



**Análisis del discurso y opinión pública: La sentencia del expresidente Álvaro
Uribe Vélez desde la visión de un medio tradicional y uno alternativo**

César Santiago Bohórquez Garzón

Yennifer Paola Vergara Perneth

Laura Delgado Benavides

Universidad EAN

Facultades: Humanidades y Ciencias Sociales, y Administración, Finanzas y Ciencias
Económicas

Programas: Maestría en Comunicación Estratégica, y Maestría en Gobierno y Gestión
Pública

Bogotá D.C., Colombia

11 / Febrero / 2026

**Análisis del discurso y opinión pública: La sentencia del expresidente Álvaro Uribe
Vélez desde la visión de un medio tradicional y uno alternativo**

César Santiago Bohórquez Garzón

Yennifer Paola Vergara Perneth

Laura Delgado Benavides

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Magister en Comunicación Estratégica

Magister en Gobierno y Gestión Pública

Director (a):

Martha Carolina Chaparro Medina

Modalidad:

Monografía

Universidad EAN

Facultad: Humanidades y Ciencias Sociales, y Administración, Finanzas y Ciencias

Económicas

Programas: Maestría en Comunicación Estratégica y Maestría en Gobierno y Gestión Pública

Bogotá D.C., Colombia

11 / Febrero / 2026

Nota de aceptación:

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del director del trabajo de grado

Ciudad, día/mes/año

Este trabajo lo dedicamos a nuestras
familias, por su apoyo incondicional y por
enseñarnos a luchar por nuestros sueños.

Agradecimientos

Damos gracias a Dios por habernos dado salud y perseverancia para llegar hasta este punto. Queremos expresar nuestra profunda gratitud a nuestra asesora, cuyo valioso conocimiento, orientación experta y apoyo constante fueron pilares esenciales para la exitosa culminación de este trabajo de grado.

A nuestros familiares y amigos, les agradecemos de corazón por su amor incondicional, su paciencia y el apoyo inquebrantable que nos brindaron a lo largo de este trayecto.

De igual forma, nos dedicamos un reconocimiento especial a nosotros mismos, por el esfuerzo incansable, la dedicación y por haber dado lo mejor para lograr este objetivo.

Finalmente, extendemos nuestro reconocimiento a todas las demás personas que, con sus contribuciones, aliento y colaboración, hicieron de este proceso una experiencia memorable y enriquecedora.

Resumen

El 28 de julio de 2025 el expresidente Alvaro Uribe Vélez fue declarado culpable de dos delitos: Fraude procesal y soborno en actuación penal. En una audiencia que duró más de 10 horas y con una sentencia de más de 1 000 páginas, el país siguió en vivo la lectura del fallo. Del otro lado de la pantalla, la opinión de la ciudadanía se dividía entre si por fin se hacía justicia o si se estaba politizando el Sistema Judicial.

No obstante, los medios de comunicación tuvieron cierta responsabilidad en cómo se formó la opinión colectiva. Por tal razón, se planteó como objetivo analizar la construcción retórica del discurso mediático en torno a la sentencia del expresidente, mediante el estudio comparativo de los mensajes difundidos en un medio tradicional (Revista Semana) y un medio alternativo (La Silla Vacía), con el fin de identificar las estrategias narrativas, los marcos interpretativos y los recursos persuasivos utilizados.

De esta forma, se esperaba comprender la forma en que las estrategias de comunicación de estas organizaciones formaron la opinión pública. Lo cual se realizó desde el análisis de las variables: conocimiento del hecho, los sentimientos que despierta la información, los juicios que surgen a partir de ella y las acciones/reacciones sociales.

A partir de allí se encontró que, mientras un medio tomó una postura en defensa del expresidente, mostrándolo como una víctima; el otro se alineó con la postura de la institucionalidad, respetando el fallo y resaltando a la Jueza. Esto se vio reflejado en la opinión de sus lectores, toda vez que, en el primer medio los comentarios se enfocaban en apoyar a Álvaro Uribe Vélez, criticar a la jueza y a la sentencia. Frente al otro portal, donde las personas agradecían a Sandra Heredia y los aliviaba la decisión.

Palabras clave: Análisis del discurso, opinión pública, estrategias narrativas, polarización, medios de comunicación.

Abstract

On July 28, 2025, former president of Colombia, Álvaro Uribe Vélez, was found guilty of two crimes: procedural fraud and bribery in criminal proceedings. During a hearing that lasted over 10 hours and with a sentence exceeding 1,000 pages, the country followed reading of Judge's ruling live. On the other side of the screen, public opinion was divided between those who felt justice was finally served and those who saw the case as a politicization of the judicial system.

Nonetheless, the media played a significant role in how collective opinion was shaped. For this reason, the study's objective was set: to analyze the rhetorical construction of the media discourse surrounding the sentencing of the former President, through a comparative study of messages disseminated in a traditional medium (Revista Semana) and an alternative medium (La Silla Vacía), aiming to identify the narrative strategies, interpretive frameworks, and persuasive resources employed

Thus, the research sought to understand how the communication strategies of these organizations managed to form public opinion. Through analysis of knowledge of the event, the sentiments evoked, the judgments arising, and the social actions/reactions.

From this analysis, it was found that while one medium adopted a stance defending the former president, portraying him as a victim, the other aligned with the position of institutionalism, respecting the ruling and highlighting the role of the Judge. This divergence was reflected in the opinion of their respective readers. In the first medium, comments focused on supporting Álvaro Uribe and criticizing the judge and the sentence. Conversely, the other platform featured individuals expressing gratitude to Sandra Heredia and relief over the decision.

Keywords: Discourse analysis, public opinion, narrative strategies, polarization, mass media.

Contenido

	Pág.
Lista de Figuras	10
Lista de Tablas	11
Introducción	12
Planteamiento del problema	12
Antecedentes	12
Descripción del problema	13
Pregunta de investigación	16
Objetivos	16
Objetivo general	16
Objetivos específicos	17
Justificación	17
Marco Teórico	19
Estado del arte	19
Marco teórico	21
Marco Conceptual	30
Hipótesis	33
Variables	34
Variables conceptuales	34
Variables operacionales	36
Metodología	37
Enfoque y alcance de la investigación	39
Población y muestra	39

ANÁLISIS DEL DISCURSO Y OPINIÓN PÚBLICA: LA SENTENCIA DEL EXPRESIDENTE ÁLVARO URIBE VÉLEZ DESDE LA VISIÓN DE UN MEDIO TRADICIONAL Y UNO ALTERNATIVO	9
Instrumentos	39
Técnicas para el análisis de la información	40
Trabajo de campo	40
Procesamiento de los datos	41
Análisis de resultados	42
Propuesta de solución a la problemática	61
Discusión	65
Conclusiones y Trabajo Futuro	72
Conclusiones	72
Trabajo futuro	73
Referencias	74
Anexo A. Instrumento de análisis de los comentarios en las publicaciones	84

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Confianza de cuatro sectores claves en Colombia en 2025	14
Figura 2. Confianza en la fuente de la información en Colombia en 2025	15
Figura 3. Esquema comunicativo según Román Jakobson	30
Figura 4. Mapa conceptual	32
Figura 5. Publicaciones de La Silla Vacía sobre la lectura de la sentencia	43
Figura 6. Publicaciones de la Revista Semana sobre la lectura de la sentencia	44

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Conceptos claves	33
Tabla 2. Categorización de variables	36
Tabla 3. Principales diferencias en el discurso de cada medio	42
Tabla 4. Modelo factorial de análisis mediático y discursivo	56
Tabla 5. Modelo factorial de análisis de la opinión pública	59

Introducción

Planteamiento del Problema

Antecedentes

De acuerdo con los autores Hernández, Fernández y Baptista el planteamiento del problema consiste en “afinar y estructurar más formalmente la idea de investigación” (2014, p. 36). Por tal motivo, se hace necesario contextualizar la problemática que existe en la construcción retórica del discurso mediático en torno a la sentencia del expresidente Álvaro Uribe Vélez. Con esto, se busca aportar al cumplimiento del Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) número 16: Paz, Justicia e instituciones sólidas.

En años recientes, el vínculo entre los medios de comunicación y la opinión pública ha ganado un rol crucial en la formación de imaginarios colectivos ante sucesos de gran repercusión política y social. En este marco, el fallo contra el expresidente constituyó un hecho judicial histórico para el país y dio paso a variedad de interpretaciones, algunas de ellas impulsadas o amplificadas por medios de comunicación.

La estructura de los mensajes en torno a este caso muestra que los discursos de los medios no solo informan hechos, también les dan un significado y un contexto particular, lo cual puede impactar en cómo la ciudadanía interpreta los sucesos. Ya sea medios tradicionales o alternativos, ambos siguen una línea editorial definida, en ocasiones una corriente política también, lo que lleva a narrar una noticia desde puntos de vista diferentes.

