

La mediatización de la protesta social en el ecosistema mediático digital: una propuesta teórico-conceptual para su abordaje analítico

The mediatization of social protest in the digital media ecosystem: a theoretical-conceptual proposal for its analytical approach

Cárdenas Ruiz, J. D.



Juan David Cárdenas Ruiz. Universidad de La Sabana (Colombia).

Magíster en Estudios Políticos y Relaciones Internacionales por la Universidad Nacional de Colombia. Politólogo, especialista en Opinión Pública y Marketing Político por la Universidad Javeriana. Profesor asociado, investigador y director del Observatorio de Medios de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Sabana. Sus líneas de investigación se orientan a los estudios de *framing* y análisis de procesos de comunicación política, especialmente en contextos electorales, gubernamentales y de movilización social.

<https://orcid.org/0000-0003-4823-1572>, juancar@unisabana.edu.co

Recibido: 15-09-2025 – Aceptado: 08-01-2026

<https://doi.org/10.26441/RC25.1-2026-4212>

RESUMEN: Propósito. La mediatización de la protesta social constituye un eje clave para comprender las transformaciones contemporáneas de la acción colectiva en contextos atravesados por la digitalización de la comunicación. Aunque la protesta ha sido históricamente un objeto de interés para la comunicación política, los enfoques clásicos resultan insuficientes para explicar las dinámicas emergentes en el ecosistema mediático digital, particularmente en relación con la reconfiguración de los repertorios de acción, la disputa por el poder simbólico y la producción de sentido en el espacio público. En este marco, el artículo tiene como propósito desarrollar una propuesta teórico-conceptual para el análisis de la mediatización digital de la protesta social. **Metodología.** Se adopta un enfoque cualitativo de carácter teórico-conceptual, sustentado en un análisis crítico e interpretativo de la literatura académica sobre mediatización, protesta social y comunicación digital. A partir de una revisión sistemática del estado del arte, se identifican convergencias, tensiones y vacíos analíticos en los enfoques existentes, lo que permite articular distintos cuerpos teóricos en un modelo conceptual integrador. **Resultados y conclusiones.** Los resultados sostienen que la mediatización digital no se limita a amplificar los episodios de protesta, sino que transforma de manera sustantiva sus lógicas de acción colectiva, visibilidad pública y disputa simbólica, al reconfigurar las estructuras de oportunidad tradicionales y los modos de interacción entre actores, medios y audiencias. **Aporte original.** El principal aporte del artículo radica en la formulación articulada de los conceptos de estructura de oportunidad político-comunicacional digital, contra encuadres digitales de la protesta y contra públicos digitales de la protesta, los cuales ofrecen un marco analítico novedoso y transferible para el estudio de la protesta social en entornos digitales y en contextos de alta conflictividad social.

Palabras claves: protesta social; mediatización digital; oportunidad digital; contra públicos; contra encuadres.

ABSTRACT: Purpose: The mediatization of social protest has become a central axis for understanding contemporary transformations of collective action in contexts shaped by the digitalization of communication. Although protest has historically been an object of interest in political communication, classical approaches are insufficient to explain the dynamics emerging within the digital media ecosystem, particularly with regard to the reconfiguration of action repertoires, the struggle over symbolic power, and the production of meaning in the public sphere.

In this context, the purpose of this article is to develop a theoretical–conceptual proposal for the analytical study of the digital mediatization of social protest. **Methodology.** The article adopts a qualitative, theoretical–conceptual approach based on a critical and interpretative analysis of academic literature on mediatization, social protest, and digital communication. Through a systematic review of the state of the art, the study identifies convergences, tensions, and analytical gaps in existing approaches, allowing for the articulation of different theoretical bodies into an integrative conceptual model. **Results and conclusions.** The findings suggest that digital mediatization does not merely amplify protest episodes, but rather substantially transforms the logic of collective action, public visibility, and symbolic struggle by reconfiguring traditional opportunity structures and modes of interaction among actors, media, and audiences. **Original contribution.** The main contribution of the article lies in the articulated formulation of the concepts of digital political–communicational opportunity structure, digital counter-frames of protest, and digital counter publics of protest. These concepts provide a novel and transferable analytical framework for the study of social protest in digital environments and in contexts of high social conflict.

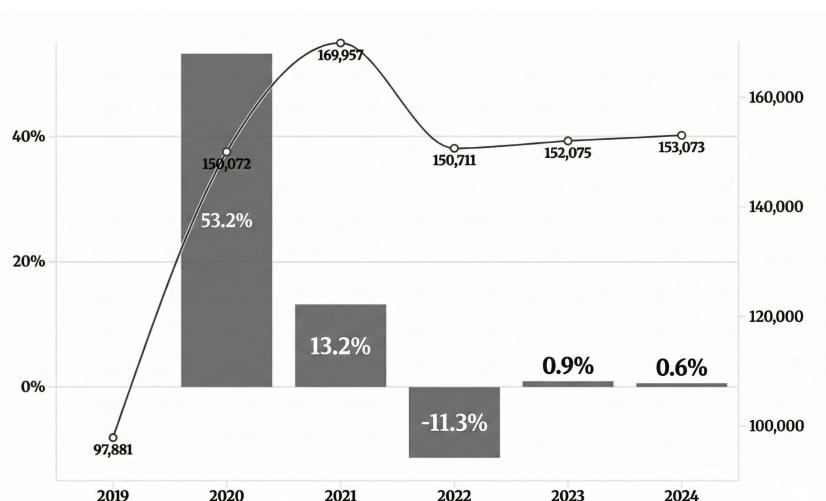
Keywords: social protest; digital media coverage; digital opportunity; counter-publics; counter-framing.

1. Introducción

Entre 2019 y 2021 se registró un aumento significativo de las protestas a nivel global¹. La crisis sanitaria derivada de la COVID-19, junto con sus efectos económicos, las restricciones impuestas a derechos y libertades básicas, y la adopción de políticas de control y vigilancia, impulsaron a miles de personas en diferentes regiones del mundo a movilizarse (Ortiz *et al.*, 2022). Pese a la coyuntura crítica de salud pública, estas manifestaciones se convirtieron en escenarios para expresar el descontento frente a las condiciones sociales, políticas y económicas de sus contextos (Della Porta, 2022; Kowalewski, 2021; Pleyers, 2020; Romanos *et al.*, 2022).

Según la base de datos sobre protestas de la ACLED (*Armed Conflict Location & Event Data*), como muestra el gráfico 1, el año 2020 fue el año con mayor número de protestas en los últimos seis años, seguido del 2021.

Gráfico 1. Evolución de las protestas a nivel mundial 2019-2024



Fuente: Base de datos de la ACLED (<https://acleddata.com/conflict-data/download-data-files>).

¹ El contenido del artículo es resultado de revisión, reflexión y construcción teórica derivado del proyecto Análisis de la mediatización digital de la protesta social en Colombia: Paro Nacional 28A de 2021 del grupo de investigación del Observatorio de Medios de la Universidad de la Sabana

La pandemia también aceleró el crecimiento de los indicadores vinculados con el acceso a Internet, la tenencia de dispositivos móviles y la participación en redes sociales, como lo muestra la tabla 1. La crisis sanitaria forzó la virtualización de múltiples actividades cotidianas y profesionales, y en ciertos casos llevó a su restricción debido a medidas de salud pública (Büll & Fegert, 2025; Hofstra *et al.*, 2023).

Este proceso transformó las formas de relacionamiento social y situó a las plataformas digitales en el centro de la vida cotidiana. Desde allí, no solo se organizaron actividades y rutinas, sino que también se dinamizó la circulación de información y se habilitaron nuevos canales para la expresión política ciudadana.

Tabla 1. Evolución de indicadores de conectividad y uso de redes sociales 2019-2024
Expresado en miles de millones de personas

Años	Usuarios de dispositivos móviles	Porcentaje población mundial	Personas conectadas a internet	Porcentaje población mundial	Usuarios de redes sociales	Porcentaje población mundial
2019	5,1	67 %	4,4	57 %	3,5	45 %
2020	5,2	67 %	4,5	59 %	3,8	49 %
2021	5,2	67 %	4,7	60 %	4,2	54 %
2022	5,3	67 %	5,0	62 %	4,6	58 %
2023	5,4	68 %	5,1	64 %	4,7	59 %
2024	5,6	69 %	5,3	66 %	5,0	62 %

Fuente: Datos extraídos de los informes “Global Overview Report” de Hootsuite y We Are Social entre 2019 y 2024.

Las protestas sociales fueron uno de esos fenómenos sociales y prácticas de participación ciudadana que, en el marco de la pandemia y la tendencia a la digitalización de la sociedad motivada por la situación, sufrió una importante e interesante transformación en una dinámica de doble movimiento, en donde por un lado las fuerzas contenciosas tradicionales insistieron en seguir implementando repertorios de protesta offline a pesar de las restricciones y actores que se acomodaron a las circunstancias y pusieron en práctica otros tipos de repertorios aprovechando las condiciones comunicativas, tecnológicas y políticas del momento (Gerbaudo, 2020).

