UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Estrategias de framing y engagement en X (Twitter) de la Revista Semana durante el Paro Nacional de 2021 en Colombia

Jacobo Insuasti Ortiz

Artículo de investigación presentado para optar al título de Politólogo

Asesor
Andrés Camilo Palacio Vélez, Magíster (MSc) en Ciencias Políticas

Universidad de Antioquia
Facultad de Derecho y Ciencias Políticas
Ciencia Política
Medellín, Antioquia, Colombia
2025

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
1803

Cita	(Insuasti Ortiz, 2025)
Referencia **Estilo APA 7 (2020)**	Insuasti Ortiz, J. (2025). *Estrategias de framing y engagement en X (Twitter) de la Revista Semana durante el Paro Nacional de 2021 en Colombia* [Trabajo de grado profesional]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.



Centro de Documentación Instituto de Estudios Políticos

Repositorio Institucional: http://bibliotecadigital.udea.edu.co

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Resumen

Los medios de comunicación, especialmente en el entorno digital, desempeñan un papel clave en la interpretación de la realidad de fenómenos sociales y políticos que, como el Paro Nacional 2021, apuntan a una transformación estructural profunda del orden social y el modelo económico. El presente artículo parte de la comunicación política en redes sociales para analizar la manera en que Semana utilizó estrategias de framing y engagement en sus publicaciones de X durante el Paro Nacional 2021. A través de un análisis de contenido mixto aplicado a un corpus de 1.901 publicaciones realizadas por la cuenta @RevistaSemana entre el 28 de abril y el 5 de mayo de 2021, se analizaron desde una mirada crítica y algorítmica dichas estrategias con el objetivo de identificar los encuadres narrativos y las dinámicas de interacción empleados por el medio en X para cubrir y presentar los hechos del Paro Nacional. Los resultados evidencian que Semana adoptó el rol de actor mediático con capacidad de intervención política y control social ya que articuló marcos discursivos y recursos de interacción orientados a deslegitimar y criminalizar el Paro Nacional 2021, a quienes participaron de ella, y, por tanto, al ejercicio democrático de la protesta social.

Palabras clave: Paro Nacional 2021, Revista Semana, framing, engagement, protesta social.

Abstract

The media, particularly in digital environments, play a key role in shaping the interpretation of social and political phenomena such as the Paro Nacional 2021 (2021 National Strike), which pointed to a profound structural transformation of the social order and the economic model. This article draws on political communication in social media to analyze how Semana employed framing and engagement strategies in its X (formerly Twitter) publications during the Paro Nacional 2021. Using a mixed content analysis applied to a corpus of 1,901 posts published by the account @RevistaSemana between April 28 and May 5, 2021, these strategies were examined from both a critical and algorithmic perspective in order to identify the narrative frames and interaction dynamics employed by the outlet to cover and present the events of the strike. The findings show that Semana assumed the role of a media actor with the capacity for political intervention and social control, as it articulated discursive frames and interaction resources aimed at delegitimizing and criminalizing the Paro Nacional 2021, its participants, and, consequently, the democratic exercise of social protest.

Keywords: Paro Nacional 2021, Revista Semana, framing, engagement, social protest.

1 Introducción

Contexto y Enfoque del Análisis del Paro Nacional 2021

1.1 Paro Nacional

En abril de 2021 Colombia enfrentaba un tercer pico de contagios a causa de la pandemia de COVID-19 que, para el meridiano del mes, registraba más de 2,6 millones de casos confirmados y más de 67000 muertos en el territorio[1]. A pesar de este escenario sin precedentes, el 28 de abril dio inicio uno de los momentos de mayor agitación social y política en la historia reciente del país: el Paro Nacional 2021. Su detonante inmediato fue la presentación de un proyecto de reforma tributaria en cabeza del entonces ministro de Hacienda, Alberto Carrasquilla[2]. que se interpretó como una ofensiva fiscal regresiva e incongruente con el contexto de crisis sanitaria, social y económica que atravesaba el país, por lo que gremios, sindicatos, académicos, figuras políticas de oposición e incluso, partidos políticos del oficialismo expresaron su rechazo al documento de más de 1000 páginas que el gobierno de Iván Duque nombró como "Ley de Solidaridad Sostenible" [3] [4] [5] [6].

No obstante, la reforma tributaria fue solo el detonante para el estallido social del 28 de abril pues, aunque fue retirada a los pocos días[7] la movilización del Paro Nacional se extendió por más de dos meses debido a que articuló a su malestar causas estructurales y mucho más profundas acumuladas a lo largo de los años, las cuales fueron visibilizadas y agravadas por la crisis generada por la pandemia del COVID-19. El incremento de indicadores como la pobreza, la pobreza

[1]Reporte COVID19 del Ministerio de Salud y Protección Social - Instituto Nacional de Salud del 15 de abril de 2021, en X. Véase en: https://x.com/MinSaludCol/status/1382811084743176198

[2]Véase: https://leyes.senado.gov.co/proyectos/images/documentos/Textos%20Radicados/Ponencias/2021/gaceta_289.pdf

[3]M.J. Duzán (2021) "Colombia: cuando se gobierna desde una torre de marfil" en The Washington Post. Disponible en: https://www.washingtonpost.com/es/post-opinion/2021/05/05/reforma-tributaria-colombia-paro-nacional-2021-ivan-duque/

[4]Senador Wilson Arias en Colombia Informa. Disponible en: https://www.colombiainforma.info/van-a-implementar-una-reforma-tributaria-en-la-peor-crisis-economica-de-colombia-wilson-arias/

[5]En AS (2021) Reforma Tributaria 2021: Quiénes están en contra y por qué quieren evitar que se apruebe. Disponible en: https://colombia.as.com/colombia/2021/04/22/actualidad/1619112187_419730.html

[6]Kalmanovitz (2021) La negligencia de Duque. En El Espectador. Disponible en: https://www.elespectador.com/opinion/columnistas/salomon-kalmanovitz/la-negligencia-de-duque-column/

[7] El 2 de mayo, apenas 5 días después del comienzo de la movilización.

extrema, así como la persistencia de altos niveles de desempleo registrados por el DANE[8] [9] [10], sumado al incumplimiento de los compromisos adquiridos por el gobierno durante las movilizaciones del 21N en 2019[11], y la indiferencia ante el pliego de emergencia presentado durante la pandemia ante un crítico e incierto marco de crisis sanitaria, económica y social[12], desembocó en un acelerado deterioro de las condiciones materiales de vida de amplios sectores de la sociedad, que profundizó las desigualdades sociales preexistentes en el territorio y deterioró las bases mínimas de bienestar y estabilidad necesaria para la convivencia democrática.

Este panorama dejo en evidencia las limitaciones estructurales de un modelo neoliberal vigente en Colombia desde finales del siglo XX caracterizado por la desregulación estatal, reducción del gasto público y liberalización económica, el debilitamiento de los mecanismos institucionales de mediación social y la reducción de la capacidad estatal de respuesta frente a situaciones de conflicto social o emergencia. Esta configuración consolidó formas persistentes de desigualdad que se vieron reforzadas por la expansión de su componente ideológico que naturaliza la exclusión, fragmenta las demandas colectivas e individualiza los problemas sociales, lo que debilita la acción colectiva y resta valor a lo público y lo común. Bajo este contexto, el Paro Nacional 2021 representó una forma legítima de participación ciudadana, amparada en la Constitución y en instrumentos internacionales, cuyas demandas trascendieron coyunturas específicas para cuestionar el modelo económico y político vigente.

[8]Para 2020 el 42,5 % de la población vivía en condición de pobreza monetaria, un significativo aumento del 6.8% con el año inmediatamente anterior (35,7%) DANE. Visualizador de datos Pobreza y condiciones de vida. Véase: https://sitios.dane.gov.co/Pobreza_y_condiciones_de_vida/#

[9]Con relación a la pobreza extrema para el 2020 la cifra se ubicó en un 15,1 %, lo que equivale a un aumento de 5,5% con respecto al año anterior (9.6%). DANE. Visualizador de datos Pobreza y condiciones de vida. Véase: https://sitios.dane.gov.co/Pobreza_y_condiciones_de_vida/#

[10]En 2020, la tasa de desempleo alcanzó el 15,9%, 5,4 puntos más que en el 2019, con picos históricos de 19,8 y 21,4% en mayo. En el primer trimestre de 2021, bajo levemente a 15,6% aunque se mantuvo en niveles elevados. DANE. Tasa de desempleo en GEIH. Véase en: https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo/mercado-laboral-historicos

[11]Con demandas como la formalización laboral, garantías en salud y derechos para el personal sanitario, lucha contra la corrupción, reforma agraria con enfoque de género, ratificación del Acuerdo de Escazú, implementación integral del Acuerdo de Paz (incluidos sus enfoques de género y étnico), garantías para la defensa de derechos humanos y para el ejercicio pacífico de la protesta, así como el esclarecimiento de violaciones a los derechos humanos. Disponible en: https://fecode.edu.co/images/comunicados/2019/AGENDA_DEL_CNP_AL_GOBIERNO.pdf

[12]Con demandas como la intervención del Estado en el sistema de salud para garantizar la atención en la pandemia; una renta básica de emergencia para personas en condición de pobreza; medidas para garantizar la educación superior; y medidas para enfrentar el incremento de la violencia basada en género. Disponible en: https://cut.org.co/pliego-de-emergencia-del-comite-nacional-de-paro/

Así, inicia el 28 de abril y se extiende por más de dos meses, el Paro Nacional caracterizado fundamentalmente por los siguientes elementos recogidos en los informes elaborados por la CIDH (2021), la ONU (2021) y el CNMH (2024). En primer lugar, se evidenció una estructura organizativa en red, descentralizada y dinámica, integrada por una amplia diversidad de actores como comunidades indígenas, jóvenes urbanos, barristas, colectivos feministas, sindicatos, transportadores, etc. En segundo lugar, el uso de repertorios tradicionales, culturales, simbólicos y digitales, se reconocen los bloqueos de vías, performances artísticos, intervenciones sobre monumentos y espacios públicos, y el activismo en redes sociales. Por último, una territorialización sin precedentes: la protesta social dejó de concentrarse en las principales ciudades del país, el Paro Nacional llego a hacer presencia en al menos el 78% del territorio nacional.

Dicho esto, es necesario enfatizar en que el abordaje analítico del Paro Nacional 2021 que desarrolla esta investigación no se enfoca en caracterizar el movimiento social, sus repertorios o demandas, sino que dirige su atención al terreno de la comunicación política entendida como "el conjunto de discursos, símbolos y/o contenidos de interés colectivo que se intercambian, confrontan y contrastan en la esfera pública y cuyo impacto se ve reflejado en la toma de decisiones" (Sosa, 2021). Esta elección responde a la necesidad de comprender el papel de los medios de comunicación en la disputa de los sentidos y legitimidad de los fenómenos sociales y políticos como el Paro Nacional 2021, disputa que encontró en las redes sociales un escenario estratégico desde el cual, medios tradicionales como Semana desplegaron y amplificaron narrativas orientadas a incidir en la interpretación pública de la protesta social.

1.2 La Revista Semana en X Como Actor en Disputa de la Dimensión Simbólica del Paro Nacional

La disputa por los sentidos y la legitimidad del Paro Nacional 2021 trascendió el plano físico de las calles para manifestarse con igual intensidad en los espacios mediáticos y digitales. En este escenario, distintos medios de comunicación se constituyeron en actores centrales para la configuración de los marcos interpretativos de la protesta aprovechando el alcance y la inmediatez de sus plataformas.

Entre estos medios, Revista Semana se destacó por una intensa intervención en la disputa por los sentidos e interpretaciones del paro en la red social X, que para el 2021, registraba más de

3.3 millones de usuarios activos en Colombia[13]. Es necesario tener en cuenta que, a diferencia de otros medios comunitarios o nativos digitales, Revista Semana es un medio de comunicación tradicional, con más de 40 años de trayectoria y reconocimiento en el entramado comunicacional colombiano. Fue fundada en 1982[13] y con el pasar de los años se consolido como un medio referente del periodismo investigativo nacional, destacándose por coberturas críticas de temas altamente sensibles e investigaciones de alto impacto político y mediático[14], que lo posicionaron como un emisor legítimo en la construcción de sentidos sobre la política colombiana y los fenómenos sociales

Ese poder simbólico que el medio había constituido, entendido en términos de Bourdieu (2000) como la facultad que adquieren ciertos agentes, en este caso los medios, de instaurar en la consciencia colectiva una visión legítima del mundo social, experimentó a partir del 2019 una significativa transformación. Tras la adquisición del medio a manos del grupo económico Gilinski[15], la salida de periodistas como María Jimena Duzán, Ricardo Calderón y Alejandro Santos, y el nombramiento de Vicky Dávila[16] como la directora editorial, la Revista Semana reorientó su estrategia comunicativa hacia el ecosistema digital, priorizando la viralidad, la interacción y la inmediatez, sobre el periodismo investigativo y las formas tradicionales de comunicación con las audiencias. Esto lo deja claro el mismo medio cuando en la presentación de su nuevo canal digital y de noticias, señaló:

> Somos conscientes de los nuevos hábitos de consumo de contenido de las personas a la hora de informarse. Nuestro foco será aumentar las opciones con variedad de temas en múltiples formatos, para que nuestras plataformas de contenidos sigan siendo un referente de información y análisis para los colombianos. (Semana, 2019)

En este entorno, X se configura como un escenario que facilita la comunicación entre múltiples actores, la producción de contenidos propios y la difusión simultánea y diferenciada de información, lo que favorece un entorno interactivo predilecto para el debate público (Campos, 2017). Por esta razón, X se convierte en un escenario novedoso para analizar la intervención de los medios de comunicación en la disputa de significados alrededor de la protesta social.