Este estudio tiene como objetivo analizar las tácticas narrativas, los contextos interpretativos y los recursos empleados por dos tipos de medios: uno tradicional y otro alternativo. Con esto se espera entender cómo estas herramientas retóricas pueden afectar la construcción de sentido que la ciudadanía hace respecto a la sentencia del

expresidente, en un escenario donde la credibilidad institucional y la justicia están en constante evaluación por el público.

Descripción del problema

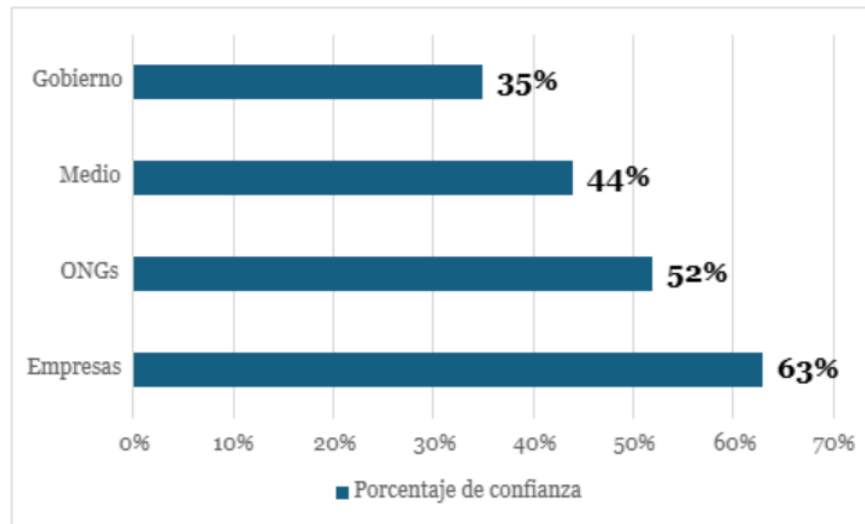
La información es un arma poderosa, quien la tiene, adquiere una ventaja sobre el resto; al igual que una responsabilidad. Por tal razón, se dice que los medios de comunicación son el “cuarto poder” del Estado, pues su labor es fundamental para la construcción de una democracia y de la sociedad en sí. Es por eso por lo que la ética, transparencia y honestidad son principios fundamentales en el periodismo.

En Colombia no cambia esta situación, los medios siguen cumpliendo un rol de control político relevante. En ese contexto, mientras en el país se vive un álgido momento político gracias a que la polarización es el común denominador, el expresidente Álvaro Uribe Vélez fue declarado culpable por los delitos de fraude procesal y soborno en actuación penal en primera instancia. Los medios de comunicación rápidamente cubrieron la noticia, desde una retórica y postura específica: en apoyo al expresidente o en apoyo a la institucionalidad, no había punto medio. Esto puso en duda un elemento básico del periodismo: mantener independencia respecto de la persona que cubren (Kovach y Rosenstiel, 2022).

En la Figura 1 se muestran los resultados del estudio de la agencia global de comunicación Edelman, que analizó el porcentaje de confianza que tienen los colombianos sobre cuatro sectores: Empresas (63% de confianza), ONGs (52%), Medios (44%) y Gobierno (35%) (Edelman, 2025). Por un lado, la investigación de la agencia indica que la ciudadanía desconfía de estos últimos dos actores, incluso los consideran menos competentes y éticos que el resto (Edelman, 2025). Por otro lado, el estudio reveló que en el país confían en las empresas y mantienen una postura neutra frente a las ONGs, tendencia que ha perdurado en los último cinco años (Edelman, 2025).

Figura 1

Confianza de cuatro sectores claves en Colombia en 2025



Nota de fuente: Adaptado de Edelman. (2025). 2025 Edelman Trust Barometer.

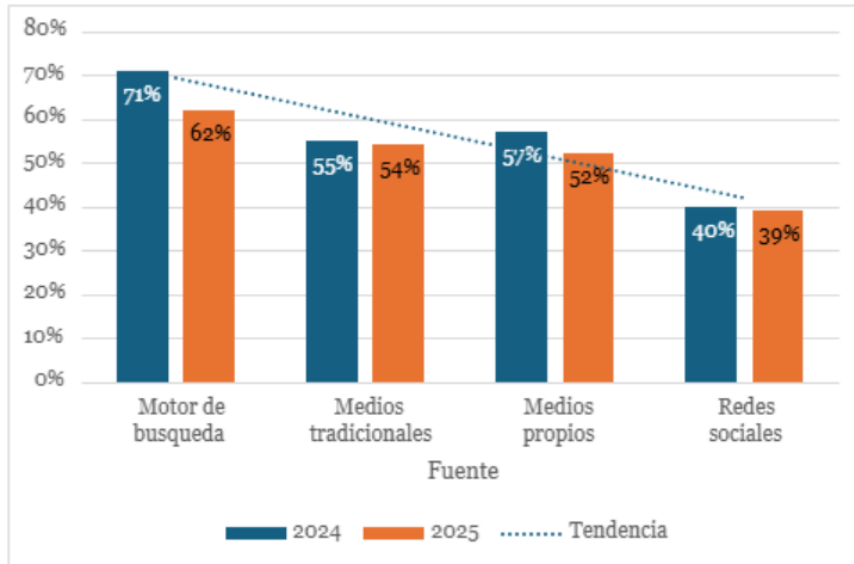
<https://www.edelman.lat/trust/2025/trust-barometer>

Además, para el 2025, se redujo la confianza que existe en las fuentes noticiosas, como se muestra en la Figura 2. De hecho, los colombianos solo confían en la información encontrada en motores de búsqueda, mantienen una posición neutral frente a los medios tradicionales y propios, y desconfían de las redes sociales (Edelman, 2025). Comparado a los resultados del 2024, el porcentaje de confianza se redujo en todas las fuentes.

Frente a la labor de los medios, la ciudadanía cree que estos prefieren “apoyar a una ideología en lugar de informar al público” (Edelman, 2025, p.42). Es decir que perciben que estos actores toman decisiones editoriales que priorizan los intereses particulares a los colectivos. Esto lleva a que la sensación de las personas sea que los medios buscan “atraer a una mayor audiencia en lugar de comunicarle a la gente lo que necesitan saber” (Edelman, 2025, p.42).

Figura 2

Confianza en la fuente de la información en Colombia en 2025



Nota de fuente: Adaptado de Edelman. (2025). 2025 Edelman Trust Barometer.

<https://www.edelman.lat/trust/2025/trust-barometer>

Perder la confianza de la ciudadanía y aportar a la polarización, hace que el poder de los medios funcione más para deteriorar, antes que para fortalecer la democracia. Recobrar la confianza de la ciudadanía parte de no alinearse a una ideología, si no ser ese actor neutral que prioriza el bien colectivo, antes que el particular.

De acuerdo con la investigación de Cuéllar (2024), existe una percepción hostil hacia los medios de comunicación basada en actitudes previas, como el uso de las fake news para contribuir a los intereses de las élites políticas. El autor lo define como polarización afectiva, en donde el público siente rechazo hacia la política neutral por la percepción sesgada que pueda tener el medio o su consumidor (Cuéllar, 2024).

Más allá de un juicio donde se determinaba si alguien había incurrido en un delito o no, el caso del expresidente se tomó como la oportunidad de medir fuerzas entre los dos extremos de la política del país: la “izquierda” y la “derecha”. El primero representado

por la institucionalidad, el sistema judicial colombiano; y el segundo por una de sus máximas figuras, Álvaro Uribe Vélez.

En esta ocasión, los medios fungieron como aliados para alguno de los dos lados; adoptaron una postura, expuesta por su retórica para narrar el hecho. En vez de ser un actor imparcial y que informara a la ciudadanía desde los argumentos de cada parte, sus cubrimientos aportaron a la polarización. Llevaron la discusión hacía que alguien mentía y otro decía la verdad, una víctima y un victimario.

En el marco de las elecciones del 2026, la información que consuman los colombianos en los próximos meses, será determinante en su votación. En ese sentido, se debe trabajar por comprender cómo los medios pueden influir en la opinión colectiva de la ciudadanía hacía las figuras políticas y las instituciones públicas. Entender que por medio del lenguaje, los recursos de persuasión y otras técnicas, sus artículos, columnas e investigaciones pueden crear realidades distantes de la verdad en sí. Por consiguiente, sus audiencias se nutren de información sesgada, la cual aporta a su discurso radicalizado.

Pregunta de investigación

¿Puede la construcción retórica del discurso mediático en torno a la sentencia del expresidente Álvaro Uribe Vélez influir en la percepción que tiene la ciudadanía sobre la legitimidad de las instituciones públicas en el país?

Objetivos

Objetivo general

Analizar la construcción retórica del discurso mediático en torno a la sentencia en primera instancia del expresidente Álvaro Uribe Vélez, mediante el estudio comparativo de los mensajes difundidos en un medio tradicional y un medio alternativo, con el fin de

identificar las estrategias narrativas, los marcos interpretativos y los recursos persuasivos utilizados en cada uno de ellos.