En este marco, emerge un eje clave para estudiar la protesta desde su dimensión político-comunicativa: la disputa por la construcción mediada de la realidad en torno a los episodios de protesta, cada vez más desplazada al ámbito digital (Chadwick *et al.*, 2015) Este movimiento afecta las relaciones de poder (Couldry & Curran, 2003), reorienta las estrategias comunicativas de los actores en contienda (Cárdenas Ruiz, 2025) y moldea la cultura política que rodea a la movilización (Aiziczon, 2008; Cárdenas Ruiz, 2023), dentro de un ecosistema mediático altamente digitalizado (Chadwick, 2017; Treré & Mattoni, 2016). Aun con restricciones a derechos y libertades, la ciudadanía no se inhibió; por el contrario, aprovechó tecnologías y herramientas digitales para innovar en sus prácticas contenciosas (Costanza-Chock, 2003; Milan, 2015; Negrine, 2016).

En este panorama es en el que emerge el concepto central que se busca desarrollar en este escrito y a partir del cual se derivan los elementos conceptuales que se proponen para la comprensión de la protesta social en el ecosistema digital, la “mediatización digital de la protesta”.

2. Metodología

Este artículo adopta un enfoque metodológico cualitativo de carácter teórico-conceptual, orientado a la construcción analítica de un modelo explicativo sobre la mediatización digital de la protesta social. No se trata de un estudio empírico ni de un análisis de caso específico, sino de una propuesta

teórica desarrollada a partir de la articulación crítica y sistemática de distintos cuerpos conceptuales provenientes de los estudios de comunicación, acción colectiva y mediatización.

La estrategia metodológica responde a la necesidad de abordar un fenómeno que, si bien ha sido ampliamente estudiado, suele analizarse de manera fragmentada, especialmente en la dimensión digital en los estudios sobre protesta social. En este sentido, el objetivo metodológico del artículo apunta a integrar, reorganizar y ampliar los marcos teóricos existentes, con el fin de ofrecer una herramienta analítica capaz de dar cuenta de las transformaciones contemporáneas de la protesta en el ecosistema mediático digital.

El proceso de construcción teórica se desarrolló en tres momentos analíticos complementarios. En primer lugar, se realizó una revisión y desagregación conceptual de los principales enfoques que han abordado la mediatización, la mediatización digital, la protesta social y la acción colectiva. Esta revisión se centró en identificar los supuestos teóricos, categorías centrales y alcances explicativos de cada enfoque, prestando especial atención a sus limitaciones para explicar fenómenos vinculados a la comunicación digital, la acción conectiva, la lógica algorítmica y la circulación de narrativas alternativas en contextos de protesta.

En segundo lugar, se llevó a cabo un análisis comparativo e interpretativo entre estas tradiciones teóricas, poniendo en diálogo aportes provenientes de los estudios sobre estructura de oportunidad política, estructura de oportunidad mediática, contra públicos, contra encuadres y comunicación digital. Este ejercicio permitió identificar puntos de convergencia, tensiones conceptuales y vacíos analíticos, particularmente en relación con la articulación entre dinámicas políticas, mediáticas y tecnológicas en la configuración de la protesta contemporánea.

En un tercer momento, a partir de este ejercicio de integración crítica, se desarrolló una síntesis conceptual que da lugar a la propuesta de la estructura de oportunidad político-comunicacional digital. Esta síntesis no constituye una mera agregación de conceptos preexistentes, sino una rearticulación teórica orientada a capturar la interacción entre las dimensiones políticas, mediáticas y tecnológicas que inciden en los procesos de mediatización digital de la protesta. El modelo resultante se concibe como una herramienta analítica flexible, diseñada para facilitar la comprensión de estos procesos y susceptible de ser operacionalizada en investigaciones empíricas posteriores.

Desde el punto de vista metodológico, el alcance de esta propuesta es fundamentalmente analítico y no busca ofrecer generalizaciones empíricas inmediatas, sino contribuir a la clarificación conceptual y teórica de un campo de estudio en expansión. Su principal aporte reside en la sistematización de categorías y dimensiones analíticas que permiten estudiar la protesta social en entornos digitales.

3. Mediatización y mediatización digital

Con frecuencia se asume que la representación mediática de la protesta equivale a una “realidad objetiva” ya fijada, ajena a procesos posteriores de negociación de sentido; es decir, una mediatización que clausura el significado. No obstante, el contexto actual -marcado por una ecología mediática híbrida y altamente digitalizada- abre posibilidades de desconcentrar y democratizar la construcción pública de la realidad, redistribuyendo capacidades simbólicas entre múltiples actores (Chadwick *et al.*, 2015; Couldry & Curran, 2003).

Desde los estudios de la opinión pública y la comunicación política el proceso de mediatización y su efecto sobre la construcción social de la realidad ha sido un asunto de toda relevancia e interés. Especialmente en el ámbito de los asuntos públicos y la construcción de cultura política se le ha atribuido una gran relevancia a los procesos de mediatización (Esser, 2013; Esser & Strömbäck, 2014; Hjarvard, 2013; Lundby, 2009, 2014; Mazzoleni & Schulz, 1999; Sartori, 1999; Strömbäck, 2008) entendidos no únicamente como procesos que se agotan en los medios y tecnologías de la comunicación, sino que abarcan todos los procesos de comunicación que emergen en la interacción social que terminan construyendo el sentido de la realidad política (Ponce, 2018).

A partir de estas reflexiones generales sobre el impacto de los medios en los distintos ámbitos de la sociedad se generó un interés particular por indagar cómo el proceso de mediatización impacta los procesos políticos. Esto llevó a que surgieran dos miradas al respecto.

La primera buscaba analizar desde una perspectiva amplia los cambios en las lógicas de acción, los procesos y los comportamientos de los actores políticos en el marco del proceso de mediatización (Esser, 2013; Esser & Strömbäck, 2014; Mazzoleni & Schulz, 1999; Strömbäck, 2008; Verón, 1998). La segunda intentaba analizar el impacto de la mediatización en ámbitos específicos de la política, como las campañas electorales, el gobierno y la gestión pública (Chavero, 2018), el liderazgo político y la personalización de la política (Brants & Voltmer, 2011; Campus, 2010; Driessens *et al.*, 2010) los movimientos y la protesta sociales (Bennett & Segerberg, 2014; Cammaerts *et al.*, 2013; Johnston & Noakes, 2005; Van Dijck & Poell, 2013), entre otros.

Esta tensión entre la lógica de los medios (*media logic*) y la lógica de la política ha sido tratada con especial agudeza por Donsbach (2011), quien advierte que la digitalización ha amplificado la pérdida de un espacio público común de referencia, fragmentando las audiencias y dificultando la deliberación pública. Desde su lectura crítica, los medios digitales no solo transforman los modos de producción y circulación de la información política, sino que reconfiguran las condiciones mismas del espacio público, debilitando el rol tradicional de intermediación periodística

De acuerdo con Esser & Stromback (2014), la mediatización no solo incide en la relación de las audiencias con los hechos, sino que participa activamente en su construcción y en la óptica con la que se los interpreta. Por ello, los contenidos y estilos informativos de los medios influyen en las respuestas del público al activar y ajustar sus esquemas cognitivos previos. Así, el concepto de "*media logic*" se utiliza para describir cómo la política se adapta a las lógicas de los medios, lo que se conoce como la mediatización de la política. Según Stromback y Esser (2014), esto se manifiesta en cuatro aspectos.

Stromback & Van Aelst (2013) proponen que el proceso de mediatización de la política responde a cuatro dimensiones. La primera es el hecho de que los medios noticiosos se han convertido en la fuente de información más importante sobre los asuntos políticos y en el canal primario de comunicación entre los actores políticos y los ciudadanos. La segunda dimensión se refiere al predominio de la lógica mediática sobre la lógica política en la manera en cómo operan los medios noticiosos, en la medida en que los medios cada vez se separan más del poder político tradicional. La tercera implica la selección y enmarcamiento de las noticias guiados por los propios valores noticiosos de los medios para ganar audiencias en detrimento de las necesidades de los actores políticos y las necesidades de los ciudadanos que empiezan a ser vistos más como consumidores. Y la cuarta dimensión que busca explicar cómo los actores políticos ajustan sus percepciones y comportamientos a la lógica mediática antes que, a la lógica política, afectando no solo sus esfuerzos comunicativos, sino sus acciones políticas y su organización (Strömbäck & Van Aelst, 2013, pp. 343–344).

En un contexto de mediatización, donde predomina la lógica mediática, la realidad pública se construye sobre bases que ya existen: relaciones de poder, desigualdades, intereses en juego y las condiciones que marcan las tecnologías y la comunicación. Couldry & Hepp (2017) afirman que la comunicación es fundamental para la construcción de significado en el mundo social, y que los medios y sus infraestructuras son cada vez más importantes en las prácticas comunicativas diarias. A su vez, estas se consolidan como fuentes de "poder simbólico" que se imprimen en los procesos de construcción mediática de la realidad "porque la concentración de los recursos simbólicos de la sociedad afecta no solo lo que hacemos, sino nuestra capacidad para describir lo social en sí mismo" (Couldry, 2005, p. 39).