[13]Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2020-2021. (2021). Branch. Disponible en: https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2020-2021/

Por medio de su cuenta @RevistaSemana que para mayo de 2020 superaba los 4,4 millones de seguidores[14], el medio informó sobre los hechos del Paro Nacional, mientras intervenía activamente en la construcción de sentidos y significados que condicionaron la forma en que los usuarios lo concibieron e interpretaron. Para ello, recurrió a estrategias comunicativas como el framing y el engagement que permitieron encuadrar determinados aspectos de los hechos y los actores que conformaron la movilización social, mientras incentivaron la interacción para ampliar el alcance de las publicaciones valiéndose de los recursos técnicos dispuestos por la plataforma.

Por todo lo anterior, el artículo tiene como objetivo general analizar la forma en que Revista Semana utilizó estratégicamente el framing y el engagement en sus publicaciones en X para producir y amplificar discursos, opiniones y narrativas que deslegitimaron el ejercicio democrático de la protesta social. Para ello se plantean tres objetivos específicos: 1. Identificar las estrategias de framing empleadas por la cuenta @RevistaSemana en las publicaciones relacionadas al Paro Nacional 2021; 2. Establecer las estrategias de engagement que el medio efectuó en el marco temporal del análisis y, finalmente, 3. Analizar el uso del hashtag como recurso de framing y engagement en las publicaciones de Semana sobre el paro.

El desarrollo del artículo se organiza en cinco apartados: en primer lugar, se presenta el marco teórico que aborda los conceptos de protesta social, medios de comunicación, framing y engagement. En segundo lugar, se expone el diseño metodológico basado en un análisis de contenido cuantitativo y cualitativo aplicado a las publicaciones realizadas por la cuenta @RevistaSemana entre el 28 de abril y el 5 de mayo de 2021. En tercer lugar, se analiza el despliegue de estrategias de framing y engagement en el marco temporal del estudio. Finalmente, se plantean conclusiones que sintetizan los hallazgos y ofrecen una comprensión respecto al papel que asumen los medios de comunicación en X en la configuración de narrativas en escenarios de protesta social.

[14]SEMANA.COM triplica su audiencia digital. En Semana.com. Disponible en: https://www.semana.com/nacion/articulo/semanacom-triplica-su-audiencia-digital/673220/

2 Estado del Arte y Marco Teórico

2.1 La Protesta Social Como Confrontación Política y Simbólica

La protesta social representa la manifestación central de la acción colectiva que canaliza las inconformidades y demandas ciudadanas insatisfechas hacia objetivos comunes que confronten, resistan y transformen el poder político en escenarios públicos (Tilly, 1978; Asanza, 2016). Surge cuando los canales institucionales de participación que el sistema político pone a disposición se perciben como cerrados o ineficaces, lo que impulsa a que los movimientos sociales se organicen, produzcan identidades colectivas y estrategias de movilización que trasladan sus demandas al espacio público, transformándolas en un ejercicio de poder colectivo que disputa la orientación y legitimidad del sistema político (Touraine, 1984; Tarrow, 1997).

En otras palabras, la protesta social emerge como una válvula de escape ante el cierre institucional de la democracia representativa, convirtiéndose en una forma de confrontación política, democrática e incluso, como lo señala Jiménez (2021), en "una voz de la sociedad oprimida o limitada en sus derechos para confrontar pacífica y dialógicamente el autoritarismo y retornar al curso de la práctica colectiva de la democracia y el Estado de Derecho". Al permitir que las demandas colectivas se articulen en el espacio público, la protesta social habilita a la ciudadanía a desarrollar capacidades fundamentales para coexistir en una democracia constitucional, social y deliberativa pues su ejercicio fortalece el autogobierno, la libertad de expresión, el control político y la capacidad crítica, funciones esenciales para el sostenimiento del orden democrático (Jiménez, 2021). Allí donde el sistema político se cierra, la protesta abre fisuras que permiten a la ciudadanía reconstituirse como sujeto político y reconfigurar los términos del pacto social.

En consecuencia, analizar la protesta social implica reconocerla como un indicador cualitativo del desarrollo democrático en tanto evidencia el grado de apertura del sistema político a la participación ciudadana no institucionalizada, por lo cual, su aparición y desarrollo en el marco de una sociedad se debe comprender como una dimensión constitutiva y no patológica de la vida

democrática. Por este motivo, su reconocimiento y garantía se encuentran respaldados tanto por la Constitución Política de Colombia, como por sistemas internacionales de derechos humanos.[15]

Ahora bien, además de constituir un mecanismo legítimo de participación ciudadana, la protesta social activa también una confrontación en el plano simbólico; los sentidos y el significado de la manifestación entra en disputa en una arena donde múltiples actores compiten por definir su legitimidad. Esta confrontación simbólica, como explican Gallegos y Amparán (2008), desafía las estructuras de clasificación que organizan la percepción social de lo político, evidenciando que los procesos de cambio y contestación reformulan los marcos desde los cuales se interpreta la realidad sociopolítica. El valor simbólico de la protesta radica, por tanto, en su capacidad de transformar los imaginarios colectivos, reconfigurar los términos del debate público y producir nuevas formas de entender lo político y lo social. Así, la construcción del sentido no ocurre de manera neutral o aislada, pues como explica Aiziczon (2008, citado Cárdenas, 2022) los significados se configuran en un entramado sociohistórico, comunicativo y tecnológico que redefine las prácticas políticas, las relaciones de poder y las formas de visibilidad de los actores. Es en esta disputa en donde los medios de comunicación emergen como actores cruciales pues su capacidad para narrar los acontecimientos alrededor de la protesta social incide directamente en su percepción pública y en la resonancia de las demandas establecidas que determinarán en última instancia su legitimidad.

En síntesis, comprender la protesta social desde la Ciencia Política exige abordarla como una forma compleja de acción colectiva, una herramienta de participación y expresión ciudadana, así como un mecanismo de disputa política y simbólica que resultan indispensables para comprender los límites, tensiones y transformaciones del orden democrático. El Paro Nacional de 2021 reflejó estas variables considerando que frente a una reforma tributaria percibida como regresiva, al agravamiento de las condiciones sociales producto de la pandemia, y a los incumplimientos e indiferencia del gobierno de Iván Duque, los ciudadanos encontraron en la protesta social una alternativa democrática y legítima para canalizar sus demandas, interpelar al poder y exigir su reconfiguración. En contextos como este, como lo advierte Jiménez (2021) negar el derecho a la protesta "equivaldría a desarticular las bases populares de la democracia y la necesaria difusión del poder en el pueblo"

[15]El derecho a la protesta se encuentra protegido en el ordenamiento colombiano: arts 37,40 y 93 de la Constitución de 1991; en la Convención Americana Sobre Derechos Humanos: arts 13,15 y 16, y en instrumentos universales como la Declaración Universal de Derechos Humano y el Pacto internacional de Derechos Civiles y Políticos.

2.2 Medios de Comunicación Como Actores Políticos

Tradicionalmente los medios de comunicación han sido comprendidos desde su función informativa, encargada de transmitir al ciudadano los hechos de interés público o aquellos que considera noticiosos. Este artículo, por su parte, se adscribe dentro de aquellas líneas teóricas de la Ciencia Política que consideran a los medios de comunicación como actores que intervienen activamente en la construcción simbólica de lo social y lo político. Como advierte Cárdenas (2023), la imagen que las personas construyen del mundo está profundamente mediada por los medios, en tanto estos orientan las emociones, los saberes y las prácticas que configuran la experiencia compartida de lo social. Su influencia, por tanto, opera en niveles simbólicos profundos ya que como plantea Hall (1981) los acontecimientos carecen de sentido en sí mismos, por lo que requieren ser codificados mediante la selección de códigos culturales que los sitúen dentro de contextos referenciales que les atribuyan significado.

Siguiendo esta línea, uno de los aportes más relevantes lo ofrece Chomsky (2003), quien señala que, en contextos democráticos - como el colombiano- los medios de comunicación poseen este tipo de atribución/competencia que les permite ejercer un control social e ideológico mediante la codificación de dispositivos simbólicos y discursivos. Según Chomsky (2003), esta función se materializa a través de estrategias como la propaganda, la desinformación, la selección temática, la exclusión de voces disidentes y, de forma especialmente relevante para esta investigación, el encuadre del discurso (2003, p. 3). Esta operación, que comienza en el terreno de los hechos, extiende su efecto al plano de lo político ya que la manera en que se codifican los sucesos influye directamente en las formas en que se entienden, valoran y reorganizan las prácticas sociales y sus significados. Así, los medios "dota[n] de sentido a las prácticas políticas, las redefine[n], les genera[n] nuevos espacios, nuevos códigos, nuevos lenguajes, generando en muchos casos, incluso, una redefinición en las relaciones de poder, los actores sociales y las prácticas políticas" (Aiziczon, 2008, citado Cárdenas, 2023).

Una de las expresiones más visibles de esta función es el paradigma de la protesta, entendido como un patrón de cobertura que tiende a deslegitimar las movilizaciones al privilegiar los hechos violentos o disruptivos, excluir a los manifestantes como fuentes legítimas y amplificar voces externas que desacreditan la protesta (Lee, 2014). En lugar de representar la protesta como una forma legítima de participación democrática, los medios que aplican este paradigma tienden a

enmarcarla como amenaza, espectáculo o anomalía, lo cual refuerza el orden existente y limita la legitimidad del disenso. Como lo argumentan Boyle, McLeod y Armstrong (2012), a medida que una movilización adopta objetivos o tácticas más radicales y disruptivas, la probabilidad de que los medios activen este paradigma aumenta, lo que favorece un framing negativo que desplaza el foco del conflicto estructural hacia narrativas de caos, irracionalidad o criminalización.

Por todo lo anterior, analizar el caso de Revista Semana resulta especialmente pertinente en primer lugar por su posicionamiento central y relevante en el ecosistema mediático colombiano que se refleja en su amplio poder simbólico con el que incide en la opinión pública; y, en segundo lugar, por su cobertura del Paro Nacional 2021 que condensa los mecanismos centrales del paradigma de la protesta al privilegiar marcos narrativos que criminalizan la movilización, amplifican voces oficiales y excluyen las demandas ciudadanas. Una de las principales estrategias para hacerlo fue el encuadre del discurso, también conocido como framing, con el cual Semana consolidó su rol como agente de control social al determinar qué aspectos alrededor de la protesta, debieron ser priorizados y encuadrados para su interpretación alineada con una narrativa funcional al orden dominante.

2.2.1 Framing: Un Encuadre Para Pensar Sobre Como Pensar

El framing o encuadre se concibe como un proceso comunicativo para seleccionar, enfatizar y omitir ciertos aspectos de una realidad, con el objetivo de moldear la interpretación que el receptor del mensaje pueda adoptar respecto a un acontecimiento, una noticia o un fenómeno (Entman, 1993). Para comprender su función y aplicabilidad es necesario comprender en primer lugar qué son los frames, definidos por Reese (2001) y Aruguete (2011) como estructuras simbólicas socialmente compartidas y persistentes en el tiempo que organizan significativamente la experiencia social, ya que producen y limitan los significados posibles sobre los temas públicos, generando formas específicas de ver la realidad, amplificando determinadas perspectivas y transformando, en última instancia, la manera en que las audiencias interpretan y conceptualizan los acontecimientos.

Por consiguiente, el framing puede definirse como el proceso mediante el cual se visibiliza y dota de significado a un frame mediante la selección de ciertos aspectos de la realidad y su posicionamiento estratégico en el discurso. En el entramado comunicativo de los medios, funciona,

por tanto, como una estrategia que influye en la interpretación y evaluación de los acontecimientos en la esfera pública; es la materialización del ejercicio de "definir la realidad con unas u otras palabras (que) lleva a diferentes universos de discurso que promueven diferentes juicios, actitudes y conductas entre los receptores" (Garraza et al., 2012, p. 115).

Esta capacidad de construir sentidos y orientar percepciones por medio del framing, está estrechamente vinculada con el ejercicio del poder, especialmente cuando los medios actúan como dispositivos de control social que configuran lo políticamente pensable y actuable. En esta línea, Entman (1993) afirma que "el framing [...] juega un rol central en el ejercicio del poder político y el frame en un texto noticioso es realmente la huella del poder" (p. 55), destacando así su función como estrategia que materializa relaciones de poder en el discurso mediático. El autor identifica cuatro dimensiones analíticas a través de las cuales puede observarse la aplicación del framing en una noticia; es decir, huellas discursivas que permiten reconocer cómo una cobertura específica configura el sentido de un acontecimiento:

a) la definición del problema, que delimita qué aspecto de la realidad se presenta como relevante; se identifican agentes causales, costos y beneficios y se miden mayormente en términos de valores culturales comunes.

b) la interpretación causal, que identifica factores responsables y mecanismos explicativos del fenómeno encuadrado

c) la evaluación moral, mediante la cual se atribuyen juicios positivos o negativos a dichos actores y sus acciones

d) la propuesta de solución o tratamiento, que orienta a la audiencia sobre cómo abordarse el asunto.