Objetivos específicos

- Seleccionar las publicaciones difundidas por la Revista Semana (medio tradicional) y La Silla Vacía (medio alternativo) acerca de la sentencia en primera instancia contra el expresidente Álvaro Uribe Vélez.
- Analizar las posturas de los medios seleccionados a través de los recursos persuasivos y marcos interpretativos usados para informar la decisión del caso.
- Comparar la estrategia narrativa de los medios seleccionados con el fin de determinar las diferencias y los puntos comunes en la retórica del discurso.
- Evaluar el impacto de la retórica construida por los medios en la opinión pública de la ciudadanía, en torno a la sentencia del expresidente Álvaro Uribe Vélez.

Justificación

En el marco de un contexto político polarizado y donde la opinión pública se percibe cada vez más radicalizada, se hace necesario revisar cómo los medios de comunicación alternativos y tradicionales cubren e informan a la ciudadanía hechos mediáticos como la sentencia contra el expresidente Álvaro Uribe Vélez. Al tratarse de una figura política influyente y simbólica, la forma en que los medios narren la decisión de la jueza influirá en la opinión pública de las instituciones públicas, en este caso la Rama Judicial. Teniendo en cuenta posturas ideológicas previamente concebidas de la ciudadanía.

Es por eso que, analizar las retóricas del discurso construidas por los medios de comunicación es relevante, toda vez moldean la percepción que tienen las personas sobre la división de poderes, la transparencia y la objetividad de los jueces. En ese sentido, revisar cómo se construyen estos mensajes es fundamental para entender la

forma en que el periodismo utiliza su posición para ejercer como el cuarto poder en el país.

De cara a las elecciones presidenciales y legislativas de 2026, es esencial comprender cómo los medios de comunicación, a través de sus discursos, pueden influir en la percepción que tiene la ciudadanía de las figuras políticas y las instituciones públicas. Por esa razón, esta investigación se hace necesaria en este momento coyuntural, pues entender los marcos conceptuales que manejan los medios, la forma en que se diseñan y cómo esto puede construir opiniones colectivas, ayudará a los electores a consumir información de una forma más crítica, no tan pasiva. De esta forma se espera aportar al equilibrio entre la democracia, la verdad, la transparencia y la opinión.

Respecto a la pertinencia de la investigación con las maestrías cursadas, en el grupo se articulan dos carreras: Comunicación estratégica y Gobierno y Gestión Pública. Frente a la primera, este análisis es la oportunidad de contribuir a la gestión del conocimiento relacionado con la retórica del discurso y la comunicación política en el país. Así como aplicar los conocimientos adquiridos sobre la construcción de estrategias comunicativas, esta vez en el marco de un hecho histórico en Colombia.

Mientras que, para la segunda carrera, es relevante estudiar cómo la creación de discursos impacta en la percepción de la ciudadanía hacia instituciones públicas, como la Rama Judicial. Por tal motivo, este trabajo puede aportar a futuras investigaciones sobre la relación entre la retórica de los medios y su influencia en la opinión pública de la ciudadanía sobre el poder.

En cuanto al impacto social, este trabajo dará un marco de referencia a la ciudadanía para que puedan identificar cómo los medios, a través de la construcción de una retórica del discurso, moldea su percepción y permea la opinión que tienen de las instituciones públicas y el poder en Colombia. De esta forma, se espera que las personas

tengan la capacidad de discernir entre un hecho concreto y la opinión basada en una ideología.

Marco Teórico

Estado del Arte

Las investigaciones recientes han profundizado en cómo los medios utilizan estrategias retóricas y de *framing* para influir en la percepción del público sobre eventos políticos y judiciales. Autores como Koziner (2022) han actualizado la teoría del *framing* para analizar su uso en los medios de comunicación contemporáneos, incluyendo las redes sociales. Este enfoque explora cómo la construcción de las noticias puede estar al servicio de los intereses de los autores para moldear la conversación política, un fenómeno que se observa con frecuencia en los medios tradicionales.

Adicionalmente, se ha estudiado el papel de las emociones en el discurso político mediático, un factor clave en la polarización. Nigro (2021) ha analizado cómo la retórica mediática recurre a falacias tradicionales para persuadir a la audiencia a toda costa, para generar una respuesta emocional más que racional.

La diferencia en la construcción retórica entre medios tradicionales y alternativos es un tema recurrente. Investigaciones recientes, como la de Broseta et al. (2023), examinan cómo estos medios coexisten y compiten en el espacio público digital. El estudio demuestra que el desafío digital significó una reestructuración para los medios tradicionales en su búsqueda por mantenerse relevantes en un entorno más propenso a la desinformación. Esta transformación, a su vez, permitió el crecimiento y la consolidación de los medios alternativos.

A nivel latinoamericano, Uribe Vélez no es el primer presidente sentenciado por la justicia; en países como Perú, Argentina, Brasil o Venezuela, también ha habido juicios

contra expresidentes. De igual forma, se han publicado estudios donde se analiza la relación entre política, medios de comunicación y opinión pública.

En el caso de Perú, la investigación de Karin Acevedo muestra cómo los principales diarios del país cubrieron la sentencia contra Alberto Fujimori en 2009. Con su trabajo, Acevedo logró evidenciar que los medios divulgaron información del caso conforme a sus intereses particulares y no colectivos, como informar; sesgando la opinión de la gente a los argumentos que le convenían según su línea editorial (2012).

Otra autora, Paola Lenna, analizó cómo los medios pasaron de ver a los ciudadanos como actores principales de la democracia a clientes (2009). Esto a partir de una investigación de cómo los gobiernos de Álvaro Uribe Vélez en Colombia y Alberto Fujimori en Perú usaron a los medios y el derecho a la información como herramienta para ejercer su poder y oprimir a la oposición. Lenna concluyó que “la realidad descrita por los medios muchas veces no es el reflejo de los acontecimientos, sino una versión de la realidad construida a partir de la lógica del sistema mediático” (2009, p. 94).

En el contexto colombiano, el trabajo de Molina y Sochimilca (2024) ha permitido construir un mapa de los medios alternativos en el país que han ganado visibilidad en la cobertura de conflictos sociales y escándalos políticos, ofreciendo un contrapunto a la narrativa de los medios de gran alcance. Este estudio destaca la cercanía de los medios tradicionales con los actores de coyunturas sociales y políticas en el país.

En el país, no es la primera vez que se genera una división del discurso en medio de una situación de origen político. Autores como Rodríguez, Ortiz y Esquivel (2021) han analizado cómo la desinformación provocada por medios de comunicación busca dañar la legitimidad de actores políticos y sociales. La investigación se enfocó en revisar este fenómeno en la época del paro nacional del 21 de noviembre de 2019, y vinculando la retórica de los medios con los hechos de violencia ocurridos en medio de las protestas.

Asimismo, se ha analizado cómo el discurso periodístico, por medio de su poder intangible sobre las audiencias, influye en la opinión pública en contextos electorales en Colombia. En ese sentido, se determinó que la construcción del relato de los medios, a través de la personalización, el léxico, las estructuras argumentativas y la postura del periodista, generaron un sesgo sobre la imagen de los candidatos (Bustamante, 2021).

Este recorrido demuestra una tendencia en la investigación reciente: la necesidad de analizar la retórica y las estrategias de los medios de comunicación en un entorno altamente polarizado. Los estudios confirman que la manipulación emocional y la desinformación son herramientas recurrentes que los medios utilizan para influir en la opinión pública. La competencia entre estos dos tipos de medios, especialmente en el contexto colombiano, plantea un escenario donde las narrativas sobre figuras políticas como el expresidente Álvaro Uribe Vélez se construyen de manera divergente.

Lo anterior subraya la importancia de la presente investigación, la cual se inserta en una línea de estudio que busca comprender el impacto de la retórica mediática en la percepción de las instituciones y en la construcción de la opinión pública.

Marco teórico

La comunicación es un aspecto intrínseco del ser humano, hace parte de él desde el inicio de sus días en la tierra, hasta la actualidad. Mediante ella, la humanidad ha logrado progresar y construir la sociedad que es hoy en día. Sin esta herramienta, hombres y mujeres no habrían podido desarrollar toda una civilización.

Desde hace miles de años, las personas han utilizado la comunicación para intercambiar ideas, transmitir pensamientos, informar novedades, alertar peligros, entre otros; lo cual la convierte en una de las habilidades más importantes en la vida del ser humano. Ha sido tanto su desarrollo, que se cuenta con un sin fin de formas para comunicarse: oral, escrita, por medio de señas, braille, etc.

Por tal motivo, la comunicación ha sido estudiada desde sus orígenes, y lo sigue siendo. Esto debido a que es una herramienta flexible, adaptable, se transforma y fluye con el tiempo. En la antigua Grecia, fue Aristóteles quien sintetizó el acto de comunicar como la interacción entre emisor – mensaje – receptor (Bernabé, 2002); el cual tiene como fin persuadir al otro, hacerle creer que su punto de vista es el correcto (Berlo, 1984).