La discusión y conceptualización del fenómeno de la mediatización es un punto de partida teórico que permite situar el análisis de las protestas en ecosistemas digitales en un contexto en donde la construcción de la realidad está mayoritariamente atravesada por la influencia de los medios, y en el marco de la digitalización, le agrega componentes de temporalidad, espacialidad y construcción discursiva que permiten trascender de una realidad construida en

la interacción social como lo plantea el construccionismo social hacia una realidad construida en la interacción mediada que lleva implícita la carga mediática que constituye la cotidianidad de las personas y que se alimenta de la cultura de las sociedades.

En el tránsito de los medios análogos a los medios digitales la pregunta por el proceso de mediatización se hizo más vigente que nunca. Como lo señala Hjarvard (2018) “los teléfonos móviles, los medios sociales y el Internet no solo se han expandido, sino que se han integrado en diferentes aspectos de la cultura, la sociedad, incluyendo la política, los negocios, la educación y la vida familiar” (Hjarvard, 2018, p. 63).

Schulz (2014) destaca varios elementos que caracterizan y diferencian a los “nuevos medios” y que aportan en la configuración de nuevos escenarios para la comunicación política. Por una parte, la capacidad de codificar digitalmente los mensajes “impulsa las redes políticas, la colaboración y la co-creación” (Schulz, 2014, p. 58). Igualmente, el carácter interactivo genera procesos de participación política que activan actitudes activas cívicas. Las tecnologías digitales “dan a los usuarios la habilidad de fácilmente, replicar, redistribuir y compartir mensajes políticos con otros” (Schulz, 2014, p. 59). Finalmente destaca que las tecnologías digitales permiten la convergencia entre “viejos” y “nuevos” medios a través de la “adaptación y distribución de contenidos en distintas plataformas” (Schulz, 2014, p. 59).

Otras investigadoras como Slimovich (2019) sugieren que:

Hoy estamos en una nueva etapa de la mediatización de lo político en la cual se da la imbricación de la política en las redes sociales, operaciones de digitalización de lo político, múltiples relaciones entre las lógicas mediáticas y las de las redes sociales en la construcción del discurso político y procesos de interacción entre gobernantes y gobernados sin que los periodistas actúen como intermediarios. Hay un proceso que lleva décadas de personalización y personalismo de la política y que con el surgimiento de las redes sociales ha dado un nuevo giro (p. 33).

En la búsqueda de referentes conceptuales para entender los procesos de mediatización en el entorno digital se encuentran diferentes aportes que tratan de estructurar un aparato conceptual que permita esta identificación de ejes teóricos y fundamentos conceptuales.

Por un lado, Hjarvard (2018, p. 71) propone tres niveles de análisis, comprendiendo los medios como tecnologías comunicativas: lo tecnológico, entendido como el modo de operar específico de los medios y las tecnologías, y lo estético, entendido como las prácticas comunicativas predominantes, y lo institucional, entendido como la legislación, las formas organizacionales, la financiación, entre otras. En una dirección similar Stromback *et al* (2014) proponen cuatro grandes transformaciones en las prácticas comunicativas e informativas, más relacionadas con el rol de los medios de comunicación en el entorno digital.

La creciente mezcla e interacción de la información procedente de los medios de comunicación tradicionales masivos y de organizaciones de defensa, empresas y otras organizaciones no mediáticas, así como a través de la comunicación interpersonal tradicional o virtual.² El aumento de la fragmentación y la individualización de los patrones de consumo de medios e información.
3. La formación continua de flujos de información de múltiples pasos, donde la información que proviene de los medios de comunicación tradicionales masivos fluye, y en el proceso se mezcla e interactúa con otra información, a través de redes sociales de comunicación en línea y fuera de línea antes de llegar a los consumidores individuales de información. (p.107)

En el escenario digital estos elementos se complementan, partiendo de la toma de conciencia sobre el carácter dinámico e interactivo de la *network logic*, y en el marco de la lucha por la construcción de la realidad, con tres características que se ven potenciadas por los medios sociales. La primera, la amplificación se relaciona con el volumen, la velocidad, el alcance y el nivel de involucramiento. La segunda, la capacidad performativa, refiere a la capacidad de representación, dramatización y performatividad, y la tercer, la coestructuración, que menciona como en un contexto digital se generan prácticas mediáticas que constituyen y reconstituyen relaciones estructurales de poder (Hjarvard, 2018, p.78).

Van Dijck *et al.* (2013) proponen el concepto de la “*social media logic*” para definir las estrategias, mecanismo y económicas que subyacen la plataformización, esta última fruto de un proceso de “penetración profunda de las plataformas en la mecánica de la vida cotidiana afectando las interacciones, estructuras institucionales y rutinas profesionales” (2013, p. 3).

Estas plataformas inciden sobre la comunicación pública “afectando el balance de poder operacional e institucional de los sistemas mediáticos” (2013, p. 3). Los elementos estructurantes de esa *social media logic*, como se muestran en la tabla 2, vendrían a ser cuatro: programabilidad, popularidad, conectividad y ratificación.

Tabla 2. Elementos de la social media logic

Dimensión	Descripción
Programabilidad	Capacidad de la plataforma para permitir que los usuarios creen, modifiquen y distribuyan contenido a través de diversas herramientas y lenguajes de programación
Popularidad	Nivel de aceptación y uso masivo que incrementa el valor de la plataforma al atraer tanto a creadores como a audiencias.
Conectividad	Interconexión de los usuarios, contenidos y aplicaciones que potencian la circulación de información y la interacción social.
Datificación	Transformación de la actividad en datos cuantificables que pueden ser analizados, monetizados y utilizados para la toma de decisiones.

Fuente: Elaboración propia.

Nota: adaptado de Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic.

Estos elementos expuestos anteriormente caracterizan una “nueva constelación de relaciones de poder en donde las relaciones sociales son profundamente reconfiguradas”. (Van Dijck & Poell, 2013, p. 11) buscando delimitar las características de los procesos de mediatización digital de los asuntos públicos.

Habler *et al.* (2014) sugieren tres aspectos determinantes para estos. El primero, el hecho de que personas, medios nativos digitales o alternativos y organizaciones sociales que se comunican en línea compiten contra las corporaciones de medios en el mismo canal de comunicación. Por lo tanto, se ha vuelto aún más necesario considerar los requisitos de los medios en la comunicación para generar atención” (2014, p.330). El segundo, tiene que ver con la pérdida del poder de “filtrado” de los medios tradicionales “debido a que Internet proporciona espacio y tiempo para que cada ciudadano se comunique con un público disperso, ahora es posible eludir a los medios y su lógica. Por lo tanto, los medios tradicionales y la lógica de los medios pierden sus funciones de filtrado vinculantes” (2014, p.331). El tercero, se refiere al hecho de que la lógica mediática no pierde por completo su lugar en la estructuración de la realidad política, gracias a que los medios se adaptan, hacen un tránsito hacia sus versiones digitales, manteniendo sus “filtros en línea y fuera de línea” (2014, p.331), lo que les sigue confiriendo un poder, en disputa, para influir sobre la construcción de la realidad y los parámetros para la comunicación política y los procesos informativos.

Ahora bien, ampliando el concepto de la “*media logic*”, Couldry (2008) sostiene que los procesos de mediatización digital expanden las posibilidades narrativas de los actores políticos y a la vez los circunscriben dentro de unos patrones característicos de la comunicación digital: la convergencia multimedia que lleva a que la construcción de la realidad explore otros tipos de formatos y discursos, las limitaciones temporales, espaciales y gramaticales, que construyen formas de comunicar para entornos de cortos espacios de atención, la simplificación y la adaptación a los estándares de consumo, o llamado también “cultura snack” (Scolari, 2020).

Se observa que la lógica mediática que se impone en el ámbito digital tiene efectos sobre los actores, los escenarios, los mensajes y las relaciones de poder implicadas en el proceso de construcción mediática de la realidad política.

4. Mediatización digital de la protesta

Frente al abordaje de la mediatización digital de la protesta se encuentran las siguientes dos aproximaciones. La primera, que además es la predominante, se enfoca en las transformaciones de los actores, los repertorios, las tácticas y las estrategias que fundamentan la práctica de la protesta social. Este enfoque también pone en el centro el impacto de la tecnología digital, Internet y las redes sociales en los distintos episodios de protesta, en contextos de autoritarismo y en escenarios locales, regionales y globales donde se escenifican disputas como la lucha contra el neoliberalismo, el capitalismo, la defensa del medio ambiente, los derechos humanos, los derechos de las mujeres, entre otros.

Poell et al. (2018) proponen cinco aspectos que han revolucionado la forma en que se organizan, comunican y movilizan las protestas, proporcionando nuevas vías para la participación, la coordinación y la difusión de información: Comunicación y tiempo real e instantaneidad, movilización y organización de abajo hacia arriba, desvanecimiento de las fronteras entre lo offline y lo online, agregación y desagregación, y las características técnicas y comerciales de las redes sociales.

La comunicación en tiempo real y la “instantaneidad” es entendida como la capacidad de “grabación y comunicación instantánea en línea de eventos en desarrollo, así como el tono y la urgencia del lenguaje que las personas emplean en las plataformas de redes sociales” (2018, p. 554).

