salud, educación agricultura y el director de Indeportes, quienes de acuerdo con la programación, fueron presentando los avances de sus compromisos, al tiempo en que asumían total disposición, al diálogo armónico, en plena consonancia con la cosmovisión de los pueblos tradicionales indígenas, donde la escucha, la promesa y la palabra, se cumplen y se respetan (Gobernación del Amazonas, 2019, párr. 3).

Gloria Amparo hace parte de las más de 100 consejeras territoriales que están reunidas en el Séptimo Encuentro Nacional de Consejeras Territoriales de Planeación que por primera vez tiene como sede al Valle del Cauca. Durante esta jornada ellas van a compartir experiencias, a participar de talleres y a adquirir herramientas que les permita hacer incidencia en los planes de desarrollo de sus territorios (Gobernación del Valle del Cauca, 2019, párr. 2).

De manera adicional, se concentra en esta **familia** la mención a escenarios, figuras organizativas y espacios de participación en donde se materializan las discusiones y los diálogos entre la institucionalidad y la comunidad, tal como se puede constatar en las siguientes citas, en donde se habla de Mesas de trabajo en funcionamiento, y al interés de empoderar a la ciudadanía para que ejerza como veedora de los proyectos liderados por la gobernación.

Mesas públicas del PAE: un espacio de participación para mejorar la prestación del servicio. Con el fin de generar espacios de participación para todos los actores del Programa de Alimentación Escolar (PAE), realizamos las mesas públicas, dando cumplimiento a

lo establecido en la Resolución 29452 de 2017 en el capítulo 'Gestión Social: Control Social, Participación Ciudadana e Inclusión Social' (Gobernación de Cundinamarca, 2019, párr.) (Publicación N. 82, en Facebook de Cundinamarca).

La gobernadora Dilian Francisca Toro resaltó durante el recorrido la importancia de las auditorías visibles ciudadanas realizadas por el equipo de planeación de Inderval, las cuales buscan el empoderamiento de la comunidad en el proceso de construcción y posterior uso de las obras, creando el grupo de veedores ciudadanos que vigila que los recursos destinados para las obras sean usados para lo que fueron destinados (Gobernación del Valle del Cauca, 2019, párr. 2).

Por último, en cuanto a los temas y problemas que se enuncian en el cuerpo de las publicaciones es importante aclarar que los hallazgos no reflejaron unas tendencias temáticas relevantes, es decir, que en las 65 publicaciones se abordan temas y problemas totalmente diferentes.

CONCLUSIONES

Si bien el punto de llegada de esta investigación develó que los procesos de comunicación pública en las gobernaciones analizadas fueron muy escasos en relación con la amplia actividad que estas presentan en el ecosistema digital, es fundamental reconocer que la existencia de sus iniciativas marca un camino que se puede explorar y fortalecer con miras a que la voz de los ciudadanos sea cada vez más escuchada y tomada en cuenta en los asuntos públicos y en la construcción de la sociedad.

Los resultados que se han presentado evidencian la diversidad que existe entre las prácticas de comunicación digital de las instituciones públicas, aun cuando sus procesos comunicativos se enmarcan principalmente en el enfoque tradicional de suministro de información, y en la promoción institucional y del gobernante. Fueron muy escasas las publicaciones que permitieron ver una apropiación, por parte de las gobernaciones, de la capacidad de inte-

racción de la comunicación, minimizando con ello su oportunidad para promover y fortalecer la participación de los ciudadanos en la construcción de lo público.

En tanto las prácticas de comunicación digital se sigan correlacionando únicamente con los niveles **informativo y consultivo** de la participación –privilegiando el suministro de información y habilitando algunos mecanismos para conocer la opinión de los ciudadanos-, se hará cada vez más complejo transitar hacia la consolidación de una cultura participativa en la que diversos actores sociales aporten y decidan sobre la construcción social.

En ese sentido, es indispensable que las instituciones públicas empiecen a considerar acciones más concretas que, estando apalancadas en la comunicación y aprovechando las potencialidades del ecosistema digital, se encaminen hacia los niveles **implicativo, colaborativo y de empoderamiento de la participación**. Así, ciudadanos, organizaciones privadas e instituciones gubernamentales, tendrán la posibilidad de escuchar(se) y de reconocer los contextos, necesidades, cuestionamientos y expectativas que tienen en relación con una temática de interés colectivo, así como los aportes que cada uno puede ofrecer desde el rol que ocupa en la sociedad. Solo de esta manera podrá aludirse a un proceso consistente y sostenido de comunicación pública digital, en el que lo común sea el hecho de propiciar el encuentro, el diálogo, el debate y la toma de decisiones colectivas.