Según la Real Academia Española (RAE), comunicar tiene más de 10 significados; no obstante, para la finalidad de la presente investigación, se partirá de que es el acto de “descubrir, manifestar o hacer saber a alguien algo” (RAE, 2024). A partir de esta definición, nacen los medios de comunicación; aquellas organizaciones que se encargarán de informar a las personas sobre lo que sucede a su alrededor y más allá de él.

Fue tanto el desarrollo e influencia de los medios, que no solo se han quedado como un simple mediador de la información, si no que se han convertido en una herramienta de poder; aporta a la construcción de la democracia, pero confronta el statu quo. Incluso, Manuel Castells afirmaba que “el poder se basa en el control de la comunicación y la información” (2009, p. 23).

El sociólogo español explica que el poder se puede ejercer mediante la presión o a través de los discursos que guían las acciones de los actores sociales (Castells, 2009). En el caso del Estado, su legitimidad se basa en la democracia participativa; esta, expone Castells (2009), es un significado compartido, el cual solo es posible construir desde la comunicación. De otra forma, solo por medio de la violencia podría justificar su dominación. En estas relaciones de poder, se articulan diferentes factores: los actores, la capacidad relacional, la asimetría y, hasta cierto punto, la aceptación de una de las dos partes (Castells, 2009).

Al tener la posibilidad de llegar a miles de personas (comunicación de masas), quien tiene el poder por medio de la comunicación buscará lo que Castells definió como mente colectiva (2009). De esta forma, por medio del discurso cargado de significados buscan configurar la forma de actuar de la sociedad, mostrándoles que sentir y que pensar (Castells, 2009). Es así como, desde el Estado y hasta los medios de comunicación, han usado su alcance para influir en la opinión pública de las personas por medio de su relato; así como la percepción que tienen de su entorno.

La percepción es una reacción natural del cuerpo humano, parte del momento en que el cerebro recibe un estímulo a través de los sentidos. Como lo explica la profesora Nery Isabel Sánchez-Márquez, esta “hace referencia a la organización, integración, reconocimiento e interpretación de esa información” (2019, p.9). Coincidiendo con la definición dada por Vargas (2014), quien afirma que la percepción es un concepto cognitivo por medio del cual se capta información y se crean juicios sociales mediados por aspectos como el aprendizaje, la memoria y la simbolización.

Aunque la labor periodista debería considerarse un trabajo objetivo, ya que busca retratar la realidad y se fundamenta en hechos reales, autoras como Susana González (2015) subrayan que en “el proceso informativo se da una subjetividad que está condicionada por las circunstancias de naturaleza psicológica de los participantes en este proceso” (p.75). Esto quiere decir que aspectos como las ideologías, creencias, costumbres o el entorno social influyen al momento de retratar la realidad. También interviene en cómo las audiencias apropian la información.

En el marco de la comunicación política, el *framing* estratégico ha cobrado una relevancia crítica, desplazando a menudo al encuadre temático en la cobertura de grandes procesos judiciales de figuras públicas. En el análisis del caso del expresidente Uribe Vélez, este fenómeno resulta particularmente evidente. Según Cappella y

Jamieson (1997), el encuadre estratégico no se centra en el fondo de la política o el derecho, sino en la política como espectáculo.

Al aplicar este concepto al discurso de los medios frente a la condena del expresidente, se observa que la narrativa mediática tiende a desplazar el debate jurídico, propio del *issue frame* o encuadre de fondo, para centrarse en las repercusiones electorales, las tácticas de supervivencia de los partidos y las jugadas de los protagonistas del hecho. Esta transición tiene consecuencias profundas en la percepción pública: en lugar de discutir la validez de las pruebas de manipulación de testigos, el encuadre estratégico priorizaría preguntas como: ¿quién gana o pierde capital político con esta sentencia? o ¿cómo esta situación afecta la intención de voto para las próximas elecciones?

Este tipo de cobertura se alinea con lo que Cappella et al. denominan la "espiral del cinismo" (1997). Al presentar cada movimiento judicial como una maniobra o un ataque político, los medios envían un mensaje de que las instituciones no actúan bajo la ley, sino bajo intereses personales. Como resultado, el ciudadano deja de percibir la acción judicial como un acto de justicia y comienza a verla como un instrumento de guerra política. En este sentido, la comparación entre medios tradicionales y alternativos permitirá identificar si ambos convergen en este cinismo estratégico o si alguno de ellos intenta rescatar el *framing* temático, devolviendo el debate a la rigurosidad de los hechos probatorios y la institucionalidad (Koeneke, 2001).

Al tener los periodistas la capacidad de mostrar, ejemplificar o crear realidades, concentran un poder intangible, dado que son capaces de influir en la forma que las personas reaccionan o toman partida de un hecho. Autores como Civila, Romero-Rodríguez y Aguedad han estudiado este fenómeno, encontrando que el lenguaje "polariza los argumentos sobre un acontecimiento dado, maneja la opinión de quien lo lee

o escucha acerca de las declaraciones de los actores legales e ilegales que intervienen en un conflicto” (2020, p. 143).

Lo anterior, también se da debido a que los discursos comunicativos son capaces de construir contextos. Así lo explica el autor Teun Van Dijk (2012), quien afirma que las situaciones comunicativas crean modelos mentales que influyen en la forma en que las personas comprenden su contexto. De esta forma, aunque se trate de una visión subjetiva de la realidad, las narrativas dentro del discurso ofrecen una visión del entorno que la audiencia decide o no adoptar.

Por su parte, autores como Monzón, después de hacer una revisión documental de lo que es la opinión pública, afirmó que esta “no surge de una observación directa de la realidad, sino de las imágenes que los medios proyectan sobre ella” (2009, p. 21). Esta afirmación cobra especial relevancia en el contexto colombiano, donde la polarización política se amplifica por la retórica de los medio para cubrir situaciones judiciales de alto impacto.

En este mismo sentido, Charaudeau (2021) explica que el discurso político-mediático utiliza ‘máscaras del poder’ para legitimar ideologías, lo logra mediante estrategias retóricas que apelan tanto a la emoción como a la racionalidad. En ese contexto, los medios de comunicación tradicionales o alternativos se convierten en un escenario donde se negocia la verdad pública y se construye la credibilidad institucional.

Esto termina formando una opinión pública, la cual no suele nacer de procesos racionales, sino que tiende a construirse como un efecto de la imagen de la realidad que proyectan los medios de comunicación (Monzón, 2009). Cuando el contexto político presenta discursos e imágenes más extremas, la polarización aumenta, dado que las personas suelen alinearse con narrativas que validan sus creencias y posiciones previas, sin necesariamente hacer una validación de la veracidad de la información.

Esta idea se articula con los planteamientos de Charaudeau (2021), quien sostiene que el discurso mediático no se limita a transmitir información, sino que organiza la realidad social a través de contratos de comunicación y estrategias de puesta en escena. En contextos de confrontación política, los medios tienden a recurrir con mayor frecuencia a la dramatización, la personalización de los conflictos y la lógica del enfrentamiento, lo que incrementa la carga emocional del debate público y refuerza identidades políticas opuestas.

Desde una perspectiva similar, Van Dijk (2008) advierte que el discurso mediático desempeña un papel central en la polarización al construir oposiciones simbólicas como dice el, entre “nosotros” y “ellos”, las cuales sesgan la interpretación de los hechos y refuerzan esquemas ideológicos preexistentes. A su vez, Mouffe (2005) señala que las democracias contemporáneas se caracterizan por la presencia constante del antagonismo, y que los medios de comunicación funcionan como escenarios donde estas tensiones no solo se expresan, sino que también se legitiman.

En el entorno digital, estas dinámicas se intensifican. Tal como lo explica Sunstein (2017), las llamadas *cámaras de eco* favorecen la interacción entre usuarios con posturas afines, lo que reduce el contacto con perspectivas diferentes y profundiza la polarización. En consecuencia, la opinión pública difícilmente se configura como un consenso compartido. Esta adopta la forma de representaciones sociales enfrentadas, moldeadas tanto por el discurso mediático, como por la interacción entre los propios ciudadanos.

Esta influencia que tienen los medios sobre la sociedad ha llevado a que se consideren como el “cuarto poder” del Estado; lo cual conlleva una responsabilidad en la construcción de la democracia de las naciones, generando que intereses particulares puedan permear la verdad y la transparencia. Por esa razón, autores como Galan-

Gamero (2014) hacen un llamado a que la labor periodística debe velar por los intereses sociales antes que los económicos, aplicar la deontología periodística y apelar a la credibilidad para que sigan siendo una parte fundamental en el desarrollo de la sociedad.

Tan importante se volvió el discurso, lo escrito, que ha sido analizado desde su componente semántico, sociológico, psicológico y antropológico. Autores como Roland Barthes afirmaron que la sociedad fracciona su realidad a través de la escritura en instituciones, prácticas, objetos y acontecimientos (como se citó en Alonso y Fernández, 2006). De allí la importancia de analizar el discurso, ya que construye lo social, a través de signos, códigos, sentidos y secuencias.