La movilización y organización de abajo hacia arriba, se refiere a la posibilidad que activan las redes sociales y la comunicación para que los movimientos de base se organicen, movilicen y comuniquen de manera más efectiva y autónoma. Esta capacidad complementa las formas tradicionales, entendidas como “offline” generando mayores posibilidades de difusión para quienes protestan. Así lo sostienen Poell et al. (2018),

La distinción entre lo ‘online’ y lo ‘offline’ ya no se puede hacer. Dado que muchos manifestantes llevan teléfonos inteligentes y tienen acceso continuo a plataformas en línea para compartir su contenido y observaciones, la protesta se desarrolla simultáneamente en el terreno y en línea (p.547).

El desvanecimiento de las fronteras entre lo “online” y “offline”, se relaciona con la combinación de repertorios de distinta naturaleza donde se ven involucradas acciones que se dan en el terreno “offline” pueden estar siendo transmitidas en tiempo real para amplificar, sofisticar y expandir la resonancia y la efectividad de dichas acciones. La agregación y la desagregación hace referencia a cómo, la conectividad digital, sumada a la instantaneidad ayudan a que a través de las redes sociales “se forjen subjetividades colectivas que están bajo la constante presión de desagregarse en sus componentes individuales” (Poell *et al.*, 2018, p.552). Esto refuerza la importancia de las acciones offline para la duración y persistencia de las protestas.

Las características técnicas y comerciales de las redes sociales tienen efectos sobre la manera en cómo las personas se involucran en contextos de protesta. Las plataformas de redes sociales, a través de su diseño y características, determinan en gran medida cómo los usuarios se conectan e interactúan durante las protestas. La infraestructura tecnológica y los modelos comerciales de estas plataformas afectan la forma en que se organizan y comunican los movimientos de protesta en la actualidad.

Las plataformas regulan las interacciones, a través de normas que pueden limitar ciertas prácticas, y adicionalmente a partir de su arquitectura técnica condicionan la funcionalidad de éstas, junto con el poder de los algoritmos, las burbujas de filtro y las cámaras de eco, y su impacto sobre la mediatización de la realidad política de las protestas (Pariser, 2017).

La segunda aproximación, pone el énfasis en las transformaciones de los medios de comunicación y el impacto de estas transformaciones en los procesos de mediatización. Dentro de esta vertiente también se encuentra una línea de reflexión en torno a los avances tecnológicos que han generado una reconfiguración de los escenarios y las relaciones de poder subyacentes dentro de los procesos de mediatización de la protesta social. Esto se inserta dentro de una lógica “evolutiva” de los medios de comunicación, que no solo explica las transformaciones institucionales de los medios tradicionales sino también la deconstrucción del rol, la organización y los sujetos que devienen en actores comunicativos (Scolari, 2023).

Así lo refuerzan Carty et al. (2019), quienes sostienen que:

Los activistas siempre han utilizado los dispositivos de comunicación más recientes para reclutar, compartir y distribuir información, y movilizar apoyo, ya sea mediante la pluma, la imprenta, el telégrafo, la radio, la televisión, Internet o las tecnologías digitales de alta velocidad. Aunque la comunicación y la información han sido históricamente fuentes fundamentales de poder y contrapoder, de dominación y cambio social, esto se ha exacerbado con la reciente revolución digital, que ha avanzado un nuevo repertorio ahora al alcance de los activistas. (p. 373)

Estas características de los procesos de mediatización digital, abren la puerta a la lógica de los repertorios de comunicación (Mattoni, 2016), y a las prácticas comunicativas que se convierten en sí mismas en repertorios de protesta, y a los movimientos y sujetos que protestan que se convierten en participantes activos en la disputa por la construcción mediática de la realidad social, en donde se ha cambiado “la relevancia de que los activistas simplemente obtengan atención mediática de la prensa tradicional a ciudadanos ordinarios que se convierten en creadores de mensajes, o Mojos (a menudo referidos como periodistas ciudadanos móviles), que construyen y distribuyen su propia información” (Carty & Reynoso Barron, 2019, p. 373).

Estas particularidades han venido, también, a influir en los procesos de encuadre digital de la protesta como lo sugiere Tusa (2013), al afirmar que el Internet:

Permite a un manifestante, por ejemplo, comentar instantáneamente sobre un evento y distribuir esos comentarios a una amplia audiencia. La capacidad de compartir videos y fotos instantáneamente potencia esta habilidad de enmarcar. Es tanto la velocidad con la que se puede realizar esta compartición como la facilidad de acceso a estas herramientas, lo que hace que la CMC (Comunicación Mediada por Computadora) sea tan poderosa en el proceso de enmarcado (p.5)

En esta misma dirección, Rossi et al. (2014), resaltan tres aspectos que encarnan profundas transformaciones socio tecnológicas y que impactan directamente los procesos de mediatización de la protesta social en el ámbito digital.

El primero de ellos, la “difusión y expansión de las tecnologías de producción y reproducción en la vida cotidiana” (2014, p.339), lo que ha incrementado las herramientas y capacidades disponibles para que cualquier persona o colectivo pueda explorar creativamente la dimensión visual en entornos de protesta. El segundo, el crecimiento de la “desintermediación y el intercambio de contenidos” (2014, p.339), que va de la mano de la plataformización (Scolari, 2023), permitiendo que los ciudadanos y las organizaciones difundan contenidos online de manera permanente. Y el tercero, alusivo a la “apropiación de las lógicas de construcción de contenidos y lenguajes similares a aquellos de los medios masivos, pero usados en entornos en donde los individuos están interconectados” (Rossi & Artieri, 2014, p. 339). Esto ha permitido el surgimiento de medios nativos digitales, creadores de contenidos y ciudadanos que, gracias a sus conocimientos técnicos, logran crear productos visuales de alta calidad e impacto sobre las audiencias, lo que ayuda en gran medida al posicionamiento y a la validación de los encuadres.

Se propone, después de esta discusión, una definición de la mediatización digital de la protesta entendida como el proceso a través del cual las protestas sociales y los actores involucrados en episodios de protesta son influenciados, representados y transformados por el ecosistema comunicativo digital (medios, dispositivos, plataformas, lenguajes, formatos y lógicas espaciotemporales) en el que acontecen.

En síntesis, incorporar las lógicas y transformaciones de la comunicación digital ha modificado la forma en que se mediatiza la protesta social. El impacto se observa en quiénes participan, dónde y cómo lo hacen, así como en los formatos, lenguajes y estrategias que circulan. Afecta por igual a los medios y a los colectivos y sujetos involucrados.

5. La estructura de oportunidad digital: acción conectiva, contra públicos y contra encuadres

Al explorar más específicamente el impacto de la mediatización digital sobre la protesta social y los elementos y transformación estructurales y contextuales del entorno de emergencia y desarrollo

de las protestas, podría ser útil tener una aproximación con una mirada culturalista y constructivista crítica (Block, 2013) que reconoce la existencia de estructuras mediáticas, políticas y tecnológicas que son cambiantes y pueden ser disputadas, o instrumentalizadas por los actores sociales. Así mismo se reconoce que los encuadres son contingentes y la realidad política es fruto de una construcción simbólica en permanente disputa.

A partir de este posicionamiento se propone el concepto de la “estructura de oportunidad digital” que tiene como antecedentes conceptuales a la estructura de oportunidad política (McAdam, 2003), la estructura de oportunidad mediática (Cammaerts, 2012) y la estructura de oportunidad discursiva (Koopman y Olzak, 2004; McCammon, 2013).

La primera se refiere a las condiciones que inciden en la movilización de los actores sociales y cómo los cambios de estas condiciones pueden incidir en escenarios más o menos oportunos para la acción política. Entre estos aspectos se mencionan el grado de cierre o apertura del sistema político, la estabilidad o inestabilidad de las elites, la presencia o no de aliados políticos y las capacidades represivas institucionales.

La segunda, la estructura de “oportunidad de mediación”, se refiere a las oportunidades y limitaciones que ofrece el entorno mediático y comunicacional para los movimientos sociales y protestas. Este concepto busca integrar cómo los medios de comunicación y las tecnologías influyen en la capacidad de los activistas para expresar sus mensajes, organizarse y ejercer resistencia. Cammaerts (2012) propone tres niveles o tres dimensiones de esa estructura. primero, la dimensión mediática refiriéndose a la apertura o de hostilidad de los medios de comunicación hacia las protestas. Segundo, la discursiva, que alude a las posibilidades para que los movimientos produzcan y difundan narrativas propias, independientemente de los medios masivos. Y tercero, la relacional, se centra en cómo las tecnologías de la información y comunicación (TIC), especialmente las plataformas digitales e Internet, permiten nuevas formas de coordinación, movilización y resistencia digital.

La tercera, estructura de oportunidad discursiva (Koopmans, 2004) se compone de tres elementos relacionados que determinan si existe un entorno discursivo abierto o restrictivo para quienes ejercen la protesta. El primero, la visibilidad, se define como la frecuencia con que un actor o movimiento aparece en los medios o en el debate público. El segundo, la legitimidad, se refiere a la manera en que dicho actor es presentado en el discurso dominante, es decir, si es tratado como racional, democrático y confiable, y el tercero, la resonancia, se refiere a qué tan bien conectan los marcos interpretativos del actor con los marcos culturales ya existentes en la sociedad. Estas condiciones simbólicas y comunicativas son clave para comprender el éxito o fracaso del discurso de los movimientos sociales en el espacio público.

