**LAS REDES SOCIALES EN LOS PROCESOS DE  MEDIATIZACIÓN POLÍTICA Y DE CONSTRUCCIÓN DE LA AGENDA MEDIÁTICA: Caso Colombia y el proceso de paz.**

Aunque el crecimiento de los social media ha proporcionado a más personas las herramientas necesarias para registrar y compartir sus contenidos, discursos y experiencias en contextos más allá de lo local, su papel sigue siendo poco claro y su posible influencia y efectos son todavía materia de estudio dado las intersecciones de sus plataformas, pues no se comportan como medios tradicionales ni tampoco como redes sociales. Los social media se presentan frente a los estudios en comunicación como un nuevo espacio híbrido que gana cada vez más terreno a los medios tradicionales como configuradores del poder y la información, estableciendo productores domésticos en las plataformas WEB 2.0 y desafiando el papel de los periodistas (Dimitrakopoulou, D. & Boukala, S. 2015).

El estudio se centra en los social media (twitter) y su papel como componente de comunicación política en el establecimiento de la agenda de los medios tradicionales. El objetivo se centra en analizar los discursos y contextos que configuran las narrativas divulgadas a través de los social media (twitter) en contextos de conflicto y su incidencia en el clima de polarización/reconciliación. Se estudió el tratamiento del discurso político emitido a través de esta plataforma tanto por proporcionar el contenido alternativo a los medios tradicionales, como por la incidencia de sus narrativas y discursos en la polarización social estudiando el caso de Colombia en el marco del proceso de paz (2012-2016) en específico en el contexto del plebiscito que definía la posición del pueblo colombiano frente a la refrendación popular de los acuerdos de la Habana.

Autor: **MARTHA C. ROMERO MORENO**

Universidad Autónoma del Caribe – Barranquilla- Colombia

Doctoranda en Comunicación