Dentro de su análisis estructural del relato, Barthes definió tres niveles que se deben revisar para entender el discurso: Funciones, acciones y narración (como se citó en Alonso y Fernández, 2006). El primero se refiere al cuerpo de la narración, separando entre lo fundamental y lo expansivo; el segundo revisa los protagonistas y su rol en el texto; y el tercero se centra en el esquema narrativo: quien relata y la relación con su entorno (Alonso y Fernández, 2006).

Pero esta necesidad por entender el texto no es nada nuevo. El autor Klaus Krippendorff, en su texto *Metodología del análisis del contenido* (1990), expone que este interés por decodificar el contenido de lo escrito se remonta al siglo XVIII hasta hoy en día. Aunque al inicio esta técnica de análisis resultaba ser bastante empírica y exploratoria, rápidamente pasó a buscar una definición más estructural del contenido, hasta que se convirtió en una metodología propia (Krippendorff, 1990).

Ahora bien, la comprensión del discurso mediático requiere una mirada crítica sobre cómo el lenguaje moldea la percepción de la realidad. Fairclough (2004) sostiene que los discursos son instrumentos de poder, pues estructuran las relaciones sociales y configuran jerarquías simbólicas dentro de la comunicación pública.

El entorno informativo es cada vez más complicado y la expansión de las plataformas digitales han permitido que los medios de comunicación puedan llegar a más personas y de forma más inmediata. En ese sentido, las redes sociales se han convertido en el canal predilecto para que las personas se informen y se mantengan actualizadas de los hechos noticiosos del momento. Al igual que han sido la plataforma ideal para que los medios difundan su discurso, el cual se fundamenta en: estructuras no verbales, sintaxis, léxico, esquemas, recursos retóricos y la interacción con los interlocutores (Van Dijk, 2013). A partir de estos elementos, los periodistas transmiten sus ideologías y visiones del mundo.

Para el autor Manuel Martínez (1996), el análisis de los discursos construidos por los medios se basa en cuatro categorías: Valoración, tematización, actorialización y referenciación. A través de estos recursos retóricos, explica Martínez (1996) los periodistas le dan al hecho noticioso el significado y enfoque que ellos desean, de tal forma que logran mostrar la realidad desde su propio punto de vista.

Desde una perspectiva contemporánea, Jandette (2025), haciendo una reseña de la obra *Multimodality and Identity* del lingüista Theo Van Leeuwen, explica el concepto de multimodalidad: señalando que el discurso mediático actual no se limita al texto, sino que combina recursos visuales, sonoros y simbólicos que refuerzan la intencionalidad comunicativa. En los entornos digitales, estos elementos amplifican el poder persuasivo del mensaje, configurando nuevas formas de influencia sobre la opinión pública (Jandette, 2025).

Finalmente, para el desarrollo de la presente investigación, se tendrá en cuenta el esquema comunicativo de Román Jakobson, el cual fundamenta el acto de comunicar en 6 factores (Pilshchikov, 2021):

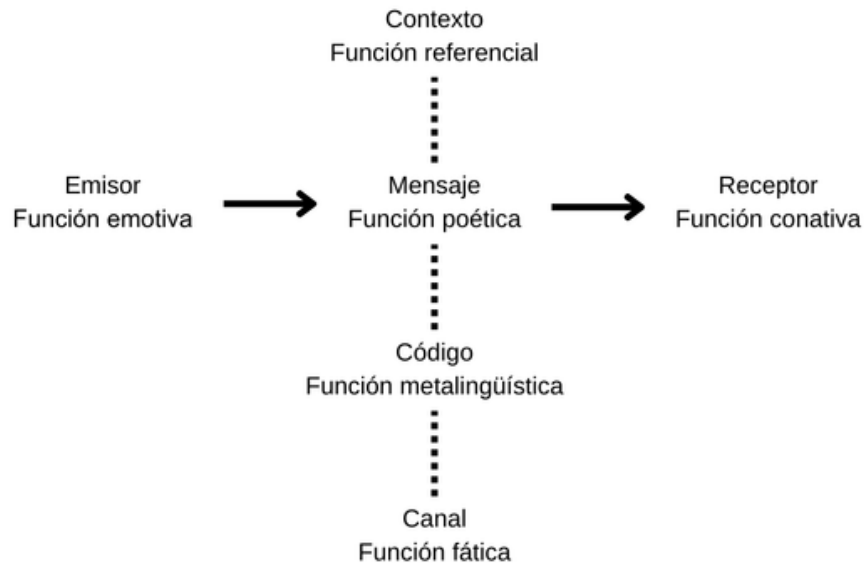
- **Emisor:** Quién envía el mensaje. Para este caso puntual, son los dos medios de comunicación.
- **Mensaje:** Información transmitida por los medios de comunicación.
- **Receptor:** Quien recibe el mensaje y lo interpreta. En este caso los usuarios de cada medio.
- **Contexto:** El entorno en el que se desarrolla el mensaje. Brinda un marco de referencia e influye en su significado. En este caso el juicio del expresidente durante el gobierno de Gustavo Petro, la polarización en el país y las elecciones del 2026.
- **Código:** Son los signos y símbolos que le dan significados al mensaje. Para que el receptor comprenda al emisor efectivamente, deben compartir códigos. En este caso, el expresidente es un representante de la “derecha”; mientras que, la jueza y la Rama Judicial representan a la institucionalidad y al Estado, en este caso se asocia con la “izquierda”.
- **Canal:** Es el medio por el cual se transmite el mensaje. En este caso, las redes sociales y páginas web de cada medio.

Como se aprecia en la Figura 3, cada elemento tiene asociada una función del lenguaje (Sánchez, 2023):

- **Emotiva:** Demostrar la actitud del emisor respecto del mensaje.
- **Poética:** Muestra la forma que toma el mensaje de acuerdo con su composición.
- **Conativa:** Busca influir en la actitud del receptor.
- **Referencial:** Explica el entorno en el que se da el mensaje.
- **Metalingüística:** Explica el lenguaje en sí mismo.
- **Fáctica:** Asegurar el proceso de comunicación entre las partes.

Figura 3

Esquema comunicativo según Román Jakobson



Nota de fuente: Adaptado de Pilshchikov, I. (2021). El esquema comunicativo de Roman Jakobson entre lenguas y continentes: historia cruzada del modelo teórico (A. Belousova y S. Páramo, trans). *Revista de Estudios Sociales*, 1(77), 2-20. <https://doi.org/10.7440/res77.2021.01>

Para entender cómo se forma la opinión pública, Jorge Poltronieri (1996) provee un modelo factorial para comprender y analizar la estructura de la opinión. El autor define una fórmula que consta de 4 elementos: I) La posición de la persona ante un hecho específico, II) cómo la persona reacciona al hecho, III) el significado social del hecho y iv) la interacción entre la persona y el hecho, mediada por el significado que el individuo le da y los símbolos que lo rodean (Poltronieri, 1996).

Marco Conceptual

Este marco conceptual examina las bases teóricas que respaldan el estudio de la relación entre el discurso mediático, la opinión pública y la democracia deliberativa. Esto

en el contexto del Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) número 16, cuyo objetivo es reforzar las instituciones e impulsar sociedades equitativas y pacíficas.

Jürgen Habermas (1998) comenta, desde un enfoque de democracia deliberativa, que la legitimidad democrática se genera mediante el intercambio racional de argumentos entre los ciudadanos y la deliberación pública. El autor enfatiza en su obra *Facticidad y validez* que la opinión pública es fundamental para crear el consenso social, ya que facilita que las resoluciones estatales se apoyen en la discusión pública informada y la participación comunicativa.

Siguiendo esa misma línea, Sartori (1993), señala que la democracia necesita una opinión pública que sea libre, racional y plural, que tenga la capacidad de ejercer control sobre las autoridades estatales. Sin embargo, señala que los medios de comunicación, en su rol de intermediarios del discurso público, tienen el potencial de distorsionar la deliberación democrática si se enfocan más en intereses económicos o ideológicos que en el interés común.

El discurso mediático, según estas reflexiones, es concebido como un espacio en el que se establecen representaciones sociales y se negocian significados. Según autores como Fairclough (2004) y Van Dijk (2008), el lenguaje mediático no simplemente comunica información, sino que también ejerce poder simbólico al configurar la percepción colectiva de la realidad. Las estrategias retóricas y los marcos interpretativos utilizados por los medios de comunicación son relevantes en este contexto, ya que guían la interpretación que el público genera acerca de sucesos políticos o judiciales de gran impacto.