Ahora bien, en los entramados comunicativos contemporáneos, marcados por la centralidad del entorno digital, el framing adquiere nuevas dimensiones al articularse con las dinámicas interactivas propias de redes sociales como X. Estas plataformas confieren a los medios una capacidad ampliada de difusión masiva de narrativas y relatos estructurados a partir de framing, pero también habilitan mecanismos de amplificación, disputa y resignificación de estos a través de herramientas como hashtags, menciones, enlaces, imágenes, videos o transmisiones en vivo. En este contexto, resulta necesario complementar los estudios tradicionales sobre los medios de comunicación y el uso del framing desde una perspectiva digital que incorpore el engagement como

estrategia comunicativa, con el fin de evaluar el alcance y circulación de los encuadres mediáticos y su función dentro del control social ejercido por los medios de comunicación.

2.2.2 Engagement: Llamar, Orientar y Mantener la Atención.

El concepto de engagement se ha consolidado como una noción clave para comprender las nuevas formas de relación entre medios, audiencias y contenidos. En términos generales, el engagement puede observarse a partir de la interacción que las personas usuarias sostienen con los contenidos a través de las funcionalidades disponibles en las plataformas digitales con acciones como dar "me gusta", compartir o comentar, las cuales permiten medir, de forma cuantitativa, el grado de involucramiento de las audiencias con una publicación específica (Martínez y Segarra, 2020). Sin embargo, autores como Castells et al. (2022) van más allá y plantean que el engagement debe entenderse tanto como un proceso, esto es, las estrategias empleadas por los medios para atraer, fidelizar y movilizar audiencias y, al mismo tiempo, como un resultado: los efectos medibles y simbólicos de dichos contenidos en términos de interacción y apropiación generada en los usuarios. Este doble carácter permite analizar simultáneamente las intenciones comunicativas de los emisores y las respuestas interpretativas de las audiencias, lo que enriquece el estudio de la dinámica mediática y desplaza la mirada desde una visión meramente cuantitativa hacia una comprensión del engagement como una práctica sociopolítica y comunicativa que incide en la construcción de sentido.

En esta línea, Ballesteros (2019), afirman que el engagement debe entenderse como expresiones visibles de procesos más complejos de apropiación, resignificación o rechazo de los discursos mediáticos, lo que refuerza su valor como herramienta de análisis crítica en contextos de disputa simbólica. Su análisis permite observar la capacidad de un mensaje mediático para activar emocional y discursivamente a una audiencia, ya que posee dimensiones afectivas, cognitivas y comportamentales que permiten evaluar su eficacia comunicativa y su capacidad para insertarse en la disputa por el sentido (Hollebeek, 2011; Dessart, 2017). Este tipo de interacción, además, puede ampliarse al utilizar herramientas propias de las plataformas digitales, como en el caso de X, el uso de menciones, hashtags o la inserción de enlaces, que amplían los alcances, resonancias y audiencias potenciales de dicho mensaje.

En el estudio de los procesos político-mediáticos en la esfera digital, el engagement permite evaluar el grado de incidencia del discurso periodístico en la configuración de lo legítimo, lo problemático y lo políticamente pensable, funciones que, como ya se ha señalado, forman parte del control social simbólico que ejercen los medios. Así mismo, resulta indispensable cuando se estudian estrategias comunicativas como el framing pues las reacciones de la audiencia, al ser visibles y cuantificables, ofrecen pistas sobre qué contenidos provocan mayor atención, y, por tanto, permiten inferir el poder de determinadas estrategias de encuadre (Zamora y Rebolledo, 2021).

En línea con estudios como el de Han et al. (2019), que destacan la necesidad de distinguir entre formas de interacción aprobatoria, difusiva o conversacional, el análisis incorporó una fórmula ponderada que permitiera captar no solo el volumen, sino también la intensidad del involucramiento del público. Para ello, se estableció la siguiente operación: Engagement total (E.T) = Me gusta (×1) + Compartir (×2) + Respuestas (×3) considerando que cada tipo de interacción representa un nivel distinto de compromiso: mientras el "me gusta" refleja una reacción positiva básica, el "compartir" implica un acto de difusión activa, y la "respuesta" supone un involucramiento argumentativo más profundo. Esta herramienta permitió valorar con mayor precisión el impacto de cada publicación y la potencia de sus estrategias discursivas durante el Paro Nacional de 2021.

3 Las Formas Técnicas de la Disputa Simbólica: Un Diseño Metodológico Para Entender la Coyuntura

3.1 Analizar el Contenido Para Comprender el Mensaje

Para el desarrollo de este artículo se empleará la metodología de análisis de contenido a partir del enfoque propuesto por Abela (2002) pues permite abordar de manera rigurosa el estudio de contenidos mediáticos como insumos comunicativos que condensan significados políticos, tanto explícitos como implícitos. Según el autor, el análisis de contenido constituye una técnica interpretativa aplicable a distintos tipos de registros; textuales, audiovisuales, gráficos, entre otros, cuyo rasgo común es la posibilidad de contener significados que, al ser leídos e interpretados

adecuadamente permiten aproximarse al conocimiento de fenómenos de la realidad social en su dimensión manifiesta y también en su dimensión latente.

El análisis de contenido, "combina intrínsecamente, y de ahí su complejidad, la observación y producción de los datos, y la interpretación o análisis de los datos" (Abela, 2002, p.2), por lo cual se identifica como la pertinente para examinar la estrategia discursiva de Semana durante el Paro Nacional 2021, pues permite identificar: los elementos seleccionados para destacar y generar interacción (como titulares, etiquetas, encuadres dominantes), las omisiones sistemáticas que orientan la interpretación pública de la protesta social, e incluso las estrategias para amplificar su circulación en la red social X.

Por un lado, se analizará la estrategia de framing que Semana desarrolla en las publicaciones que se relacionan al Paro Nacional con el fin de identificar cómo se construyeron los sentidos políticos alrededor de la protesta social, que orientaron la recepción y comprensión pública del fenómeno político y social. Como advierte Abela, "tanto los datos expresos (lo que el autor dice) como los latentes (lo que dice sin pretenderlo) cobran sentido y pueden ser captados dentro de un contexto" (2001, p. 4). En esta investigación, dicho contexto lo constituye el escenario sociopolítico del Paro Nacional 2021, el posicionamiento editorial del medio, y las condiciones de circulación digital que dispone la red social X. En este sentido, el análisis cualitativo de contenido permite examinar no solo lo que se dice, sino cómo se dice, quién lo dice, qué se omite y/o en que contexto, lo cual es clave para entender la función ideológica del discurso mediático que la cuenta @RevistaSemana desplegó.

Por otro lado, el enfoque cuantitativo se aplicará con el fin de examinar las estrategias de engagement de la cuenta @RevistaSemana durante el periodo de análisis, considerando variables como tema principal, temporalidad, formato de contenido y el uso de hashtags. Este análisis cuantitativo de contenido permitirá identificar patrones y estrategias sistemáticas en la configuración de las publicaciones de la cuenta, con esto, se establecerá cuáles fueron las estrategias de construcción, circulación y posicionamiento asumida por Semana en el contexto del Paro Nacional 2021.

3.2 Recolección del Corpus y Construcción de Matrices

Para implementar un correcto ejercicio de análisis de contenido se construyó un corpus a partir de una búsqueda sistemática de publicaciones realizadas en la cuenta oficial del medio @RevistaSemana en la red social X, durante el periodo comprendido entre el 28 de abril y el 5 de mayo de 2021. Esta delimitación temporal obedece al interés por analizar el despliegue comunicativo del medio durante el primer ciclo del Paro Nacional 2021, caracterizado por una alta intensidad en la protesta social, múltiples hechos de violencia y represión y una producción noticiosa vertiginosa en entornos digitales.

El corpus se organizó en tres matrices analíticas elaboradas en Excel, que cumplen funciones complementarias en la arquitectura metodológica del estudio. La Matriz #1 corresponde al Corpus General, integrado por un total de 1.901 publicaciones, registradas cronológicamente con el fin de reconocer patrones de comportamiento, regularidades discursivas y niveles de interacción digital durante todo el periodo. La Matriz #2, titulada Paro Nacional, reúne las 702 publicaciones del corpus general que aluden de forma directa o indirecta al ciclo de protesta. Finalmente, la Matriz #3 se enfoca en aquellas publicaciones en las que se identifica el uso del framing y que además incluyen hashtags en su contenido, lo cual permite analizar las estrategias de etiquetado, circulación temática y resignificación discursiva vinculadas al Paro Nacional 2021.

3.2.1 Matriz #1: Corpus General

En esta primera matriz se integran todas las publicaciones de @RevistaSemana durante el periodo de análisis. Cada fila corresponde a una publicación y contiene las siguientes columnas: número de publicación (#P), fecha y hora, componente textual del contenido y URL. Se incluye también una columna de formato de contenido, donde se registra el uso de recursos que X permite al momento de construir una publicación y las diferentes combinaciones que Semana utilizó: texto, imagen, video, video en vivo, hashtag y link, Finalmente, se incorporan cuatro columnas dedicadas al registro cuantitativo de interacciones: número de “me gusta”, veces que se compartió, respuestas generadas, y una columna de engagement total. Esta matriz cumple una función de caracterización general del comportamiento discursivo de Semana en X, al permitir identificar las temáticas

tratadas, los formatos preferidos por la editorial y los contenidos con mayor interacción a lo largo del ciclo informativo.

3.2.2 Matriz #2: Paro Nacional

A partir del corpus general, se construye en una nueva hoja del documento Excel, una segunda matriz titulada "MATRIZ PARO NACIONAL" que recoge únicamente las publicaciones relacionadas al Paro Nacional que @RevistaSemana produjo durante el periodo de análisis. Este subconjunto de publicaciones constituye la unidad central de análisis ya que permite focalizar la investigación hacia el objeto de estudio específico: la narrativa mediática alrededor de la protesta social que Semana moldeo y reprodujo. Esta matriz, conserva las mismas columnas que componen la Matriz #1, lo cual posibilita aplicar sobre ella un análisis detallado de engagement que se estructura en torno a tres variables clave: la frecuencia temporal, el formato de contenido, y el uso de hashtags, decisivo para examinar las estrategias de etiquetado y circulación. Esta estructura organizativa permitió un análisis comparado entre las dos matrices para identificar si el tratamiento informativo del Paro Nacional presenta patrones diferenciados respecto al comportamiento general de la cuenta en términos de engagement.

Además, es a esta matriz a la cual se aplica el análisis del framing; para ello, se añadieron columnas como: ¿Tiene framing?, función predominante del framing (según Entman) y mención a otras cuentas. Esta codificación permitió clasificar las publicaciones con base en una de las cuatro funciones propuestas por Entman (1993): definición del problema, diagnóstico de causas, juicio moral y sugerencia de solución. Cabe resaltar que las funciones del framing no son excluyentes, es decir, un mismo titular, puede contener huellas de encuadre de dos o incluso tres funciones. No obstante, para efectos analíticos y con el fin de preservar la claridad interpretativa, se registró únicamente aquella función que presentó mayor predominancia en la construcción del mensaje.

3.2.3 Matriz #3. Publicaciones del Paro con hashtag en su estructura

La tercera matriz se focalizó en las publicaciones que incluyeron etiquetas o hashtags en su contenido, lo que permitió observar la manera en que Semana orientó la circulación temática y la construcción de universos simbólicos asociados al Paro Nacional. Esta matriz mantuvo la misma

estructura que la anterior, permitiendo articular el análisis de framing con el de engagement, y reconocer la dimensión performativa de los hashtags como herramientas de categorización, convocación, polarización o deslegitimación. De esta manera, la matriz #3 permitió observar cómo el uso del hashtag incidía en la orientación temática y en la construcción de sentidos alrededor del Paro Nacional.

En conjunto, la construcción de estas matrices y su correspondiente codificación proporcionaron una herramienta metodológica robusta para organizar, segmentar y comparar el corpus de publicaciones de @RevistaSemana de manera coherente con los propósitos de la investigación. Esta articulación posibilitó avanzar desde una caracterización general hasta un análisis específico de los recursos discursivos y de interacción, garantizando la consistencia entre el diseño metodológico y los alcances analíticos del estudio.

4 Análisis de información

Durante los primeros días del Paro Nacional 2021, la cuenta oficial de la Revista Semana en la red social X desplegó una producción comunicativa de altísima intensidad: en apenas 8 días emitió un total de 1901 publicaciones, lo que equivale a un promedio de 237 publicaciones por día. Esta cifra, inusualmente elevada para un medio tradicional pues, a diferencia de las cuentas en X de ciudadanos, políticos, influencers o medios nativos digitales, que suelen operar la construcción de sus publicaciones con mayor flexibilidad, espontaneidad y subjetividad; los medios tradicionales, llevan a cabo procesos donde evalúan criterios de edición, validación y jerarquización de contenidos, lo cual puede delimitar un número máximo de publicaciones. Esto refleja un primer hallazgo en cuanto a la deliberada estrategia que Semana llevó a cabo en un contexto de movilización y transformación social; ocupar sostenidamente y mediante un amplio despliegue de recursos digitales, el espacio discursivo en la plataforma X, reafirmando así su papel como actor legítimo en el contexto mediático colombiano; es decir, su poder simbólico.