Quedan pues, los planteamientos de una ruta metodológica que se puede aplicar para el estudio de la comunicación digital y la comunicación pública en otras regiones e instituciones del país, así como unas posibles líneas de análisis a fortalecer con casos propios del contexto colombiano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arango, G. (2013). Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo. *Palabra Clave*, 16(3), 673-697. Doi: 10.5294/3560.
- Ballesteros, B. (2015). *Taller de investigación cualitativa*. Recuperado de <https://bit.ly/3h0f9Rd>

- Botero, L. (2006). Comunicación pública, comunicación política y democracia: un cruce de caminos. *Palabra Clave*, 9(2), 7-18. <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1237>
- Botero, L. y Galvis, C. (2010). *Comunicación pública. Repensar la comunicación para la democracia*. Universidad de Medellín.
- Campillo Alhama, C. (2011). Comunicación pública y administración municipal. Una propuesta de modelo estructural. *Pensar La Publicidad. Revista Internacional De Investigaciones Publicitarias*, 4(1), 45-62. <https://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/PEPU1010120045A>
- Campillo-Alhama, Concepción (2016). La comunicación pública: una delimitación conceptual a partir de su objeto. *Opción*, 32(7),291-312. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=310/31048480019>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Alianza Editorial S.A.
- Castells, M. (2011). *Comunicación y Poder*. Alianza Editorial S.A.
- Contreras, P. y Montecinos, E. (2019). Democracia y participación ciudadana: Tipología y mecanismos para la implementación. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(2),178-191. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=280/28059953014>
- Cordón García, J. (2016). *Las nuevas fuentes de información: la búsqueda informativa, documental y de investigación en el ámbito digital*. Difusora Larousse; Ediciones Pirámide.
- Cuadros Rodríguez, J. A., Arias García, S. y Valencia Arias, A. (2015). La comunicación pública como estrategia orientadora en los procesos de participación ciudadana de los jóvenes. *Encuentros*, 13(1), 111-122. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1692-58582015000100009&script=sci_abstract&tlng=es
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (DANE). (2018). *Resultados Censo Nacional de Población y Vivienda 2018*. <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/informacion-tecnica/cnpv-2018-presentacion-3ra-entrega.pdf>
- Gobernación de Cundinamarca. (1 de noviembre, 2019). *Home* [página de Facebook]. Consultado el 1 de abril de 2020. <https://www.facebook.com/CundiGob/posts/1027451194283968>
- Gobernación de Cundinamarca. (15 de noviembre, 2019). *Nuevo curso virtual sobre políticas públicas ;Inscríbese ya!* Consultado el 3 de abril de 2020. <https://bit.ly/3vKFVRJ>

- Gobernación del Amazonas. (15 de octubre, 2019). *Home* [página web]. Consultado el 25 d marzo de 2020. <http://www.amazonas.gov.co/noticias/amazonas-avanza-finaliza-sesion-33-mesa-permanente-de>
- Gobernación del Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina. (10 de octubre, 2019). *Home* [página web]. Consultado el 25 de abril de 2020. <https://www.sanandres.gov.co/index.php/prensa/enterese/noticias/152-espanol/5578-raizal-community-release>
- Gobernación del Valle del Cauca. (14 de noviembre, 2019). *Home* [página web]. Consultado el 1 de junio de 2020. <https://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones/64590/consejeras-territoriales-de-todo-el-pais-se-capacitan--en-el-valle-en-planeacion-participativa/>
- Gobernación del Valle del Cauca. (8 de noviembre, 2019). *Home* [página web]. Consultado el 29 de mayo de 2020. <https://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones/64560/cancha-multiple-y-gimnasio-biosaludable-para-el-barrio-las-nieves-en-tulua/>
- López, W. (2013). El estudio de casos: una vertiente para la investigación educativa. *Educere*, 17(56),139-144. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6417998>
- Manovich, L. (2006). *El lenguaje en los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. (1ª. ed.). Paidós.
- Martínez Carazo, P. C. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & Gestión*, (20), 165-193. <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/3576>
- Navarro, L. (2014). *Entre esferas públicas y ciudadanías: las teorías de Arendt, Habermas y Mouffe aplicadas a la comunicación para el cambio social*. Ediciones Uninorte
- Obando, C. (2017). *Perversiones digitales. Ciberativismo, producción transmedia y cultura hacker*. Editorial Universidad de Antioquia.
- Rodríguez, C. (2011). Trayectoria de un recorrido. En J. Pereira González y A. Cadavid Bringe, A. (Eds.), *Comunicación, desarrollo y cambio social. Interrelaciones entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios* (pp. 37-56). Pontificia Universidad Javeriana.
- Scolari, C.A. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Gedisa.
- Scolari, C.A. (2012). Comunicación digital: recuerdos del futuro. *El Profesional de la Información*, 21(4), 337-340. Doi: 10.3145/epi.2012.jul.01

- Simons, H. (2013). *El estudio de caso: teoría y práctica*. Ediciones Morata, S. L.
- Strauss, A. y Corbin J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. <https://diversidadlocal.files.wordpress.com/2012/09/bases-investigacion-cualitativa.pdf>
- Valderrama, C. (2007). *Ciudadanía y comunicación. Saberes, opiniones y haceres escolares*. Siglo del Hombre Editores.