El análisis de estas dinámicas permite reconocer las diferencias entre los tipos de medios de comunicación, basando el análisis en cómo representan los sucesos según su estructura institucional, público objetivo y línea editorial. Los medios tradicionales suelen

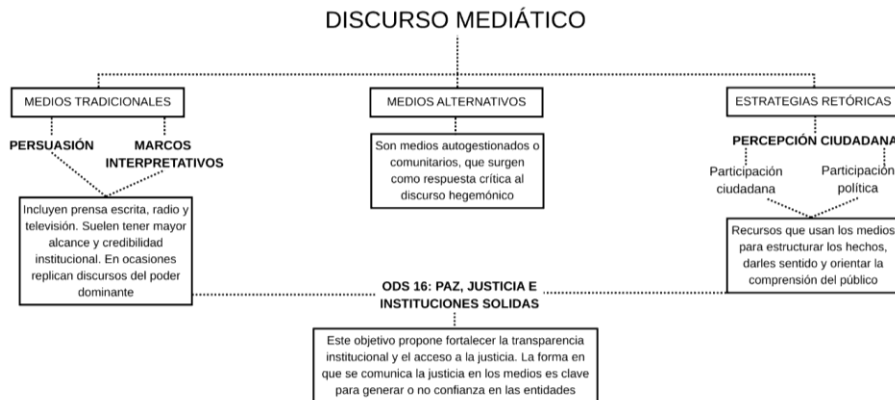
relacionarse con intereses políticos y particulares; mientras que, los alternativos, tienden a hacer visibles las voces comunitarias o críticas, fomentando una comunicación más horizontal y participativa (Atton, 2002; McQuail, 2013).

Por lo tanto, este marco conceptual integra los componentes del discurso en los medios de comunicación, las estrategias retóricas y la influencia sobre la opinión pública, con una perspectiva que vincula los fundamentos de la democracia deliberativa con la teoría de la comunicación. Estos conceptos posibilitan examinar de qué manera las narrativas mediáticas influyen en la perspectiva ciudadana acerca de la legitimidad de instituciones públicas, como la Rama Judicial, en el marco del caso del expresidente Álvaro Uribe Vélez.

Un esquema conceptual que une los ejes teóricos más importantes se presenta en la Figura 4. Este muestra cómo se relacionan entre sí los conceptos centrales (discurso mediático, tácticas retóricas e influencia sobre la opinión pública) y cómo están conectados con el ODS 16. De igual forma, el mapa conceptual permite observar cómo se articulan cada uno de estos componentes en el contexto de una democracia comunicativa y la creación de una ciudadanía bien informada.

Figura 4

Marco conceptual



Nota de fuente: Atton (2002). McQuail (2013). Organización de Naciones Unidas (ONU).

(s.f.).

Tabla 1

Conceptos claves

Concepto	Definición
Discurso mediático	Es el conjunto de mensajes generados por los medios de comunicación que configuran significados, ideologías e interpretaciones sociales.
Medios tradicionales	Es las medias tradicionales como la prensa, la radio y la televisión, con organizaciones empresariales y editoriales consolidadas.
Medios alternativos	Son las plataformas de información no tradicionales que generalmente simbolizan voces críticas, comunitarias o contraculturales.
Marcos interpretativos	Son los Esquemas mentales o narrativos que los medios usan para organizar la información y orientar la interpretación del público.
Opinión pública	Es el conjunto de pensamientos, convicciones y posturas compartidas por una porción considerable de la población respecto a un asunto específico.
ODS 16	Son los objetivos de la ONU que buscan fomentar sociedades equitativas, pacíficas e inclusivas, dotadas de instituciones eficientes y comprometidas.

Nota de fuente: Van Dijk (2008). McQuail (2013). Atton (2002). Entman (1993).

Habermas (1998). Organización de Naciones Unidas (ONU) (s.f.).

En la tabla 1 se presenta una recopilación de otros conceptos esenciales para el análisis. Estos permiten una comprensión clara de los marcos teóricos utilizados, también facilita la identificación y apropiación de los conceptos que serán usados en el desarrollo del proyecto.

Hipótesis

La hipótesis es “la brújula que guía la generación de conocimiento científico” (Pájaro, 2002, p. 373); toda vez que se parte de los saberes adquiridos a lo largo del

recorrido académico y del objetivo planteado, por lo que al comprobarla se dará validez o no a todas las teorías articuladas en la presente investigación.

En el caso de esta investigación, la cual busca analizar la retórica del discurso empleada por medios de comunicación para informar la sentencia al expresidente Álvaro Uribe Vélez, resulta necesario establecer una hipótesis que permita explorar la relación entre la forma en que los medios informan la decisión de la jueza y la opinión pública hacia el sistema judicial.

Para la presente investigación, se planteó una hipótesis correlacional, toda vez que se establece una relación entre dos o más variables (Espinoza, 2018). De esta forma, se buscará comprobar que: La estrategia narrativa que usan los medios, para informar un hecho tan mediático, influye en la percepción que tiene la ciudadanía de la legitimidad de lo público como la rama de poder judicial colombiano, al igual que la transparencia de la decisión de la jueza.

Variables

Variables conceptuales

Orientada a analizar la construcción retórica del discurso mediático en torno a la sentencia del expresidente Álvaro Uribe Vélez y su influencia en la legitimidad de las instituciones públicas, en esta investigación se han definido tres factores claves. Como este es un análisis correlacional, es vital comprender que estas variables no se categorizan únicamente como dependientes o independientes, sino que se examina su interrelación y la forma en que interactúan entre ellas.

Esta visión concuerda con las sugerencias de Hernández et al. (2014): El foco se pone en la correlación entre las variables, en lugar de la causalidad directa. Para los casos de investigaciones correlacionales como la presente.

La primera variable, la estrategia narrativa de los medios para informar la sentencia de la juez, se caracteriza por los recursos persuasivos y marcos interpretativos que usaron los medios para cubrir la sentencia. Esta variable se revisará mediante el análisis de las publicaciones realizadas por un medio alternativo y uno tradicional.

La segunda variable, la opinión pública frente a la decisión de la jueza, refleja el pensamiento y los sentimientos de las personas frente a la sentencia. Se evaluará mediante la recolección de los comentarios de la ciudadanía en las publicaciones de los medios seleccionados en las redes sociales. Estos serán tabulados en el instrumento construido para determinar el impacto del discurso en la postura colectiva frente al fallo.

La tercera variable, la percepción de la ciudadanía frente a la legitimidad de las instituciones públicas, en este caso de la Rama Judicial; se refiere a la sensación que tienen las personas frente a la transparencia y la división de poderes en el país. Se examinará mediante el análisis de los comentarios en las publicaciones de los medios seleccionados en las redes sociales.

Estas tres variables son interrelacionadas y su estudio permitirá establecer su correlación mutua, aportando datos útiles para analizar retórica del discurso mediático en torno a la sentencia del expresidente Álvaro Uribe Vélez. Como propone Creswell (2009), entender estas interdependencias es crucial para conseguir una perspectiva integral del fenómeno analizado.

Variables operacionales

Tabla 2

Categorización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Instrumento de recolección
La estrategia narrativa de los medios para informar la sentencia de la juez	Es el conjunto de tácticas y elementos lingüísticos usados por los medios para narrar un hecho	Evaluación de los recursos persuasivos y marcos interpretativos que usaron los medios para cubrir la decisión de la jueza	Uso de recursos persuasivos como: Metáforas, hipérboles, personificación, entre otras. Evidencia de marcos interpretativos frente a la decisión de la jueza, basados en las fuentes citadas y el espacio que le dan a los argumentos de cada lado del caso	Revisión documental
La opinión pública frente a la decisión de la jueza	Hace referencia al sentimiento de la ciudadanía con la decisión de la jueza y su impacto en la opinión de su labor	Análisis de los comentarios en las redes sociales sobre la decisión de la juez	Comentarios con más interacciones (me gustas y respuestas) en la publicación sobre la decisión de la jueza Comentarios más repetidos en la publicación sobre la	Revisión documental Matriz de análisis de los comentarios

			decisión de la jueza	
La percepción de la ciudadanía frente a la legitimidad del sistema judicial colombiano	Se refiere a la percepción que tiene la ciudadanía del sistema judicial colombiano	Análisis de los comentarios que hacen referencia a la legitimidad del sistema judicial colombiano conforme a la sentencia	Emociones de la ciudadanía sobre la legitimidad del sistema judicial colombiano posterior al fallo como: alivio, rabia, impotencia, tristeza, alegría, preocupación, entre otras.	Revisión documental

Nota de fuente: Galan-Gamero (2014). Civila et al (2020). Sánchez-Márquez (2019).

Vargas (2014).

Metodología

Este estudio se desarrollará bajo un enfoque cualitativo, dado que busca interpretar, comprender y analizar, con mayor detalle, los discursos mediáticos contruidos en torno a la sentencia del expresidente Álvaro Uribe Vélez. Mediante el análisis del contenido textual de diferentes medios de comunicación, se pretende identificar patrones narrativos, marcos interpretativos y recursos persuasivos que configuran la retórica empleada por dos medios frente a un mismo hecho judicial.

Para el desarrollo del análisis se seleccionarán dos medios de comunicación con perfiles editoriales distintos: un medio tradicional (*Semana*) y uno alternativo (*La Silla Vacía*). De cada uno se recopilarán las publicaciones realizadas en redes sociales sobre la sentencia al expresidente, con el propósito de interpretar, comprender y examinar en detalle los discursos mediáticos generados en dichos espacios digitales.