Dentro del conjunto general, se identificaron 10 categorías temáticas. De ellas, la que constituye la unidad central del presente análisis corresponde a las 702 publicaciones abordaron, de manera directa o indirecta, los hechos asociados al Paro Nacional 2021 y la protesta social. Esta categoría, representa el 37 % del total de las publicaciones, superando por más del doble a la categoría Nacional que se ubica en segundo lugar y por más del triple a la categoría COVID (341

y 223 publicaciones respectivamente). Además, al realizar un primer análisis comparado del engagement entre las categorías temáticas, se evidenció que, las publicaciones relacionadas a la categoría "Paro Nacional", concentraron más del 72% del engagement total del corpus, lo que significa que generaron una interacción superior a la suma del engagement de las otras nueve categorías, al punto que ni siquiera duplicando el valor de estas, lograrían igualarlo (284.630 frente a 109.021).

Sobre este subconjunto, sistematizado en la matriz #2, se aplicó el análisis del framing, identificando un total de 670 publicaciones con uso explícito o implícito de estrategias de encuadre, conforme a los cuatro elementos propuestos por Entman (1993).Para cada una de las funciones del framing se identificaron dos variables clave: la cantidad de publicaciones en las que predominó dicha función (entre las 670 codificadas con framing) y el porcentaje de engagement que concentraron respecto al total del corpus. Estos datos cumplen un doble propósito: por un lado, ofrecen un panorama cuantitativo preliminar sobre cuántas publicaciones se enfocaron en construir determinado marco interpretativo; por otro, permiten observar cuáles lograron mayor resonancia en la esfera digital. Aunque el análisis detallado del engagement será desarrollado en un apartado posterior (4.5), este enfoque permite establecer relaciones iniciales entre las formas de encuadre y su circulación.

4.1 Análisis por Funciones del Framing

Se identificaron 670 publicaciones que articulan a su estructura al menos un elemento del framing de los propuestos por Entman (1993). Hacen presencia los cuatro y se reconocen en cada uno de ellos algunas estrategias como se verá a continuación**.**

4.1.1 Definición del Problema

Se codificaron 216 publicaciones bajo esta función, lo que la convierte en la más utilizada por @RevistaSemana al representar el 32.2% de las publicaciones con encuadre. Sin embargo, fue la que menor interacción generó al concentrar solo el 13,2% del engagement total.

4.1.1.1 La Protesta Como Problema de Orden Público: Violencia, Caos y Crisis. Una de las formas más reiteradas de definir el Paro Nacional fue presentarlo como una amenaza al orden público y al funcionamiento cotidiano de la sociedad. El apoyo en voces institucionales y el hincapié en las afectaciones al sistema de transporte masivo fueron las bases estructurales de esta estrategia. Los siguientes titulares ejemplifican esta estrategia:

- 28/04/21 - 6:46 AM. Minuto a minuto | Paro Nacional en Bogotá afecta la movilidad y algunas estaciones de TransMilenio están cerradas y con presencia de Esmad.
- 05/05/21 - 7:13 PM. ¡Urgente, mujer en trabajo de parto!: la súplica del personal de una ambulancia en medio de los bloqueos.
- 04/05/21 - 9:23 AM. "ESMAD tuvo que intervenir en más de 654 casos por desórdenes en varios puntos de Colombia": MinDefensa.
- 28/04/21 - 12:35 PM. Estaciones de TransMilenio en Bogotá operan al cinco por ciento debido a las marchas por el #ParoNacional.

Lo significativo de estas publicaciones es que, incluso en los primeros minutos del 28 de abril, antes de que las movilizaciones dieran comienzo, el medio presentó a la protesta como un problema de movilidad, desconociendo deliberadamente que la ocupación en las calles constituye un repertorio legítimo de la acción colectiva. A partir de allí, los encuadres enfatizan con ahínco, las consecuencias sobre la vida y la infraestructura urbana- en especial los sistemas de transporte masivo[16]-, configurando la narrativa de la protesta hacia un encuadre que enfatiza en sus efectos disruptivos más que en su reconocimiento de expresión política ciudadana.

4.1.1.2 Reducción del Paro a Una Única Causa y Fragmentación del Sujeto Colectivo. Otra estrategia fue simplificar el origen de la protesta como una reacción coyuntural de una única causa: la reforma tributaria, a la vez que, desdibujaba la organización y cohesión de la movilización social. Se reconocen las siguientes publicaciones:

- 28/04/21 - 2:15 PM. Esta es la situación de orden público en Cali y Bogotá, donde se presentan disturbios en medio del #ParoNacional contra la reforma tributaria del gobierno Duque. #SemanaNoticias.

[16] TransMilenio en Bogota. MIO en Cali. Sistema Metro en Medellín.

- 03/05/21 - 9:06 PM. Pese al retiro de la reforma y de la renuncia de Carrasquilla, el paro se mantiene.
- 03/05/21 - 3:22 PM. Así se desarrollan las movilizaciones en Bogotá, en el marco del paro nacional. Transportadores, profesores y personal de la salud mantienen las marchas. #SemanaNoticias.
- 28/04/21 - 5:26 PM. Indígenas y afro se sumaron al paro: ¿por qué marchan? | @SemanaRural

Lo relevante de esta estrategia es que instala una narrativa en el que la protesta se reduce a una reacción puntual frente a la reforma tributaria presentada por el gobierno, dejando de lado el trasfondo estructural de desigualdad y descontento acumulado que la originó. La segunda publicación, en particular, insinúa que, una vez satisfecha esa demanda puntual, cualquier continuidad del paro carece de justificación, deslegitimando de manera implícita los demás reclamos. Además, al fragmentar a los actores del movimiento en sectores aislados, se debilita la percepción de que el Paro Nacional tiene una constitución articulada, cohesionada y multicausal. En consecuencia, diluye su carácter colectivo y lo presenta como suma dispersa de intereses particulares, lo que reduce su capacidad de ser comprendido como una acción colectiva con potencial transformador.

4.1.1.3 El Paro Como Estrategia Política de Sectores de Oposición. Semana también enmarcó la protesta como una maniobra política instrumentalizada por sectores opositores al gobierno con intereses electorales o desestabilizadores. Aquí se identifican titulares como:

- 02/05/21 - 7:55 AM. "Mientras los ciudadanos protestaban, políticos como Gustavo Petro aprovecharon las movilizaciones como estrategia de campaña política en su camino hacia la Presidencia de la República", la columna de @MAndreaNieto
- 05/05/21 - 1:05 PM “Están en el juego de tumbar a Duque (…) estas marchas están completamente organizadas”: @MariaFdaCabal #ParoNacional5M

Ambas formulaciones entienden la protesta como lógica de confrontación electoral y conspirativa, sin atender a sus causas sociales. Revelan la selectividad de las voces autorizadas por el medio para definir el conflicto: una periodista del medio con una alta carga opinativa y una figura

política del oficialismo, de quienes vincula su perfil para ampliar su alcance. Esta narrativa sienta las bases de una lectura que resulta polarizando el ejercicio democrático del Paro Nacional y que se intensificará en las funciones siguientes.

4.1.1.4 Omisión de responsabilidades y despolitización de las víctimas. Se identificó la omisión sistemática de responsabilidades por medio de un modus operandi en el que Semana aparenta darles voz a los manifestantes heridos, pero reconfigura sus declaraciones para evitar que operen como diagnóstico de causas y responsables. Estos son los titulares que lo evidencian:

- 28/04/21 - 3:19 PM. SEMANA entrevistó a uno de los heridos durante las manifestaciones en el marco del #ParoNacional en Bogotá. Este es su testimonio
- 28/04/21 - 7:52 PM. Exclusivo: Habla joven herida en los disturbios de Suba durante el paro Nacional
- 30/04/21 - 6:31 AM. Ella es Leidy Natalia, la joven que denuncia haber perdido un ojo durante el paro nacional.

En los testimonios que Semana recoge para formular las noticias, las victimas atribuían directamente las agresiones a la fuerza pública, en particular, al ESMAD: golpes a la cara, disparos a corta distancia, exceso de la fuerza sin razón aparente.[17][18]. Sin embargo, en su cuenta de X, el medio evitó enmarcar los hechos como posibles abusos por parte de las fuerzas del Estado, y, por el contrario, los presentó como consecuencias genéricas de la protesta social. Incluso uno de los titulares asocia a una de las manifestantes directamente a los disturbios, reduciendo su legitimidad incluso antes de conocer su testimonio. Esta práctica se vincula con lo planteado por Entman (1993), para quien el framing no solo opera mediante la selección y jerarquización de ciertos aspectos de la realidad, sino también a través de la omisión deliberada de otros. Aquí, la exclusión de la responsabilidad estatal desplazó el foco desde un diagnóstico político de abuso de poder, hacia una narrativa abstracta de caos.

[17] Los dos primeros testimonios, son producto de entrevistas de una corresponsal de Semana en el lugar de los hechos. Para el último es necesario realizar una búsqueda externa que encuentra en la pagina web de El Espectador, el relato de los hechos. Aquí el link: https://www.elespectador.com/bogota/leidy-cadena-un-caso-de-ataque-a-los-ojos-durante-paro-nacional-en-bogota-article/

[18] Los testimonios de las dos primeras publicaciones se recogen en el video que acompaña a la noticia completa en la página web Semana.com. Véase en: https://www.semana.com/nacion/articulo/exclusivo-habla-joven-herida-en-los-disturbios-de-suba-durante-el-paro-nacional/202157/?utm_medium=Social&utm_campaign=Echobox&utm_source=Twitter#Echobox=1619656926

Además, la elección intencionada de términos como “joven” en lugar de “manifestante” o “ciudadano”, individualizó a las víctimas, las desvinculó del carácter colectivo de la protesta y borró su condición de actores políticos. El efecto entonces fue doble: despolitizar los testimonios de víctimas - que constituían la fuente principal de la noticia y consolidar una representación del Paro como escenario intrínsecamente violento, debilitando su reconocimiento como ejercicio legítimo de acción democrática.

4.1.2 Diagnóstico de Causas y/o Responsables

Se codificaron 176 publicaciones bajo esta función de encuadre, es decir, el 26 % del total (670), las cuales concentraron un 30% del engagement de estas. Aquí sus principales estrategias discursivas:

4.1.2.1 La Protesta Social Como Problema Económico y Sanitario. En sintonía con lo observado en la primera función, ahora Semana enmarca la protesta social como una afectación al país en términos económicos y sanitarios. Los siguientes titulares dan muestra de ello:

- 29/04/21 - 8:54 AM. Dólar hoy en Colombia abre a la baja luego de primera jornada de protestas contra la reforma tributaria.
- 29/04/21 - 1:26 PM. Protestas e incertidumbre hicieron que el dólar subiera y terminara por encima de $3.700

La variación discursiva entre ambos titulares evidencia un uso selectivo de la causalidad pues ante indicadores económicos favorables, Semana presentó la protesta como un hecho marginal sin incidencia alguna en el comportamiento del dólar. No obstante, pocas horas después, cuando la divisa incrementó su valor, el medio atribuye la responsabilidad de manera directa a las protestas. Esta selectividad instala simbólicamente a la protesta como una amenaza económica, mientras que, de forma paralela la apelación al contexto sanitario se evidencia en titulares como:

- 03/05/21 - 10:46 PM. “No obstaculicemos el proceso de vacunación”: El mensaje de Duque sobre las manifestaciones y actos vandálicos en Colombia.

- 05/05/21 - 5:19 PM Por el paro, Fundación Cardiovascular en Bucaramanga se está quedando sin oxígeno para los pacientes.

Ahora las manifestaciones del Paro Nacional son presentadas apelando a un marco emocional basado en el miedo y la urgencia - como un obstáculo que profundizan la crisis de salud pública consecuencia de la pandemia del COVID. La revista otorga centralidad a voces institucionales, y enmarca los repertorios que ocupan el espacio público como una amenaza directa a la salud pública. Al asociar la protesta con la "obstrucción del proceso de vacunación", no distingue entre actos violentos y formas legítimas de acción colectiva como la ocupación de vías, reduciendo así el espectro de lo protestable. Así, el Paro queda representado como una amenaza inmediata a la vida de los colombianos en medio de un tercer pico de contagios, invisibilizando sus causas estructurales y reduciendo su carácter político.

4.1.2.2 El Paro Nacional Como Una Estrategia Política Instrumentalizada por Actores con Intereses Electorales o Desestabilizadores. En concordancia con la narrativa esbozada anteriormente (4.1.1.3), Semana consolidó una lectura polarizada del Paro Nacional, que esta vez, determinó un responsable del caos y la existencia del paro en sí mismo. Esto se observa en las siguientes publicaciones:

- 28/04/21 - 7:56 AM. "Petro casi que dice que generemos un paro indefinido y acabemos prácticamente con todo lo que hay (…) las palabras implican responsabilidad": @FicoGutierrez. #ElParoEs
- 02/05/21 - 7:23 PM. "Hay un sector político que está viendo una gran oportunidad de desestabilización en aras de llegar a la presidencia, cueste lo que cueste (...) me refiero a Petro": @MAndreaNieto #ColombiaNecesita
- 04/05/21 - 6:30 PM. "Ha manejado con mucha estrategia su comunicación (…) con habilidad ha manejado los hilos detrás del paro": este es #ElControl de @MAndreaNieto a la "hipocresía" de Gustavo Petro.