6. La estructura de oportunidad digital

La estructura de oportunidad digital se entiende como el conjunto de condiciones de inter-relacionamiento entre actores sociopolíticos en un ecosistema digital que determinan la viabilidad, forma, resonancia y legitimidad de la protesta social, en función de la interacción entre tres dimensiones:

1. La primera, la dimensión político-institucional que se refiere al grado de apertura del sistema político y su respuesta frente a la protesta (tolerancia, represión, criminalización, protección), así como también las regulaciones y el marco legal y regulatorio del acceso y uso de tecnologías digitales en el marco de contextos de protesta y movilización social.
2. La segunda, la dimensión mediática-discursiva que se refiere a la capacidad y las posibilidades que tienen los actores sociopolíticos para disputar la representación simbólica de la protesta en los medios, plataformas y redes sociales, especialmente para posicionar encuadres que legitimen la protesta y sus demandas, y para construir narrativas propias que interpelen y confronten las narrativas hegemónicas frente a la protesta.
3. La tercera, la dimensión digital-tecnológica se refiere a las posibilidades y capacidades organizativas, de movilización y expresión política, y limitaciones, desigualdades y prácticas restrictivas que se pueden dar en el marco de las protestas desde la perspectiva de las tecnologías e infraestructuras digitales, los procesos técnicos y las plataformas de interacción.

Estas tres dimensiones interrelacionadas, dependiendo de las condiciones estructurales, pueden abrir más o menos posibilidades para la emergencia, desarrollo y eficacia de las protestas en términos políticos y comunicativos.

Se busca explorar más a profundidad tres elementos relacionados con la estructura de oportunidad digital. Primero la acción conectiva (Bennett & Segerberg, 2012) que busca explicar las características de la acción colectiva en el marco de los ecosistemas digitales. Segundo, los contra públicos de la protesta (Fraser, 1990; Warner, 2002) que buscan conceptualizar la emergencia de esferas públicas alternativas en el marco de procesos de movilización y participación en los ecosistemas digitales, y tercero, los contra encuadres (Aruguete, 2017; Benford & Snow, 2000; Couldry & Curran, 2003; Koziner, 2022), como proceso comunicativo de disputa narrativa en los procesos contenciosos.

7. La acción conectiva

La acción conectiva es un concepto propuesto por Bennett & Segerberg (2012) para explicar los procesos de organización e implementación de la acción colectiva en los entornos digitales. Se define como una forma de “compromiso cívico en la era digital en la que los individuos participan compartiendo contenidos personalizados con otros en sus redes sociales, contribuyendo así a movilizaciones a gran escala sin necesidad de una fuerte coordinación organizativa o de marcos de identidad colectiva” (2021, p.750).

Se proponen una serie de elementos diferenciales, que se amplían en la tabla 3, en donde el componente tecnológico y comunicativo reconfigura el contexto, las prácticas, las relaciones de poder y las identidades en los escenarios de protesta.

Tabla 3. Acción colectiva vs acción conectiva

Dimensión	Acción colectiva	Acción conectiva
Lógica organizativa	Requiere una organización formal (partidos, sindicatos, movimientos sociales estructurados).	Opera mediante redes digitales distribuidas; la tecnología actúa como organizador (plataformas, hashtags).
Identidad	Basada en marcos colectivos fuertes, construidos desde identidades compartidas (clase, etnia, etc.).	Basada en la personalización del compromiso; cada individuo participa desde sus propias motivaciones.
Coordinación	Centralizada y jerárquica; planificada por líderes o estructuras.	Descentralizada, horizontal, emergente;
Comunicación	Vertical, desde una organización hacia el público; medios tradicionales.	Horizontal, rizomática y viral; se apoya en redes sociales, memes, videos, afectos.
Tecnología	Vertical, desde una organización hacia el público; medios tradicionales.	Rol central; las plataformas digitales habilitan, amplifican y modelan la acción política.
Sostenibilidad	Más capaz de sostenerse en el tiempo y entrar en negociación institucional.	Alta capacidad de movilización rápida, pero dificultad para sostener procesos complejos

Fuente: Elaboración propia de autor a partir de Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*. Cambridge University Press.

En torno al concepto de la acción conectiva se han ido identificando y conceptualizando otras prácticas y fenómenos cuya emergencia e impacto en las protestas sociales en ecosistemas digitales están relacionados con la estructura de oportunidad digital planteada al inicio del capítulo.

Por una parte, aparece el “*spreading*” o el efecto de diseminación (Bennett & Segerberg, 2012; Jenkins et al., 2013), que vendría a ser una mirada opuesta al “*broadcasting*”, en donde la producción y circulación de contenidos horizontal, descentrada en términos de poder, y estructurada bajo la lógica de los medios sociales (Van Dijck & Poell, 2013) impulsa procesos de apropiación, resignificación de mensajes y encuadres sobre la protesta.

Un segundo elemento es la personalización del compromiso donde el involucramiento en las protestas deja de estar anclado a una identidad colectiva y pasa a ser una expresión de motivaciones individuales o demandas micro colectivas puntuales (Bennett & Segerberg 2012). Autores como Papacharissi (2015) introducen el concepto de “públicos afectivos” para remarcar como el compromiso y la participación en las protestas no se sostienen por una identidad o ideología común, sino por una disposición afectiva común, articulada por expresiones individualizadas que circulan en el entorno digital y apelan a la resonancia cultural para su diseminación y perdurabilidad.

El tercer aspecto es lo que Bennet et al. (2012) denominan “*brokered connective action*” o acción conectiva intermediada en donde la acción conectiva tiene una intermediación organizacional (ong, s, medios alternativos, organizaciones sociales, etc) que proveen unas capacidades y unos procesos técnicos, políticos y discursivos, que dinamizan la participación de las personas sin incidir directamente en sus identidades y marcos de acción.

Un cuarto elemento, muy importante y distintivo de los procesos de acción colectiva en ecosistemas digitales son las tecnologías de autoexpresión. La acción conectiva impulsa la expresión afectiva (Papacharissi, 2015) la narración personal y la producción de significado a través de las plataformas digitales y esta expresión se da en un marco de desintermediación (Tufekci, 2017) que de todos modos condiciona algorítmicamente que expresiones termina siendo resonantes y cuáles no. Entre las tecnologías de autoexpresión, como se ve en la tabla 4, se podrían destacar:

Tabla 4. Tecnologías de autoexpresión

Plataforma	Formatos expresivos	Recursos técnicos	Funciones políticas
Twitter / X	Tweets, hilos, hashtags, imágenes, vídeos breves	Retuits, menciones, trending topics, visibilidad algorítmica	Difusión rápida, denuncia, posicionamiento simbólico, viralización de causas
Instagram	Historias, reels, carruseles, IGTV, infografías, fotos intervenidas	Filtros, etiquetas, vínculos en bio, interacción por stories	Construcción visual de identidad, memoria colectiva, estética del disenso
TikTok	Videos cortos, lip sync, coreografías, performance político	Edición en app, música, efectos, algoritmos de descubrimiento	Protesta creativa, subversión cultural, viralidad afectiva y humorística
Facebook	Publicaciones largas, eventos, transmisiones en vivo, memes	Comentarios, grupos, etiquetado, enlaces externos	Organización logística, debate argumentativo, articulación de comunidades
YouTube	Videos largos, documentales, entrevistas, cápsulas narrativas	Edición audiovisual, listas de reproducción, comentarios abiertos	Testimonio audiovisual, construcción narrativa de largo aliento, visibilidad alternativa
Telegram	Audios, mensajes cifrados, archivos, canales, bots	Grupos privados o públicos, control de membresía, anonimato	Comunicación segura, coordinación de acciones, resistencia a la censura
WhatsApp	Audios, textos, cadenas, fotos, stickers, estados	Grupos cerrados, difusión limitada, encriptación	Difusión rápida entre redes de confianza, convocatorias, micro coordinación

Nota: elaborado a través de un prompt estructurado en la herramienta Chat GPT Plus Modelo 4²

El quinto aspecto tiene que ver con la pluralidad narrativa (Bennett, 2012; Jenkins et al., 2013) que implica la posibilidad de construir relatos de manera colectiva y autónoma permitiendo emerger encuadres sobre la protesta que no son impuestos ni por los medios tradicionales, actores políticos institucionales o imaginarios colectivos predominantes. Múltiples actores individuales o colectivos participan

²El prompt estructurado y refinado por el Chat GPT fue: “Haz una tabla comparativa que muestre cómo diferentes plataformas digitales (Twitter/X, Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, Telegram, WhatsApp y el uso de memes y GIFs) funcionan como entornos mediáticos en el contexto de la protesta social. Para cada plataforma, incluye cuatro columnas: (1) Formatos expresivos utilizados por los usuarios, (2) Recursos técnicos específicos que habilitan la comunicación o circulación del contenido, (3) Funciones políticas que pueden desempeñar en procesos de acción colectiva o protesta, y (4) Un enfoque implícito en su dimensión mediático-comunicacional. El objetivo es mostrar cómo cada entorno digital configura modos distintos de expresión, circulación, coordinación o resistencia política.”

de la producción de discursos desde sus propias perspectivas, experiencias y estilos expresivos, sin requerir una línea narrativa unificada o coordinada, lo que refuerza la naturaleza horizontal y descentralizada de la acción conectiva.