La modalidad de estudio será descriptiva, analítica y comparativa, ya que se busca detallar las propiedades retóricas del discurso y contrastarlas entre medios con

orientaciones ideológicas divergentes. Igualmente, se pretende examinar cómo estas diferencias discursivas pueden influir en la percepción ciudadana.

Como técnica de análisis, se aplicará el estudio del discurso mediático, el cual permite abordar los contenidos comunicativos desde su estructura lingüística, simbólica e ideológica. Esta metodología comprende la revisión de la estructura del mensaje, el propósito comunicativo, los esquemas ideológicos y las estrategias retóricas empleadas por cada medio.

Adicionalmente, a partir de factores cognitivos, conductuales, afectivos y valorativos, se establecerá cómo la noticia incide en el comportamiento, emociones y acciones de las personas. Para esto se realizará un análisis del discurso y de la opinión pública por medio de la integración de la fórmula de Poltronieri (1996) y el esquema de Jakobson (Pilshchikov, 2021).

De esta forma, se busca definir los factores discursivos y simbólicos del discurso, en el caso de los medios se consideran las variables: retórica de cada medio, significados implícitos del relato, símbolos que emplean y contexto que brindan del hecho. Mientras que, para la opinión pública, se tendrá en cuenta: conocimiento del hecho, sentimientos que despierta la información, juicios que surgen y las acciones/reacciones colectivas.

La recolección de información se llevará a cabo mediante la revisión documental, seleccionando noticias, columnas de opinión y reportajes publicados por ambos medios en un período cercano a la lectura del fallo. Mientras que, para los comentarios de la ciudadanía en dichas publicaciones, se construyó una matriz de análisis de contenido que permite revisar la percepción y opinión pública derivada del tratamiento informativo del caso.

Una vez recopilada la información, se procederá a realizar un análisis textual basado en categorías previamente definidas, tales como tono, marco referencial, tipo de argumento y fuentes citadas, entre otras. Finalmente, los resultados serán contrastados con los referentes teóricos seleccionados, lo que permitirá establecer conclusiones y validar la hipótesis de investigación.

Enfoque y alcance de la investigación

El diseño metodológico será no experimental y transversal, dado que no se manipularán variables, sino que se analizarán los fenómenos en su contexto natural dentro de un periodo de tiempo específico. Esta elección responde a la necesidad de evaluar el impacto de los discursos en la percepción ciudadana sin modificar su curso natural y con un enfoque temporal que garantice la recopilación de información en un solo momento sin necesidad de un seguimiento prolongado (Hernández et al., 2014).

Población y muestra

La población de análisis serán dos medios de comunicación colombianos: uno alternativo (La Silla Vacía) y uno tradicional (Revista Semana). La muestra definida fueron 19 publicaciones del total del contenido difundido por ambos medios sobre el hecho, basados en aquellas donde se mostraba una línea editorial clara y una postura hacia algunos de los lados del caso. Los comentarios seleccionados (133) fueron aquellos, relacionados con el tema de la publicación, con más interacciones (me gustas y respuestas) o que se repetían entre las piezas informativas.

Instrumentos

Para la presente investigación se construyó una matriz de análisis (Anexo A) con el fin de revisar los comentarios de las publicaciones de cada medio. Este constó de 6 variables, las cuales se definieron a partir de los elementos del discurso (Van Dijk, 2013; Martínez, 1996): **Tono**, relacionado a la emoción que despertó el fallo; **léxico**, las

palabras con las que se refería a los protagonistas del caso; **recursos retóricos**, como metáforas e hipérboles; **alineación con el medio**; **posición frente a la decisión**, si está de acuerdo o no; y **apoyo a los protagonistas**.

Técnicas para el análisis de la información

Para la presente investigación, se usará la técnica de análisis de discurso para estudiar las publicaciones seleccionadas. De esta forma, se espera reconocer los elementos que forman el relato de cada medio e identificar su postura frente a la decisión de la jueza Heredia.

Ahora bien, para la revisión de comentarios, a partir de un muestreo no probabilístico, se seleccionaron los más relevantes de cada publicación analizada. Estos fueron procesados en el instrumento (matriz) de evaluación, teniendo en cuenta las variables establecidas a partir de los elementos del análisis de discurso. Después, desde un modelo factorial de análisis (Poltronieri, 1996) con cuatro factores puntuales: Cognitivo, emocional, conductual y ético y moral, se espera identificar patrones en la opinión colectiva, para entender cómo el discurso influyó en la forma en que la sociedad reaccionó a la decisión.

Trabajo de Campo

Para el desarrollo de la investigación se seleccionaron 19 publicaciones, en el marco de tiempo del 28 de julio de 2025 (Día de la lectura del sentido de fallo) y el 17 de agosto de 2025: 10 de la Revista Semana y 9 de La Silla Vacía. De cada una de las publicaciones se analizaron aspectos de léxico, tono, marco referencial, valorización de la información, los protagonistas, los recursos retóricos y la postura frente al hecho.

Después se procedió a confrontar los análisis de cada uno, permitiendo encontrar diferencias que ejemplifican la línea editorial de cada medio. Adicionalmente, se tomaron evidencias visuales, tales como la parrilla de contenidos de cada medio en la red social Instagram, en las que se visualizan las portadas de cada publicación.

Acto seguido, con ayuda del instrumento de medición, se revisaron los comentarios de dichas publicaciones. Con esto se identificó si la forma en que cada medio narró los hechos influyó en la percepción de la ciudadanía a cerca de la credibilidad de lo público, en este caso la Rama Judicial. De esta forma, se buscó confirmar que el discurso construye una opinión pública alineada a su intención narrativa.

Procesamiento de los datos

La información obtenida de las publicaciones y comentarios elegidos de los medios La Silla Vacía (alternativo) y Revista Semana (tradicional) será procesada en etapas del enfoque cualitativo, con la finalidad de clasificar, ordenar y examinar los datos. Primeramente, se realizará una sistematización del contenido textual a través de la codificación de los mensajes más significativos vinculados con los componentes del discurso (léxico, tono, recursos retóricos, marcos interpretativos y posición ante el suceso noticioso).

Luego, se llevará a cabo un proceso de categorización, en el cual los datos serán organizados en unidades temáticas que reflejen patrones retóricos y narrativos semejantes o diferentes entre los dos medios. Así, se facilitará la creación de matrices analíticas para comparar las estrategias discursivas utilizadas y su potencial efecto en la percepción de la ciudadanía.

Los resultados se mostrarán de forma gráfica y descriptiva, mediante diagramas y tablas interpretativas que representen las conexiones entre los conceptos estudiados, los descubrimientos empíricos y los ejes teóricos de la investigación. En última instancia,

este procesamiento tiene como objetivo incorporar los datos adquiridos en un análisis interpretativo que muestre cómo las representaciones sociales sobre la legitimidad del sistema judicial colombiano son moldeadas por los discursos de los medios.

Análisis de resultados

El 28 de julio de 2025 se dio un hecho histórico en Colombia, un expresidente fue condenado por los delitos de fraude procesal y soborno en actuación penal en primera instancia. Los medios de comunicación no fueron ajenos a este hecho noticioso y realizaron un cubrimiento de toda la lectura del fallo y lo que vino después. Fieles a la primera obligación del periodismo, que definen Kovach y Rosenstiel (2022), los medios informaron la situación desde la verdad. Sin embargo, la retórica que emplearon en su relato dejó al descubierto las ideologías y posturas políticas que cada portal defiende.

En la tabla 3, se presentan las principales diferencias encontradas tras el análisis de las publicaciones de ambos medios.

Tabla 3

Principales diferencias en el discurso de cada medio

Aspecto	Revista Semana	La Silla Vacía
Protagonista destacado	El expresidente Álvaro Uribe Vélez	La jueza Sandra Heredia
Tono predominante	Escéptico y crítico	Informativo y descriptivo
Recursos más usados	Recursos retóricos: Metáfora e hipérbole	Lenguaje coloquial
Postura frente al fallo	Lo cuestiona	Lo respeta
Fuentes citadas	Álvaro Uribe Vélez y su defensa Juan Carlos Pinzón Vicky Dávila Paloma Valencia Jueza Sandra Heredia	Jueza Sandra Heredia Álvaro Uribe Vélez y su defensa

Nota de fuente: Kerbrat-Orecchioni (1997). Martínez (1996). Van Dijk (2013).

El 28 de julio de 2025, día de la lectura del sentido del fallo, conforme avanzaba la sesión, el medio publicó un total de ocho (8) videos tipo *reels*. En todos resalta la imagen de la jueza como se observa en la Figura 5, apelando a la actorialización y referenciación que defiende Martínez (1996), los cuales son elementos del discurso que usan los periodistas para construir su relato por medio de una figura o símbolo, en este caso Sandra Heredia.