Estas publicaciones comparten un núcleo discursivo, dado que responsabilizan a Gustavo Petro de instrumentalizar el Paro Nacional como plataforma para su proyecto político. La primera publicación, atribuida a @FicoGutierrez, declara una responsabilidad directa de su figura, en el desarrollo del caos y el conflicto. Semana lo toma textual y lo reproduce, incluso cuando la cita se

construye sobre ambigüedades retóricas como la expresión “casi que dice”. La segunda, vincula a Petro con una estrategia de desestabilización con efectos electorales en pro de conseguir ser presidente. La última, publicada hasta tres veces a lo largo del corpus, construye una representación en la que Petro aparece como un estratega político que incide en el desarrollo del paro mediante una estrategia comunicativa hábil y deliberada, orientada a influir en la opinión pública sin asumir un rol visible en el conflicto.

El efecto de este encuadre es claro: la protesta social queda subordinada a la figura de Petro y es representada tanto como una jugada electoral, como un llamado al caos, antes que ser reconocida como una expresión social deliberativa. Con ello, Semana vacía de contenido democrático a la protesta y la reduce a un instrumento político.

4.1.2.3 Atribución de responsabilidades: criminalización de la figura del manifestante.

Desde el primer día del Paro Nacional, Semana moldeó en X una narrativa mediática en la que el manifestante fue asociado directamente con la destrucción, el salvajismo, y la violencia. Esto se evidencia con publicaciones como:

- 28/04/21 - 10:14 AM. AHORA: Al menos cuatro vehículos articulados del MIO fueron vandalizados por manifestantes en Cali, mientras que en Bogotá, en Suba, se presentaron explosiones por papas bomba. Cubrimiento especial de SEMANA. #ElParoEs
- 28/04/21 - 1:37 PM. Este miércoles 28 de abril varias personas salieron a marchar a las calles del país y en Cali unos manifestantes vandalizaron e incineraron un bus del Sistema Masivo de Occidente, MIO.

Las publicaciones articularon de manera explícita la figura del “manifestante”, con actos de vandalismo, eliminando cualquier distinción entre acción colectiva legítima y actos delictivos. De esta forma, el encuadre atribuyó la responsabilidad de los hechos vandálicos a quienes protestaban. y, por tanto, participar en el Paro equivalía simbólicamente a delinquir. El manifestante se posiciona como el sujeto central del conflicto por lo cual queda inscrito en un marco de criminalidad que se verá reforzado con los siguientes titulares:

- 01/05/21 - 8:05 PM. Senador Carlos Fernando Motoa fue atacado por manifestantes en el Valle.

- 02/05/21 - 8:22 PM. Minuto a minuto | Paro nacional 2 de mayo: Ciudadanos reportan que manifestantes incendiaron el edificio de la Alcaldía de Acacías, en el departamento del Meta.
- 04/05/21 - 4:22 PM. Manifestantes en Cundinamarca atacaron una ambulancia que transportaba mujer en parto prematuro: el recién nacido falleció.
- 05/05/21 - 3:55 PM. Atención: Manifestantes en Bogotá atacaron el Capitolio e intentaron entrar mientras sesionaba el Congreso.

El encuadre consolidó un proceso de criminalización en el que el término "manifestante" se convirtió en sinónimo de amenaza. La reiteración de su presencia como el responsable de episodios de violencia amplificó una imagen que lo presentó como un actor irracional y peligroso. Este procedimiento refleja con claridad la función descrita por Entman (1993) pues @RevistaSemana selecciona y jerarquiza la figura del manifestante para presentarlo como agente causal del caos. Además, se evidencia que Semana se encargó de situar al manifestante en oposición directa a dos de los pilares fundamentales de la vida social en Colombia. De un lado, la democracia, simbolizada en sus instituciones y representante. Del otro, la vida misma. Bajo este marco, el manifestante quedó constituido como un enemigo del orden político y de la existencia misma, reforzando una representación en la que quienes participan de las manifestaciones, pierden todo vínculo con la legitimidad democrática.

4.1.3 Evaluación Moral

Se codificaron 181 publicaciones bajo esta función, equivalentes al 26,6 % del total identificadas con encuadre (679). En cuanto a su engagement, se identifica como el de mayor interacción y alcance entre las cuatro funciones, pues concentró el 40% del E.T.

4.1.3.1 Vinculación del Terrorismo al Paro Nacional. Una estrategia central de esta función identificada en el discurso de Semana fue la criminalización de la protesta mediante su asociación directa con el terrorismo. El encuadre se activa desde las voces más altas del poder ejecutivo en titulares como:

- 30/04/21 - 7:21 AM. El presidente Iván Duque dice que el vandalismo durante el paro nacional es “terrorismo urbano de baja intensidad”.
- 03/05/21 - 10:22 AM. “Terrorismo jamás justificará expresión del disenso, ni el derecho a protestar”: vicepresidenta.

Con estas publicaciones, el medio amplificó una interpretación oficial del presidente y la vicepresidenta en el que desplaza la protesta del terreno de la participación y deliberación democrática hacia el de la amenaza terrorista, que, en consecuencia, no puede permitirse. Ahora bien, se reconoce un caso particular que ilustra la capacidad de @RevistaSemana para construir y enfatizar este encuadre. Se trata del caso de las 14 personas capturadas en Bogotá, la noche del 28 de abril en el marco de las manifestaciones del Paro Nacional, donde @RevistaSemana cubrió los hechos amplificando en sus publicaciones de X, sin contraste ni replica o ajuste legal las declaraciones del fiscal Francisco Barbosa:

- 28/04/21 - 6:37 PM. "Llegaron a burlarse de decisiones judiciales (...) dimos captura a líderes de movimientos terroristas": el fiscal Francisco Barbosa anunció que se realizaron varias capturas en el desarrollo del #ParoNacional
- 28/04/21 - 6:55 PM. “Quienes se organizan para violentar a la ciudadanía son terroristas”: Fiscal.

Ambas afirmaciones instalan un marco en el que los responsables de los hechos violentos dejan de ser individuos concretos (para convertirse en movimientos organizados. La categoría “movimiento terrorista”, aplicada sin distinción a quienes se movilizan, distorsiona el sentido político de la protesta. Desde la teoría politológica y sociológica, los movimientos sociales son formas legítimas de acción colectiva que buscan transformar el orden social o político. Asociarlos con el terrorismo vulnera su legitimidad democrática y favorece una lectura criminalizadora de la movilización ciudadana. Además, el titular ubica estas capturas “en el desarrollo del paro nacional”, lo que inserta esta narrativa de criminalización dentro del marco temporal y político de

la protesta, sin señalar responsabilidades diferenciadas, ni contextualizar el alcance real de dichas acciones.

Sin embargo, horas después, un juez de la república declaró ilegales las capturas, algo que la misma cuenta de Semana reportó [19][20][21]. Se evidencia que en el tratamiento informativo de los hechos, el medio evitó resaltar las implicaciones institucionales de la decisión y omitió el contraste con las versiones oficiales difundidas previamente. Por el contrario, dos días después reforzó el marco de criminalización con la siguiente publicación:

- 02/05/21 - 6:20 PM. Para muchos es muy paradójico que varios detenidos terminen libres al día siguiente como si no hubiera pasado nada.

Con estas palabras, Semana introduce, bajo una apariencia de opinión colectiva, una valoración editorial que cuestiona la legitimidad de la justicia y reafirma la lectura de impunidad frente a lo que, había sido catalogado como terrorismo. El encuadre desplegado instala y amplifica una valoración moral en la que selecciona y jerarquiza la categoría de terrorismo como clave interpretativa para entender la protesta. Con esto, el Paro Nacional pasó a configurarse ya no como un ejercicio democrático, sino que fue redefinido como una amenaza extrema al orden democrático cuya criminalización resultaba justificada.

4.1.3.2 Resignificación del papel de la fuerza pública a partir del pronunciamiento de la ONU. El 4 de mayo de 2021, la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas denunció el uso desproporcionado de la fuerza contra los manifestantes en Colombia, donde la policía abrió fuego contra manifestantes, causando muertos y heridos.

En específico, la portavoz Hurtado (2021) señaló: "Hemos recibido información y hemos sido testigos del uso excesivo de la fuerza por parte de agentes de seguridad, uso de balas reales y golpes y detenciones, todo en un contexto muy

[19] Estas dos publicaciones son "Atención: Juez ordena libertad de 14 personas capturadas por Fiscalía en medio del paro" & "#URGENTE: Juez declaró ilegales las 14 capturas anunciadas por el fiscal, en el marco de los disturbios durante el paro nacional. #SemanaNoticias"
[20] Véase en: https://x.com/RevistaSemana/status/1388107749909741568
[21] Véase en: https://x.com/RevistaSemana/status/1388167216571592714

volátil[…] su responsabilidad de proteger los derechos humanos, incluido el derecho a la vida y a la seguridad personal, y de facilitar el ejercicio del derecho a la libertad de reunión pacífica".[22] Frente a estas declaraciones, Semana, lejos de profundizar en las denuncias sobre violaciones a derechos humanos, en el reconocimiento de los responsables, o los "repertorios" de represión que adelantaban, el medio, para presentar este hecho publicó:

- 04/05/21 - 6:56 AM. Atención: ONU y UE condenan el "uso desproporcionado" de la fuerza contra manifestantes en Colombia[23]

Lo relevante para esta función específica del framing, no es este titular en sí mismo, que configura la función 1 de encuadre y aplica la estrategia de omisión de responsabilidades para definir el problema, sino el tratamiento posterior que realiza Semana frente al nuevo escenario político y simbólico abierto por las denuncias internacionales. En lugar de amplificar las voces de los manifestantes, las víctimas o los organismos que señalaron los abusos estatales, Semana despliega una estrategia centrada en la reivindicación emocional, simbólica e institucional de la Policía Nacional, mientras refuerza la deslegitimación de los manifestantes del Paro Nacional. Se observan con atención las siguientes publicaciones realizadas por @RevistaSemana apenas unos minutos después que la que referencia a la ONU:

- 04/05/21 - 7:44 AM. Policía del Esmad envía emotivo mensaje de paz a manifestantes durante jornada de protestas: "¿Qué nos estamos haciendo?"
- 04/05/21 - 8:52 AM. La desesperación de los policías en medio de enfrentamientos con manifestantes en Cali.
- 04/05/21 - 4:02 PM "Esta Policía es Colombia, representamos el país (…) esta Policía es de ustedes, es garante de la Ley (..) estos policías son unos berracos": Jorge Luis Vargas, director de la Policía, en SEMANA. #SOSColombia. Vea más:

Estas publicaciones construyen una estrategia discursiva articulada, en las dos primeras, la imagen de la policía se personifica, aparece humanizado y sensible, lo que invierte las asimetrías de poder y ubica a los uniformados como víctimas morales del conflicto. La tercera, al amplificar la voz del director de la Policía Nacional, otorga legitimidad institucional a esa representación: la

[22] ONU Derechos Humanos llama a la calma en Colombia, y denuncia el uso excesivo de la fuerza contra los manifestantes. En Naciones Unidas. Disponible en: https://news.un.org/es/story/2021/05/1491612

[23] Esta publicación no se codifica bajo la función 3. Se presenta para contextualizar el tratamiento de los hechos.

fuerza pública se presenta como garante de la ley y encarnación de la nación, mientras los manifestantes quedan definidos como una amenaza. Se activa por tanto la función de evaluación moral al jerarquizar la carga positiva de la Policía y la negativa del manifestante, logrando con esto resignificar el relato aún cuando atraviesa un contexto internacional de denuncias por abusos estatales.

4.1.4 Propuesta/Recomendación de Tratamiento

Esta función fue la de menor recurrencia en las publicaciones de Semana, siendo apenas 97 las noticias que la articularon, es decir apenas un 14% del total del subconjunto (670). Ahora bien, A pesar de su baja frecuencia, concentró un 16,5 % del engagement, superando a la función de "definición del problema", que con 128 publicaciones más, obtuvo solo el 13,6 %.

4.1.4.1 La Militarización Como Respuesta Legítima al Conflicto. Una de las principales estrategias con las que Semana intervino en esta función, consistió en construir como solución legítima la militarización del orden público como respuesta legítima ante el conflicto social. Las siguientes publicaciones de su cuenta de X, evidencian, sin matices críticos, ni contextualización democrática, el llamado de líderes políticos a desplegar fuerzas militares como lo demuestran los siguientes titulares:

- 29/04/21 - 7:56 AM. Expresidente Álvaro Uribe pide militarizar las calles ante desmanes del paro Nacional.
- 01/05/21 - 8:10 PM. El presidente Iván Duque en una declaración ordenó que se active la figura de "asistencia militar" en las ciudades más afectadas por hechos de violencia y vandalismo. Dijo que se encargará del orden en Colombia. #SemanaNoticias.
- 04/05/21 - 10:47 PM. Alcaldesa Claudia López confirma que Ejército ayudará a custodiar URI y estaciones en Bogotá en las protestas

En estas publicaciones Semana lleva más allá el relato de la protesta social como un problema de orden público, lo presenta como una amenaza que excede la capacidad de control de la Policía Nacional, mientras que la intervención militar aparece como necesaria y deseable.