Otro aspecto técnico con implicaciones políticas es la viralidad algorítmica (Baldi, 2017; Tufekci, 2017) que hace referencia a las dinámicas y procesos internos de las plataformas para la ampliación de los contenidos y la selección y filtración de estos a partir de su resonancia y visibilidad. Adicionalmente se encuentra otra característica de la acción conectiva que tiene un impacto directo en las formas de organización y coordinación de las protestas y es la conectividad y el relacionamiento sin necesidad de la pertenencia y la estructura organizacional (Bennett & Segerberg, 2012; Gerbaudo, 2012, 2017) en donde la red reemplaza a dicha estructura.

Finalmente se encuentra un aspecto que se refiere a los tipos de liderazgo y acciones políticas que se despliegan en el ecosistema digital. Se apela a los liderazgos carismáticos o simbólicos, que vienen a llenar un vacío de liderazgos formal ante la desconfianza institucional y la desintermediación (Robles-Morales & Córdoba-Hernández, 2019), que se reflejan en narrativas performativas y emocionales (Gerbaudo, 2012; Tufekci, 2017) que movilizan hacia causas comunes más por una gestión de afectividad y emotividad que de procesos racionales de identificación político-ideológica.

8. Los contra públicos de la protesta.

Uno de los ámbitos donde la mediatización digital de la protesta ha tenido un fuerte impacto desde la perspectiva de la estructura de oportunidad digital es el de la intervención política de sectores, que podríamos considerar en las márgenes o aislados de la esfera pública tradicional, que bajo otras condiciones no hubieran tenido un espacio para participar de las disputas narrativas. La expansión de las tecnologías digitales ha permitido que sectores históricamente excluidos de la esfera pública hegemónica accedan a espacios, medios y plataformas de visibilización, expresión política y organización social.

Se propone el concepto de contra públicos de la protesta entendido como la formación de espacios discursivos alternativos, disidentes y contra hegemónicos, articulados desde lugares de enunciación populares y emergentes, en donde se producen significados, símbolos y discursos alternativos que disputan la legitimidad de los imaginarios y discursos dominantes, y constituyen agencia y subjetividad política desde lo comunicativo.

Los contra públicos fueron definidos inicialmente por Fraser (1990) en oposición a la idea de la esfera pública burguesa de Habermas, cuestionando su no inclusividad y remarcando como está había excluido de manera sistemática diversos sectores sociales, especialmente las mujeres y lo que ella llamó las clases subalternas, colectividades oprimidas e invisibilizadas en esos procesos político-comunicativos.

A partir de ese diagnóstico Fraser (1990) planteó la existencia de múltiples esferas públicas en disputa, siendo una de ellas los “contra públicos subalternos”, espacios donde los grupos marginados articulan discursos y narrativas propias, y formulan proyectos, demandas y reivindicaciones. En palabras de Fraser (1990) “los contra públicos emergen en respuesta a las exclusiones dentro del espacio público dominante, ayudando a expandir el espacio de disputa discursiva” (1990, p.67). En estos espacios es donde sectores como jóvenes, colectivos populares, mujeres, minorías sexuales y raciales, pueblos indígenas, entre otros, encuentran lugar para disputar la construcción narrativa de la realidad en torno a sus “identidades, intereses y necesidades” (1990, p.67).

Warner (2002) propondría profundizar el concepto resaltando su naturaleza performativa, en tanto los contra públicos no existen solo como colectivos subalternos, sino que son constituidos discursivamente, es decir que construyen sus propios códigos y sentido común para la comunicación de sus ideas. Los contra públicos se constituyen no sólo por contenidos opuestos, sino por formas y praxis discursivas distintas.

Warner agrega un elemento muy interesante y pertinente y es la multi contextual y dinámica de los contra públicos, sosteniendo que “la constitución de un público como espacio multi contextual de circulación, está dado no por un lugar o una institución sino por la circulación del discurso” (2002, p.86). Esto implica que los contra públicos más que sujetos institucionales, son espacios discursivos que articulan actores sociopolíticos que adquieren agencia mediática o mejor aún, la expanden, gracias a la estructura de oportunidad digital.

Cammaerts (2005), Dahlgren (2005) y Treré (2018) han estudiado cómo el ecosistema mediático digital ha favorecido la emergencia de contra públicos o esferas públicas alternativas, reconociendo la existencia de múltiples formaciones discursivas plurales donde se gestan no solo formas subalternas de comunicación, sino también de deliberación, resistencia y subjetividad política.

Las redes sociales han ampliado el mapa de la esfera pública al ofrecer espacios donde actores históricamente periféricos pueden encontrarse, reconocerse y articular narrativas propias. En estos entornos, la circulación de testimonios, evidencias y argumentos permite que se configuren contra públicos capaces de disputar sentidos, visibilizar agravios y proponer marcos alternativos de interpretación de lo político.

Los medios nativos digitales son unos de los actores que contribuyen a la formación y evolución de los contra públicos, especialmente en el contexto de las protestas sociales, ya que su labor combina elementos de periodismo independiente, activismo político en algunos casos o por lo menos posicionamiento político frente a la realidad, construcción de narrativas y encuadres alternativos y cubrimiento situado o en tiempo real de los acontecimientos. Estas prácticas no deben verse únicamente desde una perspectiva de alternatividad informativa sino como una construcción de la realidad política desde lo comunicativo.

Weisser (2008) destaca cuatro elementos característicos de los contra públicos que son comunes en escenarios de protesta.

Por un lado, la apelación emocional en contraste de la lógica racional de los discursos dominantes. Esto ayuda a generar una visión humanizada y menos positivista o tecnocrática de los escenarios de protesta, y adicionalmente moviliza solidaridades en torno a las víctimas de la represión de las autoridades. A esto se le suman los recursos narrativos de experiencias vividas, discursos anclados en voces testimoniales y experiencias territoriales y locales de primera mano que abre la puerta a nuevas voces y abre espacio a saberes y prácticas populares, comunitarias y minoritarias. Un tercer elemento tiene que ver con la participación horizontal y la identidad comunitaria. Los contra públicos construyen prácticas discursivas que refuerzan la identidad de resistencia y motivan a la participación, la movilización y la solidaridad. Finalmente se propone el elemento de la visualidad subalterna y la estética de la denuncia, que refiere al predominio del lenguaje visual como herramienta discursiva de resistencia en el ámbito digital. Esto con el objetivo de visibilizar y denunciar lo que los discursos hegemónicos no hacen visibles.

En resumen, la mediatización digital de la protesta transforma las condiciones de visibilidad, interacción, producción y difusión del discurso en el espacio público articulando cinco elementos fundamentales: Espacio propio de circulación de narrativas y contra encuadres, amplificación de la voz de actores minoritarios o periféricos cuando logran resonancia emocional y simbólica, construcción de “nosotros” (articulación de redes e identidades), documentación y construcción de memoria digital, y la interacción y participación sin necesidad de estructuras organizativas.

9. Los contra encuadres de la protesta

De la mano de los contra públicos de la protesta y emergiendo de estos aparecen los contra encuadres de la protesta que tienen un rol determinante en los procesos de construcción e interpretación de la realidad. En escenarios de protesta, el significado de lo que ocurre está en permanente disputa,

qué ocurre, por qué ocurre, quiénes son sus protagonistas, que tan legítimos, o no, son, cuáles son las causas y las consecuencias de sus acciones, y qué valores y recursos de poder están en juego. Esto implica que la representación mediática de la protesta está mediada por procesos de encuadre (Johnston & Noakes, 2005) que configuran el modo en que la sociedad y la opinión pública perciben, evalúan y responden a los acontecimientos.

Los contra encuadres de la protesta buscan desplegar estrategias discursivas destinadas a cuestionar, resignificar o transformar las interpretaciones, imaginarios y discursos dominantes sobre la protesta. Como construcciones discursivas y de sentido están alineados con conceptos como el marco de acción colectiva (Benford & Snow, 2000) y deben ser entendidos no únicamente como discursos o marcos “contrarios” a los tradicionales sino como el resultado de un proceso estratégico de producción de sentido que genera interpretaciones, diagnósticos, soluciones, define causas, responsables, adversarios y da elementos morales que guían la acción de quienes se manifiestan y la transmisión de sus valores al resto de la sociedad.

La estructura de oportunidad digital abre la puerta a que la producción de encuadres se de en un entorno marcado por una serie de aspectos distintivos que les imprimen una naturaleza particular a las disputas por el sentido narrativo de la realidad.

Un primer aspecto es la multimodalidad discursiva que refiere a la expansión de los lenguajes y formatos que alimentan los contra encuadres y que trascienden lo textual y la argumentación racional. Por ejemplo, los memes, los videos, las imágenes, las ilustraciones, los performances visuales, lo que Shifman (2013) denomina la retórica visual.