Aunque @RevistaSemana se basa en declaraciones de autoridades, no las reproduce de manera literal como en otros casos en que se cita una vos institucional. En cambio, recontextualiza y amplifica los discursos, incorporando expresiones propias como “ante desmanes del Paro Nacional” o “hechos de violencia y vandalismo. Dijo que se encargará del orden en Colombia”. Esta operación discursiva convierte a la Revista Semana en un agente activo en la construcción del marco de militarización, al enfatizar la amenaza que el Paro Nacional genera y legitimar implícitamente la intervención militar, sin remitirse al marco legal o los principios democráticos, cumpliendo a cabalidad la función propuesta por Entman (1993) pues enmarca una solución específica y orienta la respuesta del público frente al problema definido.

4.1.4.2 Regularización del Derecho a la Protesta. Una segunda estrategia identificada bajo esta función consiste en la configuración discursiva de la protesta como un fenómeno que se ha desbordado y que por tanto exige regulación o contención institucional. Esto se evidencia en publicaciones como:

- 29/04/21 - 12:36 PM. Tras los desmanes en el paro del 28 de abril: ¿hora de regular las marchas?[24]
- 29/04/21 - 7:12 AM. Pese al paro, está engavetado el proyecto de ley que regula protesta social en Colombia.

Ambos titulares construyen la idea de que la protesta ha perdido legitimidad y que, en consecuencia, el Estado debe avanzar en su regulación jurídica. En lugar de profundizar sobre las causas del malestar social, las denuncias de violencia estatal o fenómenos que permitan una mejor comprensión de los hechos, las publicaciones plantean que el problema radica en la falta de control sobre la movilización, y que la respuesta adecuada no es política ni social, sino legal y restrictiva. El uso del término “desmanes” refuerza esta narrativa, al presentar el Paro como una amenaza al orden público, más que como una expresión legítima de descontento ciudadano.

Ahora bien, en el proceso de codificación se identifica un caso más que relevante para el análisis de esta función que, a su vez, muestra el poder que tienen los medios de comunicación para

[24] Semana publica un total de tres veces este titular en un lapso menor a las dos horas. Una de esas publicaciones se acompaña con #ElParoEs

moldear las representaciones de los hechos, en redes sociales como X. El análisis parte del siguiente titular:

- 03/05/21 - 6:55 PM. Derecho a la protesta: hablan abogados de manifestantes judicializados y de militares atacados en protestas

Aunque a primera vista el titular parece equilibrado, construye una narrativa distorsionada al establecer una equivalencia construida artificialmente entre actores con niveles de poder y responsabilidad institucional muy distintos. Al poner en paralelo "manifestantes judicializados" y "militares atacados", Semana sugiere un conflicto entre partes equivalentes, invisibilizando las profundas asimetrías entre civiles movilizados y fuerzas estatales. Es significativo el hecho de que @RevistaSemana presentó como víctimas a los militares, en lugar de la Policía o el ESMAD que fueron los agentes directamente involucrados en el control de las protestas. Esta construcción reconfigura y amplifica la percepción del riesgo y el caos producto de la protesta social, pues recurre a una fuerza de seguridad entrenada y capacitada para enfrentar actores armados y organizados que parten de la ilegalidad y representan riesgos significativos a la seguridad del Estado, y, los presenta como víctimas en el marco del Paro Nacional. Con esto, Semana magnifica su percepción de amenaza, legitiman la adopción de respuestas estatales restrictivas y, solo con el titular, desdibuja el derecho de los ciudadanos a la protesta, desplazando el debate público desde la defensa de la movilización social, hacia el carácter amenazante atribuido a ella.

Sin embargo, al ingresar al enlace de la publicación que redirige a la noticia en su página web[25], se constata que el contenido real no se refiere a militares, y mucho menos bajo un manto de víctimas. Por el contrario, son policías investigados por uso excesivo de la fuerza y manifestantes que han sido detenidos arbitraria e ilegalmente. Los abogados consultados no representan dos lados de una misma moneda, sino dos consecuencias de la misma causa estructural: el abuso policial. Esta distorsión transforma los hechos construyendo una narrativa que socava la legitimidad de los manifestantes y refuerza la percepción favorable de una regulación del derecho a la protesta como una respuesta legítima al conflicto.

[25] Véase en: https://www.semana.com/nacion/articulo/derecho-a-la-protesta-hablan-abogados-de-manifestantes-judicializados-y-de-militares-atacados-en-protestas/202124/?utm_medium=Social&utm_campaign=Echobox&utm_source=Twitter#Echobox=1620085419

4.2 Análisis Estrategias de Engagement de @RevistaSemana

En línea con el segundo objetivo específico, este apartado analiza dos estrategias clave que explican los altos niveles de interacción alcanzados por la cuenta @RevistaSemana durante el Paro Nacional de 2021: la frecuencia temporal de publicación y el uso del formato de contenido. Ambas son abordadas desde una medición ponderada del engagement, que distingue entre niveles de involucramiento según el tipo de interacción: me gusta (×1), compartir (×2) y respuesta (×3), siguiendo el enfoque propuesto por Han et al. (2019).

Aunque el uso del hashtag también cumple una función de amplificación, se desarrollará en un apartado posterior puesto que su articulación abandona el plano técnico del engagement y lo vincula a dimensiones discursivas fundamentales para el análisis del framing.

4.2.1 Frecuencia Temporal de Publicación

Un primer análisis de la distribución diaria de las publicaciones de la cuenta @RevistaSemana evidencia una estrategia digital del medio, dirigida a concentrar una gran cantidad de noticias en días específicos. En estos picos de actividad, el medio reforzó deliberadamente el cubrimiento del Paro Nacional, posicionándolo como eje central del discurso informativo con el fin de disputar sentidos y construir narrativas dominantes sobre la protesta. Para facilitar el análisis, se establecieron 2 subconjuntos: **a)** Subconjunto de días #1, caracterizado por su alta intensidad pues está conformado por aquellos días que tienen un promedio de publicaciones similar o superior al del corpus total[26]. Estos son: 28 de abril: 296 publicaciones, 3, 4 y 5 de mayo con 252 y 254 y 237 publicaciones respectivamente. **b)** Subconjunto de días #2 está conformado por los días restantes (29-30 de abril y 1-2 de mayo) cuyas publicaciones no llegaron al promedio diario.

[26] 237 publicaciones por día

Tabla 1
Análisis picos de actividad

	CORPUS TOTAL	ET	CORPUS PARO	ET	SUBMATRIZ FRAMING	ET
SUBCONJUNTO 1	1039	222.317	468	171266	447	169541
SUBCONJUNTO 2	862	171.334	234	113364	223	107156
TOTAL	1901	393.651	702	284630	670	276697

Como se puede observar en la Tabla 1, el subconjunto 1 concentró el 54,6 % del total de publicaciones (1039) y genera el 56,4 % del engagement total del corpus (222.317 interacciones), lo que sugiere que Semana canalizó buena parte de su capacidad de impacto en los días de mayor producción informativa. Dentro de este subconjunto, las publicaciones sobre el Paro Nacional ocupan un lugar claramente privilegiado: representan el 45 % del contenido emitido y concentran el 77 % del engagement generado, lo que revela que, frente a la amplia gama temática que pudo abordarse, fue el Paro el eje articulador del discurso mediático en los momentos de mayor intensidad comunicativa. En términos generales, las publicaciones sobre el Paro representan el 24,6 % del total del corpus (468), pero generaron un 43,5 % del engagement global (171.266 interacciones), es decir, casi el doble de lo esperable por proporcionalidad. Estas, además, constituyen el 66,6 % del total de noticias relacionadas con el Paro y concentran el 60 % del engagement específico de esta categoría, reforzando así su capacidad de resonancia frente a otras narrativas posibles.

Este comportamiento refleja un patrón significativo en la estrategia digital del medio. La alta concentración de publicaciones y de engagement en los días del subconjunto 1 muestra que Semana intensificó su actividad precisamente cuando la protesta alcanzaba mayor visibilidad y tensión en la agenda pública. En este contexto, la elección de orientar buena parte de su producción hacia el Paro Nacional y encuadrarla mediante estrategias de framing, sugiere una acción intencionada para posicionar determinados sentidos y representaciones del conflicto en el espacio digital. Estos datos, por lo tanto, aportan un elemento central a la investigación, al evidenciar que la estrategia discursiva del medio no operó de manera homogénea a lo largo del periodo, sino que

se articuló en función de momentos clave, maximizando su impacto sobre la interpretación pública del Paro Nacional. Finalmente, en términos de construcción discursiva, el uso del framing resultó ampliamente dominante en ambas fases: el 95,5 % de las publicaciones sobre el Paro en el Subconjunto 1 y el 95,2 % en el Subconjunto 2 aplicaron estrategias de encuadre, lo que confirma el carácter intencionado del tratamiento mediático del conflicto. A continuación, en la Tabla 2 se presenta la distribución temporal por funciones y niveles de interacción.

Los hallazgos se enfocan en al Subconjunto de días #1, que en total recoge 1039 noticias. En él se identifica que las publicaciones en relación con el Paro Nacional representan un 45.5%, con una diferencia de más del triple con relación a la siguiente categoría temática (Nacional:14,7%). Además, estas 473 publicaciones sobre el Paro dentro del subconjunto 1 concentran el 66,5% de todas las publicaciones que Semana hizo en relación al Paro Nacional y generan el 77,6% del engagement total asociado a este tema promedio.

Tabla 2

Distribución temporal por funciones y niveles de interacción

	FUNCIÓN 1	ET	FUNCIÓN 2	ET	FUNCIÓN 3	ET	FUNCIÓN 4	ET
SUB 1	150	26140	119	54484	107	59218	71	29699
SUB 2	66	10403	57	28601	74	51897	26	16255
TOTAL	216	36543	176	83085	181	111115	97	45954

El análisis por funciones del framing, dentro de los subconjuntos refuerza y profundiza los patrones previamente identificados. Entre las 670 publicaciones que presentan algún tipo de encuadre, el subconjunto 1 concentró un volumen de noticias y engagement considerablemente mayor: 447 publicaciones que generaron 169.541 interacciones, frente a las 223 publicaciones y 107.156 interacciones del subconjunto 2. Esta convergencia entre ambos factores demuestra que Semana concentró su capacidad de impacto digital en los días del subconjunto 1, intensificando su presencia discursiva en los momentos más sensibles del Paro Nacional. Si bien esta tendencia se observa en las cuatro funciones, los comportamientos específicos revelan matices relevantes

Las funciones 1 y 2 duplicaron el número de publicaciones en el subconjunto 1 respecto al subconjunto 2, lo que demuestra que Semana concentró en esos días su esfuerzo por definir el

problema y atribuir responsabilidades en torno al Paro Nacional. Por su parte, la función 3 evidenció un comportamiento especialmente relevante pues, aunque mantuvo una diferencia menor en volumen entre subconjuntos (107 en el primero y 74 en el segundo), solo con las 74 publicaciones emitidas en el subconjunto 2, superó en engagement a toda la función 4 y a toda la función 1; a esta última lo hizo con 142 publicaciones menos. En cuanto a los subconjuntos, se evidencia que en el primero, la evaluación moral representó el 24 % del total de publicaciones y generaron el 35 % del engagement, mientras que en el subconjunto 2, con solo 74 publicaciones (33 %), concentraron el 48 % de la interacción total de esos días. Este comportamiento sugiere que, más allá de la cantidad, Semana logró una alta eficacia comunicativa en esta función, articulando contenidos con fuerte carga valorativa y alto potencial de resonancia, lo que refuerza su capacidad para intervenir emocional y simbólicamente en la disputa por el sentido del Paro Nacional. Finalmente, en la función 4, aunque el subconjunto 1 concentró casi tres veces más publicaciones que el subconjunto 2 (71 frente a 26), su volumen de interacción fue más contenido; No logra duplicarlo. Sin embargo, el hecho de que 73 % del total de propuestas de tratamiento se emitieran durante los días de mayor cobertura del Paro sugiere que Semana aprovechó esos momentos para orientar activamente la interpretación del conflicto y sus posibles salidas.

Estos hallazgos revelan que la estrategia temporal de @RevistaSemana, se basó en establecer picos de visibilidad en días específicos desde los cuales impulsó su narrativa mediática respecto al Paro Nacional, e intensificó el debate público que lo rodea. Semana no solo priorizó qué cubrir y bajo qué encuadre, sino también cuándo y cómo hacerlo para maximizar su alcance e influencia en la opinión pública de X.

4.2.2 La forma del encuadre y el engagment: los formatos usados por Semana.com

Durante el Paro Nacional de 2021, @RevistaSemana desplegó una estrategia comunicativa que combinó diversos formatos de contenido y recursos de interacción digital para maximizar su impacto en la plataforma X. Esta sección examina la articulación del componente textual de la publicación con recursos audiovisuales (imágenes, videos, transmisiones en vivo) y de interacción (hashtags y links[27]) que Semana ejecutó en su estrategia comunicativa con el objetivo de establecer

[27] Enlace que redirige exclusivamente a su página web: Semana.com

qué configuraciones fueron las más más utilizadas por @RevistaSemana y cuáles lograron mayor interacción digital en el marco del Paro Nacional.

A partir de la matriz del corpus total, se reconocen 12 combinaciones que son posibles sistematizar en 2 grupos:

Grupo 1: publicaciones que poseen una estructura compuesta por Texto + elemento multimedia + recurso de interacción o enganche.

Grupo 2: publicaciones que presentan Texto + elemento multimedia O recurso de enganche. La siguiente imagen los muestra junto a su engagement:

Tabla 3
Matriz corpus total

Formato de contenido	Cuenta de #p	Suma de Engagement total
Texto – Imagen – Hashtag	4	227
Texto – Imagen – Hashtag – Link	54	16716
Texto – Imagen – Link	322	143373
Texto – Link	1230	126956
Texto – Link – Hashtag	78	17809
Texto – Video	10	1207
Texto – Video – Hashtag	8	2050
Texto – Video – Hashtag – Link	121	63163
Texto – Video – Link	41	14102
Texto – Video en vivo – Hashtag	15	4227
Texto – Video en vivo – Hashtag – Link	17	3703
Texto – Video en vivo – Link	1	118
Total general	**1901**	**393651**

Como se observa en la Figura 1, el grupo 2 a pesar de constituirse por tan solo 3 combinaciones (25%), concentraron el 69% de las publicaciones del corpus total. Esto se traduce en que, el formato de contenido escogido por Semana en X para ejercer esa altísima producción de publicaciones en apenas 8 días, fueron aquellas combinaciones de contenido que prescindían de la combinación simultánea de recursos visuales e interactivos. Por medio de esta estrategia, Semana

reduce la composición de recursos de la publicación, pero garantiza una presencia constante en la agenda digital que puede interpretarse como una forma de neutralización discursiva pues refuerza su posición dentro del entramado comunicativo colombiano en X y lo legitima con su ya estructurado poder simbólico.

Sin embargo, al analizar el engagement total, queda evidenciado que esta lógica de producción en volumen no garantiza el mismo impacto en la interacción de las audiencias. Las combinaciones con la estructura base del Grupo 2, representan apenas el 37% del engagement total, mientras el Grupo 1, con apenas el 31% de las publicaciones generaron el 63% del engagement. Tal comportamiento demuestra que independientemente del volumen de publicaciones, Semana consiguió un mayor porcentaje de interacción cuando empleó, a la vez, recursos audiovisuales y de interacción.

Lo anterior se materializa al observar en la Figura 2 la matriz del Paro Nacional y su submatriz de framing, pues con una diferencia de apenas 10 y 4 publicaciones respectivamente, los porcentajes de engagement del Grupo 1 duplican a los del Grupo 2[28].

Tabla 4
Matriz del Paro Nacional y submatriz de Framing

	Función 1	ET	Función 2	ET	Función 3	ET	Función 4	ET
Sub 1	150	26140	119	54484	107	59218	71	29699
Sub 2	66	10403	57	28601	74	51897	26	16255
Total	216	36543	176	83085	181	111115	97	45954

Es decir, tanto en escenarios donde la diferencia en volumen de publicaciones es muy amplia como en el corpus[29], o mínima, como en la matriz del paro y su submatriz framing, las publicaciones que combinan recursos audiovisuales y de interacción siempre generan mayores niveles de engagement.

[28] Hasta este punto del análisis no se valora la dirección de la diferencia (si favorece a uno u otro grupo), sino la magnitud de la brecha.

[29] Una brecha de más de 900 publicaciones.

A su vez, se identifica que, a diferencia de las matrices, en la submatriz del framing el grupo 1 pasa a ocupar una posición de producción mayoritaria, aunque sea por un margen estrecho. De esta manera, el grupo 1 paso de representar el 31% del Corpus Total, al 49,2% en la matriz 2 del Paro Nacional, al 50,2% en la submatriz framing, hecho que demuestra la orientación que se le dio a esta estrategia que, como se ha determinado hasta aquí, garantiza mayores porcentajes de interacción. Este comportamiento descarta cualquier sospecha de aleatoriedad y confirma que se trata de una estrategia premeditada y eficaz por parte de @RevistaSemana para captar la atención e interacción de la audiencia digital de X.

El análisis por funciones del framing refuerza la tendencia observada en las matrices ya que en todas ellas las publicaciones del Grupo 1 registran consistentemente mayores niveles de engagement, siendo la función 2: Diagnosticar una causa o responsable y la función 3: Evaluación moral las más eficaces. En ellas, Semana optó por articular la mayoría de sus publicaciones con las combinaciones del grupo 1. No obstante, incluso en las funciones 1 y 4, donde predomina el uso del Grupo 2, el mayor volumen de interacción proviene de publicaciones con la estructura del primer grupo.

En el caso de la función 2, el 53% de las publicaciones pertenecen al Grupo 1, pero estas generan el 80,7% del engagement total de esa función, cuadruplicando los resultados del Grupo 2. Por su parte, en la función 3, el 54% de las publicaciones corresponden al Grupo 1, y concentran el 68,6% del engagement total. Inclusive si se suman únicamente las publicaciones del Grupo 1 correspondientes a las funciones 2 y 3 (192 en total, es decir, el 28,6% de la submatriz framing), se observa que concentran el 51,8% del E.T de toda la submatriz. Este hallazgo confirma que la eficacia comunicativa de Semana se potencializa cuando se combinan aquellos encuadres con alta carga valorativa o de señalamiento con formatos capaces de impactar visual, emocional y discursivamente en las audiencias digitales.

Finalmente, resulta especialmente significativo el hecho de que en el Grupo 2, la diferencia entre el número de publicaciones de las funciones 2 y 3 sea de tan solo una noticia (82 y 83, respectivamente), pero el engagement se duplique, pasando de 15.873 interacciones en la función 2 a 34.814 en la función 3. Una tendencia semejante se observa en el Grupo 1: con apenas cuatro publicaciones más, la función 3 vuelve a superar ampliamente a la función 2 en interacción,

Este comportamiento revela que el componente evaluativo-moral de la función 3 actúa como catalizador del engagement al introducir juicios de valor y posicionamientos explícitos que

potencian la respuesta del público al activar emociones que favorecen la difusión y el debate en la plataforma En este sentido, la función 3 destaca por emplear el formato más completo y, al mismo tiempo, por integrar encuadres con alta carga valorativa que, amplificados mediante recursos audiovisuales e interactivos, potencian el sesgo ideológico del medio y lo proyectan en la esfera digital. Esta convergencia entre forma y encuadre refuerza la función de control social de los medios dentro del paradigma de la protesta, moldeando activamente la percepción pública sobre las causas y la legitimidad de las movilizaciones.

4.3 Análisis Conjunto Estrategias Ganadoras; Grupo 1 y Subconjunto 1:

El cruce entre los hallazgos de frecuencia temporal y de formatos de contenido, tal como se ve en la Tabla 3, muestra que la estratégica articulación del subconjunto 1, periodo con mayor volumen y alcance de publicaciones, con las combinaciones del Grupo 1, estructura con mayor rendimiento de interacción, concentraron:

- El 54,8% de las publicaciones del Subconjunto que generaron el 77,6% del E.T del Subconjunto.
- El 36,5 % del engagement total de la submatriz con apenas el 47,5 % del total de publicaciones. Dicha tendencia confirma que la eficacia en cuanto al engagement alcanza sus picos más altos cuando los encuadres del framing se difunden en los momentos de mayor intensidad informativa mediante formatos que integran simultáneamente recursos audiovisuales e interactivos.

Tabla 5

Cruce entre los hallazgos de frecuencia temporal y de formatos de contenido

	SUBCONJUNTO 1	ET	SUBCONJUNTO 2	ET
GRUPO 1	245	131707	92	55471
GRUPO 2	202	37834	131	51685
TOTAL	447	169541	223	107156

5 El hashtag Como Recurso de Interacción y Amplificación Discursiva:

En la estrategia comunicativa de @RevistaSemana, el hashtag operó como un recurso de alcance e interacción, pero también como un mecanismo de encuadre discursivo. Su inclusión merece un apartado específico por dos razones centrales. Primero, a diferencia de la frecuencia temporal o de los formatos de contenido cuyos patrones de uso tienden a ser más estables y técnicos, el hashtag introduce una marca textual deliberada que puede condicionar la interpretación del mensaje y proyectar sentidos particulares. Segundo, esta herramienta, propia del ecosistema digital, permite redirigir al usuario hacia un universo de publicaciones que comparten la misma etiqueta, ampliando y reforzando el marco interpretativo que se pretende instalar. Esta doble función, técnica y semántica, lo convierte en un elemento capaz de articular simultáneamente estrategias de engagement y framing, justificando su análisis independiente.

En el corpus total solo el 15,6 % de las publicaciones de @RevistaSemana incluyeron este recurso, mientras que en las publicaciones del Paro Nacional dicho porcentaje ascendió al 25 %. En ambos casos, dichas publicaciones con hashtags generaron una proporción considerable del E.T: 27,3 % y 29 % respectivamente. Este aumento de casi diez puntos porcentuales acompañado de una participación estable y elevada en la interacción, sugiere una intensificación deliberada de este recurso como herramienta para amplificar el alcance y reforzar el encuadre de las publicaciones de la cuenta que hablan sobre el Paro Nacional.

Resulta significativo para los objetivos de esta investigación, referenciar las 3 publicaciones de @RevistaSemana relacionadas al Paro Nacional que en su estructura contienen el uso de hashtags y que generaron los mayores niveles de engagement, pues se reconoce un claro direccionamiento del medio hacia determinados encuadres y narrativas alrededor del fenómeno social. Como se observa en la Figura 3, se ordenaron de mayor a menor nivel de engagement, estos son:

Tabla 6
Nivel de engagement

Texto de la publicación	Formato de contenido	ET
"A Petro no le preocupa el país ni la gente, le preocupa es como llegas al poder" @FicoGutierrez #ElParoEs	Texto – Video – Hashtag – Link	5867
"Hay cabeza que quieren tomarse a Colombia de manera violenta": editorial @VickyDavilaH en SEMANA en medio del momento de crisis que vive el país por cuenta de la violencia en las calles. https://bit.ly/3emCTgx#ParoNacional5M	Texto – Video – Hashtag – Link	4326
"Hay un sector político que está viendo una gran oportunidad de desestabilización en aras de llegar a la Presencia, cueste lo que cueste (…) me refiero a Petro" @MAndreaNieto #ColombiaNecesita	Texto – Video – Hashtag – Link	3526

En cuanto a la estrategia de engagement, se identifica que las tres publicaciones se realizaron bajo la misma estructura de formatos de contenido: Texto-Video-Hashtag-Link, es decir, incluso en las publicaciones que tienen hashtag se comprueba que la elección de combinaciones del Grupo 1 resultaron mayor efectivas, Esta estrategia se muestra efectiva al observar su nivel de engagement en el corpus general (1901 publicaciones) pues se evidencia que obtuvieron un altísimo nivel de interacción ubicándose en las posiciones 4, 13 y 17 respectivamente.

Ahora bien, en el plano discursivo, estas tres publicaciones advierten un claro direccionamiento ideológico y polarizante en el uso del recurso del hashtag por parte de @RevistaSemana. En los tres casos el encuadre corresponde a la función 2 del framing: diagnóstico de causas y responsables puesto que de manera directa e indirecta responsabiliza actores políticos específicos; Gustavo Petro, o "cabezas" que supuestamente estarían detrás del Paro, desplazando la atención de las causas estructurales hacia responsables individualizados, hecho que deslegitima el ejercicio democrático de la protesta social.

La articulación entre datos y análisis reflejan que, aunque los tres titulares pertenecientes a la función 2 representan apenas el 3,2 % de las 94 publicaciones Grupo 1, concentran el 20,4 % del engagement de este grupo. En el universo de las 176 publicaciones con función 2, constituyen solo el 1,7 %, pero generan el 16,5 % del engagement total de esa función. Tal desproporción revela que la convergencia estratégica entre el formato más efectivo (Grupo 1), el encuadre de diagnóstico de causas/responsables (función 2) y el uso del hashtag como recurso amplificador potencia de forma sustantiva la interacción alcanzada.

5.1 Redireccionamiento Discursivo a Partir de la Etiqueta, el Caso de #ColombiaNecesita

Como se mencionó al inicio del apartado, el valor del hashtag no radica únicamente en su literalidad, sino en la conversación a la que direcciona al lector cuando accede al conjunto de publicaciones que los utilizan. De este modo, se configura una estrategia discursiva y de interacción mucho más compleja, que se materializa de manera explícita en la tercera publicación que utiliza el hashtag #ColombiaNecesita. Si bien su marca textual alude a una necesidad que atraviesa el país, per se no ofrece ninguna definición o contextualización del Paro Nacional, como si sucede con los hashtags #ElParoEs o #ParoNacional5M presentes en las otras dos publicaciones. Sin embargo, al articularse con la publicación ya analizada, y con las que se mencionan a continuación, el usuario de X es conducido hacia un universo de publicaciones que configuran la narrativa mediática, los sentidos y por tanto la interpretación alrededor del Paro Nacional. A continuación, la segunda[30], tercera y cuarta publicación con mayor engagement bajo el hashtag #ColombiaNecesita

“Tenemos que actuar contra los vándalos con toda contundencia (...) necesitamos mucha más colaboración de la ciudadanía, que nos ayuden a denunciarlos”: @Diego_Molano #ColombiaNecesita.