El segundo aspecto es la transformación de las dimensiones temporales de los procesos de encuadre. Milan (2015) introduce el concepto de “*cloud protesting*” para explicar cómo los contra encuadres no son estáticos, todo lo contrario, se reconfiguran permanentemente para ajustarse a la coyuntura y a las características del ecosistema digital, permitiendo responder de manera rápida y viral a distintos eventos y de manera participativa y articulada.

El tercer aspecto tiene que ver con el condicionamiento de los contra encuadres a las lógicas algorítmicas de las plataformas, lo que hace que no solo se necesite tener un discurso o contenido valioso y políticamente pertinente, sino que este también debe adaptarse a las lógicas de los medios sociales (Chadwick et al., 2015; Jenkins et al., 2013; Van Dijck & Poell, 2013).

El cuarto aspecto se relaciona con la naturaleza fragmentada y plural de los emisores de los contra encuadres. La producción de contra encuadres en el entorno digital puede estar anclada a una multiplicidad de actores dispersos y no articulados entre sí, lo que genera una polifonía narrativa muy enriquecedora pero que puede poner en riesgo la articulación de un encuadre o marco común (Milan, 2015).

Desde la perspectiva de la estructura de oportunidad digital la eficacia de los contra encuadres depende también de las condiciones estructurales políticas, tecnológicas y discursivas para su circulación. Acá, prácticas como la censura digital, la represión estatal, la criminalización discursiva, los sesgos mediáticos y algorítmicos y una baja capacidad de producción informativa afectan la posibilidad de instalación de un contra encuadre en la opinión pública. Los contra encuadres son prácticas comunicativas “situadas” condicionados por las relaciones de poder y las condiciones que posibilitan o no la estructura de oportunidad digital.

Aruguete (2022) sostiene que:

Aunque jerárquico y concentrador, este escenario convergente habilita la generación de contra encuadres y sentidos públicos que disputan la palabra oficial. Así, activistas y organizaciones sociales crean vías alternativas de transmitir opiniones y promover expresiones de resistencia cotidiana y estrategias micropolíticas (p. 18).

Los contra encuadres, son entonces, dispositivos discursivos que emergen en respuesta a los encuadres dominantes sobre la protesta que ocupan la esfera pública tradicional y cuyo rasgo principal es su vocación de disputa narrativa sobre la interpretación de la realidad generando significados

alternativos que busquen incidir sobre la interpretación de las protestas buscando establecer una relación sostenida sobre la resonancia cultural.

La mediatización digital ha abierto un escenario privilegiado para la producción de contra encuadres, al facilitar que actores sociales, colectivos y ciudadanos discutan de manera directa los marcos interpretativos impuestos por los medios tradicionales y las instituciones. Esto se ve acentuado con la articulación de una serie de elementos que permiten que emerjan, se alimenten y se difundan los contra encuadres como el acceso directo a la producción de las narrativas rompiendo la intermediación y filtración de los medios tradicionales, la velocidad y simultaneidad que permite construir contra encuadres en tiempo real y disputar los encuadres de los hechos, la multimedialidad y la capacidad creativa que permiten discutir estética, emocional y racionalmente las narrativas, la lógica de los medios sociales (algoritmos, viralidad), la participación colectiva o cultura participativa, y la posibilidad de deconstruir, desmentir y fragmentar las narrativas oficiales.

10. Conclusión

El análisis de la protesta social en el mundo contemporáneo, especialmente después de la pandemia de la COVID-19 debe migrar hacia un paradigma que contemple la mediatización digital como horizonte analítico. La penetración de la tecnología y los dispositivos móviles, más allá de las incuestionables brechas digitales que aún existen, ha impregnado la cultura política de la participación, que tiene entre una de sus prácticas más frecuentes la implementación de protestas sociales.

La revisión y adaptación permanente de conceptos tradicionales del estudio de los movimientos sociales y la acción colectiva como la estructura de oportunidad, los marcos de acción colectiva, los encuadres, entre otros, es indispensable para poder conectar los marcos de análisis con una realidad en permanente transformación.

En ese orden de ideas, resulta necesario comprender que la mediatización digital no como un proceso comunicativo exclusivamente, sino como la configuración de un entorno estructurante que redefine los repertorios de protesta, los modos de visibilización y las formas de disputa simbólica. La circulación de narrativas en tiempo real, la capacidad de articular comunidades en red y la emergencia de contra encuadres que desafían los discursos hegemónicos demuestran que las protestas tienen lugar hoy en un ecosistema comunicativo que desborda las categorías analógicas con las que se estudiaban las dinámicas de la movilización.

La mediatización digital, además de habilitar nuevos repertorios y contra públicos, introduce ambivalencias que deben formar parte del análisis: las plataformas no son meros canales, sino intermediarios con intereses comerciales y regímenes algorítmicos que distribuyen visibilidad de forma desigual. Esto significa que la “estructura de oportunidad digital” está condicionada a políticas públicas, repertorios de represión de la protesta, así como por la circulación de desinformación y discursos estigmatizantes. En consecuencia, la capacidad de incidencia de los actores no hegemónicos coexiste con nuevas vulnerabilidades que reordenan las relaciones de poder y redefinen los costos de la acción colectiva.

De ahí que los análisis de la protesta social contemporánea deban dirigirse hacia la construcción de una epistemología de la mediatización digital, que integre dimensiones tecnológicas, culturales y políticas en un mismo horizonte interpretativo y así poder enfrentar la complejidad de una práctica política offline y online, que se da al tiempo en las calles, y también en el ámbito digital donde se disputan sentidos en plataformas, redes, medios y comunidades, construyendo memorias colectivas, articulando contra públicos y produciendo contra encuadres que expanden y cuestionan los márgenes de la democracia y la participación ciudadana.

11. Contribuciones

El autor confirma que es el único responsable de lo siguiente: concepción y diseño del estudio, recopilación de datos, análisis e interpretación de los resultados y preparación del manuscrito.

Bibliografía

- Armed Conflict Location & Event Data Project (ACLED). (s. f.). ACLED conflict data. <https://acleddata.com/conflict-data/download-data-files>
- Aiziczon, F. (2008). Cultura política de protesta: Una propuesta de aproximación conceptual. *Cuadernos de Historia. Serie Economía y Sociedad*, 10, 209–227.
- Aruguete, N. (2017). Agenda setting y framing: Un debate teórico inconcluso. *Más Poder Local*, 30, 36–42.
- Aruguete, N. (2022). Convergencias y divergencias en el entorno mediático-digital. *Inmediaciones de la Comunicación*, 17(2), 1–3. <https://doi.org/10.18861/ic.2022.17.2>
- Baldi, V. (2017). Más allá de la sociedad algorítmica y automatizada: Para una reapropiación crítica de la cultura digital. *Observatorio (OBS*)*, 11(3). <https://doi.org/10.15847/obsOBS11320171053>
- Benford, R. D., & Snow, D. A. (2000). Framing processes and social movements: *An overview and assessment*. *Annual Review of Sociology*, 26(1), 611–639. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.26.1.611>
- Bennett, W. L. (2012). The personalization of politics: Political identity, social media, and changing patterns of participation. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 644(1), 20–39. <https://doi.org/10.1177/0002716212451428>
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739–768. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2014). De los medios de comunicación de masas a las redes sociales. *Revista de Pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad*, 98, 58–72.
- Block, E. (2013). A culturalist approach to the concept of the mediatization of politics: The age of “media hegemony.” *Communication Theory*, 23(3), 259–278. <https://doi.org/10.1111/comt.12014>
- Brants, K., & Voltmer, K. (2011). Introduction: Mediatization and decentralization of political communication. In K. Brants & K. Voltmer (Eds.), *Political communication in postmodern democracy: Challenging the primacy of politics* (pp. 1–16). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230294799_1
- Büll, J., & Fegert, J. (2025). Viral engagement? The impact of the COVID-19 pandemic on e-participation. *Zeitschrift für Politikwissenschaft, Advance online publication*. <https://doi.org/10.1007/s41358-025-00300-6>
- Cammaerts, B. (2012). Protest logics and the mediation opportunity structure. *European Journal of Communication*, 27(2), 117–134. <https://doi.org/10.1177/0267323112441007>
- Cammaerts, B., Mattoni, A., & McCurdy, P. (2013). *Mediation and protest movements*. Intellect Books.
- Campus, D. (2010). Mediatization and personalization of politics in Italy and France: The cases of Berlusconi and Sarkozy. *The International Journal of Press/Politics*, 15(2), 219–235. <https://doi.org/10.1177/1940161209358762>
- Cárdenas Ruiz, J. D. (2023). Las nuevas culturas políticas de construcción mediática de la protesta social en Colombia: Reflexiones sobre el paro nacional de 2021. *FORUM. Revista Departamento de Ciencia Política*, 24, 80–107. <https://doi.org/10.15446/frdcp.n24.102345>
- Cárdenas Ruiz, J. D. (2025). Contraencuadres y contranarrativas de la protesta en Colombia en los medios nativos digitales durante el Paro Nacional de 2021. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, (158), 129–148.
- Carty, V., & Reynoso Barron, F. G. (2019). Social movements and new technology: The dynamics of cyber activism in the digital age. In S. M. Buechler & K. J. Cybulski (Eds.), *The Palgrave handbook of social movements, revolution, and social transformation* (pp. 373–397). Palgrave Macmillan.
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Chadwick, A., Dennis, J., & Smith, A. P. (2015). Politics in the age of hybrid media: Power, systems, and media logics. In A. Bruns et al. (Eds.), *The Routledge companion to social media and politics* (pp. 7–22). Routledge.
- Chavero, P. (2018). Mediatización de la política en los nuevos gobiernos latinoamericanos: De la confrontación a la reconciliación. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 2(8), 119–128.