@FicoGutierrez@Matador000 y @MAndreaNieto analizan en #ElDebate la situación reciente de protestas que escaló en desmanes. #ColombiaNecesita

"Hay unos sectores que van a hacer paro, pase lo que pase (…) pero hay grupos que no solo se infiltran sino que tienen finalidades de destrucción" @PinzonBueno #ColombiaNecesita

[30] Puesto que la primera es la que ya se mencionó arriba

Como se logra observar el hashtag #ColombiaNecesita se consolida como una puerta de entrada a un universo de publicaciones cuya narrativa reconfigura el significado del Paro pues lo despoja de su dimensión estructural y colectiva, y lo transforma en un problema de orden público, generado por actores desestabilizadores, cuyo control y contención se presenta como imperativo.

El análisis conjunto de estas publicaciones permite establecer qué #ColombiaNecesita activa los cuatro elementos del framing propuestos por Entman (1993):

Definición del problema: el Paro se presenta como una amenaza a la estabilidad institucional y al orden público.

Diagnóstico de causas: se atribuye a intereses políticos subversivos, como lo expresa María Andrea Nieto al sugerir que Gustavo Petro estaría instrumentalizando el caos para llegar al poder. Y a grupos infiltrados que tienen "finalidades de destrucción".

Evaluación moral: los actores vinculados a la protesta son calificados negativamente mediante expresiones como "vándalos", y la protesta, como un paso secuencial, sin matices hacia los desmanes, asociándola con conductas reprochables ya ajenas a la acción legítima ciudadana.

Propuesta de solución: se plantea la acción punitiva y el fortalecimiento del control estatal, evidente en el llamado del entonces ministro Diego Molano a "actuar con toda contundencia" y denunciar a los "vándalos".

Mediante el uso de este recurso de interacción @RevistaSemana configura una estrategia de framing indirecto altamente eficaz pues opera como un anclaje discursivo externo, que le permite al medio dirigir a la audiencia hacia una narrativa específica alrededor del Paro Nacional. Esta dinámica no depende exclusivamente de que la publicación individual contenga un encuadre explícito, ya que incluso en piezas sin un framing explícito como: "#ColombiaNecesita | Pronunciamiento del comité de paro nacional en SEMANA. Esto es #VickyEnSemana con @VickyDavilaH", el hashtag tiene la capacidad de redirigir a la audiencia a un universo de contenidos que comparten una orientación discursiva previamente instalada.

Así, se demuestra que el potencial del hashtag radica en su capacidad para prolongar y amplificar el marco interpretativo preexistente, en otras palabras, la convergencia metodológica entre recurso técnico y orientación ideológica que posee el hashtag potencia la capacidad del medio para moldear percepciones y reforzar sentidos hegemónicos en el debate público. El desarrollo del análisis comprueba que Semana hizo uso de ellas para articular narrativas y encuadres alrededor del Paro Nacional que desplazaron sus causas estructurales hacia marcos interpretativos que

deslegitiman y criminalizan la protesta social, efecto que, como se demostró, incrementa de manera significativa los niveles de engagement, especialmente cuando se combina con el formato más efectivo (Grupo 1) y con encuadres centrados en la identificación de causas o responsables.

Conclusiones

El análisis integral de las estrategias de framing, engagement y uso del hashtag por parte de @RevistaSemana en X durante el Paro Nacional revelan una articulación deliberada entre forma, contenido y oportunidad, que estratégicamente se encaminaron a moldear los sentidos y la interpretación pública de la protesta social en Colombia. Los hallazgos demuestran que el medio concentró sus recursos discursivos y técnicos en momentos de alta visibilidad, intensificando su producción y alcance.

En cuanto al framing, se identificó la presencia de las cuatro funciones propuestas por Entman (1993) en el cubrimiento de Semana, siendo la definición del problema el más recurrente y la evaluación moral la que generó mayor engagement. Se concluye que la cuenta del medio siguió una lógica de encuadre escalonada que iniciaba con la representación del paro como un problema de orden público, económico y sanitario, presentado como irresponsable e innecesario. Luego, Semana reforzó la narrativa de que el Paro Nacional respondía a una estrategia política orquestada por actores opositores cuyo único objetivo era desestabilizar al país para llegar al poder, dejando de lado las demandas estructurales y legítimas de la movilización. así como a la multiplicidad de actores y repertorios, A su vez, desplegó estrategias de segmentación moral y criminalización selectiva que clasificó a los actores en vándalos, manifestantes y ciudadanos, ubicando estos últimos como víctimas y contraparte legítima frente a quienes se movilizaban. Esta distinción despojó al manifestante de su condición de ciudadano y lo colocó en un plano de antagónico al interés general debilitando cualquier reconocimiento de sus demandas. Al mismo tiempo, la ausencia deliberada de matices permitió que el término “manifestante”, englobara sin distinción desde actos pacíficos, hasta episodios de violencia y criminalidad, consolidando así un encuadre que deslegitimó la colectividad del movimiento social.

De manera paralela, apelando a la emocionalidad, Semana consolidó juicios morales negativos, que, apoyados en voces institucionales y en la narrativa propia del medio, reforzaron la idea de la protesta como una conducta peligrosa, incluso ilegal, asociada al terrorismo. El medio

movilizó sentimientos de indignación, temor y rechazo hacia la protesta, llegando incluso a construir una contraimagen positiva de la fuerza pública aun cuando organismos internacionales que velan por los DD.HH como la ONU, habían condenado su actuación, desplazando el foco del debate público al rededor del Paro Nacional, hacia la deslegitimación moral de quienes se manifestaban.

La simultaneidad y refuerzo mutuo entre estos encuadres configuró un marco narrativo en el que las propuestas de tratamiento, como la militarización del espacio público o la regulación jurídica del derecho a la protesta dejaron de percibirse como medidas excepcionales para convertirse en respuestas plausibles para ser interpretadas como respuestas legítimas, necesarias y proporcionadas frente al conflicto.

En este andamiaje narrativo, las estrategias de engagement desplegadas por Semana potenciaron el alcance y la persistencia de los encuadres. La intensificación del volumen de publicaciones en jornadas clave del Paro Nacional y la selección de formatos con alta carga audiovisual e interactiva generaron picos de visibilidad y activaron dinámicas de circulación capaces de amplificar el sesgo valorativo de los contenidos. El uso selectivo de hashtags, integrado a esta lógica, operó como anclaje discursivo que extendió la vida útil de los encuadres en el ecosistema digital, conduciendo a las audiencias hacia universos de publicaciones con sentidos previamente instalados y reforzando, de manera sostenida, narrativas orientadas a deslegitimar la protesta social y a naturalizar tratamientos coercitivos frente a ella.

Por lo anterior, se concluye que Revista Semana construyó y posicionó una representación del Paro Nacional de 2021 que despolitizó su carácter reivindicativo, debilitó su potencial democrático y reprodujo los principales rasgos del paradigma de la protesta. La cobertura se estructuró en torno a encuadres que privilegiaron narrativas de violencia, caos y amenaza, desplazando las causas estructurales del descontento y minimizando la multiplicidad de actores y repertorios que confluyeron en la movilización. Esta operación mediática, articulada mediante el uso estratégico del framing y el engagement en la red social X, se sustentó en recursos discursivos y técnicos que amplificaron mensajes deslegitimadores, reforzaron voces institucionales sobre la de los manifestantes y naturalizaron tratamientos coercitivos frente a ellos.

Este hallazgo subraya la urgencia para el campo de la Ciencia Política, de abordar a profundidad el estudio de cómo los medios tradicionales que, con un poder simbólico constituido despliegan mediante el uso de encuadres y aprovechando funcionalidades y dinámicas de las redes

sociales, narrativas que moldean la interpretación pública de fenómenos estructurales de la democracia participativa y deliberativa, como la protesta social.

Referencias

Abela, J. A. (2002). *Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada*. Fundación Centro de Estudios Andaluces

Aruguete, N., (2011). Framing. La perspectiva de las noticias. *La Trama de la Comunicación, 15*, 67-80.

Asanza Miranda, L. F. (2016). *La protesta social como ejercicio colectivo de la democracia deliberativa y la libertad de expresión* [Tesis de maestría]. Instituto de Derechos Humanos Bartolomé de las Casas. https://e-archivo.uc3m.es/rest/api/core/bitstreams/beedd462-c5a8-4510-9844-77d9f3cda75f/content

Ballesteros Herencia, C. A. (2019). La representación digital del engagement: hacia una percepción del compromiso a través de acciones simbólicas. *Revista de comunicación, 18*(1), 215-233.

Bourdieu, P. (2000). Sobre el poder simbólico. En *Intelectuales, política y poder* (pp. 65–73). UBA/Eudeba.

Boyle, M. P., McLeod, D. M. & Armstrong, C. L. (2012). Adherence to the protest paradigm: The influence of protest goals and tactics on news coverage in US and international newspapers. *The International Journal of Press/Politics, 17*(2), 127-144.

Campos Domínguez, E. M. (2017). Twitter y la comunicación política. *El profesional de la información, 26*(5), 785-794.

Cárdenas Ruiz, J. D. (2023). Las nueva(s) culturas(s) políticas de construcción mediática de la protesta social en Colombia. Reflexiones sobre el paro nacional, 2021. *FORUM. Revista Departamento Ciencia Política, 24*, 80-107.

Castells Fos, L.; Pont-Sorribes, C. y Codina, L. (2022). La sostenibilidad de los medios a través de los conceptos de engagement y relevancia: scoping review. *Doxa Comunicación*, *35*, 19-38

Centro Nacional de Memoria Histórica. (2024). *El pueblo en las calles: memorias de resistencia y represión en el estallido social de 2021. Volumen 1*. CNMH. https://centrodememoriahistorica.gov.co/wp-content/uploads/2024/11/ElPuebloEnLasCalles.pdf

Chomsky, N. (2003). *El control de los medios de comunicación*.

Dessart, L. (2017). Social media engagement: a model of antecedents and relational outcomes. *Journal of Marketing Management, 33*(5–6), 375–399.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication, 43*(4), 51-58.

Gallegos, A. L., & Amparán, A. C. (2008). El procesamiento simbólico de la protesta: el discurso de opinión en torno a la marcha del color de la tierra. *Estudios sociológicos*, 695-723.

Hall, S. (1981). La cultura, los medios de comunicación y el efecto ideológico. *Sociedad y comunicación de masas, 1*, 357-392.

Han, X., Gu, X. & Peng, S. (2019). Analysis of Tweet Form's effect on users' engagement on Twitter. Cogent Business & Management.

Hollebeek, L. D. (2011). Demystifying customer brand engagement: Exploring the loyalty nexus. *Journal of Marketing Management, 27*(7–8), 785–807. https://doi.org/10.1080/0267257X.2010.500132

Jiménez Ramírez, M. C. (2021, febrero 15*). La protesta social: Una aproximación a un derecho democrático fundamental*. Agenda Estado de Derecho. https://agendaestadodederecho.com/la-protesta-social-una-aproximacion-a-un-derecho-democratico-fundamental/#Autor

Oficina de Derechos Humanos de las Naciones Unidas. (2021). *Lecciones aprendidas para el ejercicio del derecho de reunión pacífica en Colombia*. ONU. https://www.hchr.org.co/wp/wp-content/uploads/2022/05/211214-Colombia_Documento-lecciones-aprendidas-y-observaciones-Paro-Nacional-2021.pdf

Lee, F. L. (2014). Triggering the protest paradigm: Examining factors affecting news coverage of protests. *International journal of communication, 8*, 22.

Martínez-Sala, A. M., & Segarra-Saavedra, J. (2020). Engagement y disengagement online, factores clave en las estrategias de comunicación turística 2.0. En V. Altamirano-Benítez, M. Túñez-López, & I. Marín-Gutiérrez (Eds.), *Tendencias de la Comunicación para el Turismo* (pp. 149–183). Editorial Dykinson.

Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH). (2021). *Observaciones y recomendaciones. Visita de trabajo a Colombia*. CIDH. https://www.oas.org/es/cidh/informes/pdfs/ObservacionesVisita_cidh_Colombia_spA.pdf

Reese, S. D., Gandy, J. & Grant, A. E. (2001). Prologue, Framing public life: A bridging model for media research. En *Framing public life* (pp. 23-48). Routledge.

Sadaba Garraza, T., Rodríguez Virgili, J. & La-Porte Fernandez-Alfaro, T. (2008). La teoría del framing en la investigación en comunicación política.

Redacción Semana. (2019). *Vicky Dávila será la directora del nuevo canal digital de SEMANA*. Semana. https://www.semana.com/nacion/articulo/vicky-davila-sera-la-directora-del-nuevo-canal-digital-de-semana/637361/

Sosa, G. G. (2021, 26 de marzo). *Comunicación política*. Prontuario de la Democracia. https://prontuario-democracia.sociales.unam.mx/wp-content/uploads/2021/05/Comunicacion-politica.pdf

Tarrow, S. (1997). *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Alianza.

Tilly, C. (1978). *From mobilization to revolution*. Addison-Wesley.

Touraine, A. (1984). Los Movimientos Sociales. *Revista Colombiana de Sociología*, *27*, 255-278

Zamora Medina, R. & Rebolledo De la Calle, M. (2021). Politainment en campaña: el engagement en la audiencia social de Twitter. *Revista de comunicación, 20*(2), 375-390.

Anexos

Anexo 1.
Base de datos en Excel.
DOCUMENTO MATRICES.xlsx