- Costanza-Chock, S. (2003). *Mapping the repertoire of electronic contention. Contributions to the Study of Mass Media and Communications*, 66, 173–191.
- Couldry, N. (2005). *Media rituals: A critical approach*. Routledge.
- Couldry, N., & Curran, J. (2003). *Contesting media power: Alternative media in a networked world*. Rowman & Littlefield.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity Press.
- Dahlgren, P. (2005). The Internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation. *Political Communication*, 22(2), 147–162. <https://doi.org/10.1080/10584600590933160>
- DataReportal (2024). *Digital 2024: Global overview report*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
- DataReportal (2023). *Digital 2023: Global overview report*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>
- DataReportal (2022). *Digital 2022: Global overview report*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>
- DataReportal (2021). *Digital 2021: Global overview report*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
- DataReportal (2020). *Digital 2020: Global overview report*. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-overview-report>
- DataReportal (2019). *Digital 2019: Global overview report*. <https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-overview-report>
- Della Porta, D. (2022). *Contentious politics in emergency critical junctures: Progressive social movements during the pandemic*. Cambridge University Press.
- Donsbach, W. (2011). Weimar 2.0. Acerca de la pérdida del espacio público. *Diálogo Político*, 2, 123–135. <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/7328/1/weimar-acerca-perdida-espacio-publico.pdf>
- Driessens, O., Raeymaeckers, K., Verstraeten, H., & Vandenbussche, S. (2010). Personalization according to politicians: A practice theoretical analysis of mediatization. *Communications*, 35(3), 309–326.
- Esser, F. (2013). Mediatization as a challenge: Media logic versus political logic. In H. Kriesi et al. (Eds.), *Democracy in the age of globalization and mediatization* (pp. 155–176). Palgrave Macmillan.
- Esser, F., & Strömbäck, J. (2014). *Mediatization of politics: Understanding the transformation of Western democracies*. Palgrave Macmillan.
- Fraser, N. (1990). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. *Social Text*, (25/26), 56–80. <https://doi.org/10.2307/466240>
- Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the streets: Social media and contemporary activism*. Pluto Press.
- Gerbaudo, P. (2017). Feeds from the square: Live streaming, live tweeting, and the self-representation of protest camps. In A. Brown et al. (Eds.), *Protest camps in international context* (pp. 91–108). Policy Press.
- Gerbaudo, P. (2020). *The pandemic crowd*. *Journal of International Affairs*, 73(2), 61–76.
- Haßler, J., Maurer, M., & Oschatz, C. (2014). Media logic and political logic online and offline: The case of climate change communication. *Journalism Practice*, 8(3), 326–341. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.889455>
- Hjarvard, S. (2013). *The mediatization of culture and society*. Routledge.
- Hofstra, R., Michels, A., & Meijer, A. (2023). Online democratic participation during COVID-19: Assessing implications for inclusiveness of citizen engagement. *Information Polity*, 28(3), 395–410. <https://doi.org/10.3233/IP-220042>
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press.
- Johnston, H., & Noakes, J. A. (2005). *Frames of protest: Social movements and the framing perspective*. Rowman & Littlefield.
- Koopmans, R. (2004). Protest in time and space: The evolution of waves of contention. In D. A. Snow et al. (Eds.), *The Blackwell companion to social movements* (pp. 19–46). Blackwell.
- Koopmans, R., & Olzak, S. (2004). Discursive opportunities and the evolution of right-wing violence in Germany. *American journal of Sociology*, 110(1), 198–230.
- Kowalewski, M. (2021). Street protests in times of COVID-19: Adjusting tactics and marching “as usual.” *Social Movement Studies*, 20(6), 758–765. <https://doi.org/10.1080/14742837.2020.1843014>
- Koziner, N. (2022). El frame-building: Una herramienta de análisis para el tratamiento mediático de las políticas de medios. *Inmediaciones de la Comunicación*, 17(2), 167–185.

- Lundby, K. (2009). *Mediatization: Concept, changes, consequences*. Peter Lang.
- Lundby, K. (2014). *Mediatization of communication* (Vol. 21). De Gruyter.
- McAdam, D., Tarrow, S., & Tilly, C. (2003). *Dynamics of contention*. *Social Movement Studies*, 2(1), 99-102.
- Mattoni, A. (2016). Repertoires of communication in social movement processes. In B. Cammaerts et al. (Eds.), *Mediation and protest movements* (pp. 41-56). Intellect Books.
- Mazzoleni, G., & Schulz, W. (1999). "Mediatization" of politics: A challenge for democracy? *Political Communication*, 16(3), 247-261. <https://doi.org/10.1080/105846099198613>
- Milan, S. (2015). From social movements to cloud protesting: The evolution of collective identity. *Information, Communication & Society*, 18(8), 887-900. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043135>
- Negrine, R. (2016). Demonstrations, protest, and communication: Changing media landscapes—changing media practices? In B. Brevini & J. Schlosberg (Eds.), *Media, and revolt: Strategies and performances from the 1960s to the present* (pp. 59-74). Palgrave Macmillan.
- Ortiz, I., Burke, S., Berrada, M., & Saenz Cortés, H. (2022). *World protests: A study of key protest issues in the 21st century*. Springer Nature.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Pariser, E. (2017). *El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Taurus.
- Pleyers, G. (2020). The pandemic is a battlefield: Social movements in the COVID-19 lockdown. *Journal of Civil Society*, 16(4), 295-312. <https://doi.org/10.1080/17448689.2020.1794398>
- Poell, T., & van Dijck, J. (2018). Social media and new protest movements. In J. Burgess et al. (Eds.), *The SAGE handbook of social media* (pp. 546-561). SAGE.
- Ponce, M. (2018). Medios y política: Análisis bibliográfico sobre el concepto de mediatización en el debate teórico de la comunicación política (1979-2017). *Dixit*, 29, 48-67.
- Robles-Morales, J. M., & Córdoba-Hernández, A. M. (2019). *Digital political participation, social networks, and big data: Disintermediation in the era of Web 2.0*. Springer Nature.
- Romanos, E., Sádaba, I., & Campillo, I. (2022). La protesta en tiempos de COVID. *Revista Española de Sociología*, 31(4), a140. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2022.140>
- Rossi, L., & Artieri, G. B. (2014). Protest in the digital age. In B. Brevini & J. Schlosberg (Eds.), *Media and revolt: Strategies and performances from the 1960s to the present* (pp. 336-352). Palgrave Macmillan.
- Sartori, G. (1999). *Homo videns: La sociedad teledirigida*. Taurus.
- Scolari, C. (2020). *Cultura snack*. La Marca Editora.
- Scolari, C. A. (2023). *On the evolution of media: Understanding media change*. Routledge.
- Schulz, W. (2014). Mediatization and new media. In *Mediatization of politics: Understanding the transformation of Western democracies* (pp. 57-73). London: Palgrave Macmillan UK.
- Shifman, L. (2013). *Memes in digital culture*. MIT Press.
- Slimovich, A. (2019). La mediatización contemporánea de la política en Instagram. *Revista Sociedad*, 39, 31-45.
- Strömbäck, J. (2008). Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), 228-246. <https://doi.org/10.1177/1940161208319097>
- Strömbäck, J., & Van Aelst, P. (2013). Why political parties adapt to the media: Exploring the fourth dimension of mediatization. *International Communication Gazette*, 75(4), 341-358. <https://doi.org/10.1177/1748048513482266>
- Treré, E. (2018). The sublime of digital activism: Hybrid media ecologies and the new grammar of protest. *Journalism & Communication Monographs*, 20(2), 137-148. <https://doi.org/10.1177/1522637918770435>
- Treré, E., & Mattoni, A. (2016). Media ecologies and protest movements: Main perspectives and key lessons. *Information, Communication & Society*, 19(3), 290-306. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1109699>
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- Tusa, F. (2013). How social media can shape a protest movement: The cases of Egypt in 2011 and Iran in 2009. *Arab Media and Society*, 17, 1-14.
- Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication*, 1(1), 2-14. <https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70>
- Verón, E. (1998). Mediatización de lo político. In *Comunicación y política* (pp. 220-236). Gedisa.

Warner, M. (2002). Publics and counterpublics. *Quarterly Journal of Speech*, 88(4), 413–425.
<https://doi.org/10.1080/00335630209384388>

Weisser, C. R. (2008). Subaltern counterpublics and discourse of protest. *JAC*, 28(3/4), 608–620.