Al darle protagonismo a esta persona en específico, se puede entender que la postura del medio se inclinó hacia la institucionalidad. Ellos respetaron la decisión, mostraron a la jueza como una figura de autoridad y no cargaron el fallo de algún significado diferente por medio de recursos retóricos. Eso sí, resalta que no le dieron el mismo espacio al expresidente o a su defensa.

Figura 5

Publicaciones de La Silla Vacía sobre la lectura de la sentencia



Nota de fuente: Tomado de La Silla Vacía – Medio independiente. [@lasillavaciaoficial].

Instagram. Recuperado el 26 de agosto de 2025.

<https://www.instagram.com/lasillavaciaoficial/>

Por su parte, en la Revista Semana, el expresidente Álvaro Uribe Vélez fue el protagonista: ya sea porque se muestra una foto de él o se hace referencia a su nombre en la portada del video tipo reel. El día de la lectura del sentido del fallo (28 de julio de 2025), la revista hizo siete (7) publicaciones; a comparación de La Silla Vacía, solo en un *post* se ve a la jueza (Figura 6).

A diferencia del otro medio, la Revista Semana optó por varios formatos para hablar de la noticia: Video columnas de opinión, noticias que reportan “anomalías” en el juicio, mensajes de apoyo y cuestionamientos de la decisión. En este caso, la postura del medio es evidente, mostrando el apoyo al expresidente.

Figura 6

Publicaciones de la Revista Semana sobre la lectura de la sentencia



Nota de fuente: Tomado de Revista Semana. [@revistasemana]. Instagram.

Recuperado el 26 de agosto de 2025. <https://www.instagram.com/revistasemana/>

Durante la lectura de la sentencia, cada medio realizó distintas publicaciones sobre la noticia, algunas de ellas donde hablaban del mismo tema: La decisión de la jueza sobre los delitos cometidos, la absolución por soborno a testigos y el trino que realizó el secretario de Estado de Estados Unidos, Marco Rubio. A continuación, un análisis de los posteos.

Por su parte, La Silla Vacía usó un titular claro, el cual detalla los delitos que le fueron imputados al expresidente. El contenido de la noticia se divide en tres partes: Una frase clave de la jueza que justifica su decisión, las razones del fallo y lo que sigue en el caso. El medio se limitó a citar únicamente a la jueza, lo cual se alinea con lo publicado en Instagram y refuerza la postura de apoyo a la institucionalidad. En ningún momento el medio cuestiona la decisión de Heredia y tampoco le da espacio a algún comentario de la contraparte.

Esta línea de apoyo a la jueza se sigue evidenciando en una publicación de Instagram del 1 de agosto: el *reel* muestra el “Agarrón entre jueza Heredia y Uribe por filtración del fallo” (La Silla Vacía, 2025). Ejemplificando la lucha entre las partes. A pesar de que la togada usa un modalizador, (“Gallardía”), el cual denota una valoración subjetiva de la situación (Kerbrat-Orecchioni, 1997), el medio no critica este juicio de valor personal proferido por la representación del Sistema Judicial.

Además, frente al momento en el que la jueza manda a callar al Uribe Vélez por protestar, La Silla lo mencionan de tal forma que impone la figura de Heredia: “El expresidente siguió pidiendo respeto por su familia y la jueza lo mandó a callar” (La Silla Vacía, 2025). De esto se puede analizar que el medio muestra a Sandra Heredia como una mujer con carácter y autoridad; mientras que, al expresidente, como alguien ofendido.

La postura de La Silla, a favor de la institucionalidad, también se puede evidenciar en la publicación dónde informan la decisión de la jueza. En esta, el medio optó por un titular en negrilla, Van Dijk (2013) explica que este recurso se usa para generar recordación en los lectores y busca priorizar la información. En este caso el titular fue: “Expresidente Uribe es condenado por fraude procesal y soborno en actuación penal” (La Silla Vacía, 28 de julio 2025), lo cual permite evidenciar que para el portal informativo lo relevante es informar que el expresidente fue hallado culpable.

El cuerpo de la publicación sigue respaldando la decisión de Heredia, iniciando con una cita textual en la que ella afirma que “No cabe duda” (Heredia, S. citada por La Silla Vacía, 2025) que Uribe Vélez conocía que sus actos eran ilegítimos y que “fue ‘determinador’ de ambos delitos” (La Silla Vacía, 2025). Desde el punto de vista de actorialización y referenciación que expone Martínez (1996), el medio muestra a la jueza como una figura legítima y de autoridad; mientras que al expresidente como culpable y sin razones para revertir los argumentos en su contra. Esto dado que nuevamente no le da lugar a ningún contraargumento de la defensa o cuestiona la legitimidad de la validación de pruebas o testimonios de los testigos.

Al revisar la elección de palabras del medio, es decir el léxico (Van Dijk, 2013), se evidencia que La Silla optó por expresiones que respaldan la decisión, incluso en la elección de citas de la jueza, tales como: “No cabe duda”, “hay pruebas suficientes”, “no son coherentes con dicho de Uribe” o “no es de recibo que no sabía” (La Silla Vacía, 2025). Estos términos cargan de legitimidad la decisión y respaldan el fallo de Heredia.

A diferencia de la Revista Semana, La Silla no aclara en repetidas ocasiones que la decisión fue en primera instancia. Tan solo lo hace al final de la publicación. Al no priorizar este dato a sus lectores, las personas que lean el artículo pueden considerar que la decisión es definitiva, lo cual cambia la percepción y comprensión que tiene la

ciudadanía del caso, así como el futuro del expresidente. Este tipo de menciones deben de tenerse en cuenta dentro del periodismo político, el cual es el que corre más riesgo de verse influido por fuertes sesgos cognitivos (Nigro, 2021).

Esta misma narrativa se evidencia en otro artículo de La Silla Vacía, el cual se titula “Caso Uribe: Jueza declara probado el delito de fraude procesal” (La Silla Vacía, 2025). El título está escrito en negrilla y mayúscula sostenida, lo cual busca recordación en el lector (Van Dijk, 2013). En el desarrollo de la noticia, se recalca en que este delito consiste en “engañar a la justicia” (La Silla Vacía, 2025) y se comprueba con las cartas del Tuso Sierra a la Corte Suprema de Justicia.

Solo hasta el final de la publicación el medio aclara que, aunque se comprobó el delito, no se ha definido si el expresidente fue el determinador del mismo, es decir, quien dio la orden. De esta forma, el sesgo cognitivo (Nigro, 2021) se percibe en la jerarquización de la información y el léxico empleado, ya que se puede inducir al lector a creer que Uribe Vélez ya había sido declarado culpable, sin que esto haya pasado.

Mientras que, Semana, realizó una publicación que contaba en vivo cada momento de la lectura de La sentencia. Este artículo permite un análisis desde los componentes del discurso que recoge Van Dijk (2013): En cuanto al léxico que refiere el autor, en la noticia resaltan los calificativos que cuestionan el juicio al expresidente, considerándolo arbitrario o irregular, sobre aquellos que indican que se hizo justicia con la decisión.

Asimismo, frente a los temas (significado global del discurso) y valoración de la información (Martínez, 1996), se puede percibir el sesgo del medio, ya que se muestra a la decisión como algo polémico y en contra del expresidente. Semana le da más protagonismo a los comentarios que cuestionan el juicio. Esto se evidencia por medio de los trinos de personalidades políticas citadas, pues la mayoría son afines a Álvaro Uribe

Vélez: Iván Duque; Jaime Lombana, su abogado; Juan Carlos Pinzón; Marco Rubio, secretario de estado de Estados Unidos; entre otros.

Dentro de los trinos que cita el medio, se identifican recursos metafóricos como “atentado al país” (Pinzón, J. citado por Semana, 2025) o “Los corruptos están intentando destruir al Abraham Lincoln de nuestra América...” (Giménez, C citado por Semana, 2025). Así como algunas hipérboles: “el otro año necesitamos una victoria enorme” (Uribe, A. citado por Semana, 2025), haciendo referencia a las elecciones presidenciales; o “...Sabemos, como la mayoría de colombianos, que su ejemplar trayectoria, honestidad e inocencia, no dependen del proceso jurídico...” (Santos, F. et al citados por Semana, 2025).

Los elementos expuestos en el párrafo anterior buscan agrandar la situación y sobredimensionar las implicaciones de la sentencia. De esta forma, el medio hace hincapié solo en factores negativos del fallo, dejando de lado el principio de neutralidad que exponen Kovash y Rosenstiel (2022). Otro ejemplo es la publicación del 1 de agosto donde informan que varios expresidentes enviarán una carta a la Organización de Naciones Unidas, a la Organización de los Estados Americanos y a la Comisión Interamericana de Derechos Humanos en la que advierten sobre “graves afectaciones a los derechos humanos del expresidente” (Revista Semana, 2025) y que existen “anomalías en el proceso” (Revista Semana, 2025).

Ahora bien, Semana publicó un artículo específico sobre la decisión de la jueza de declarar culpable al expresidente de dos delitos. En este se puede dilucidar lo que Martínez (1996) denominó la actorialización del discurso periodístico: Por un lado, está la jueza Sandra Heredia, quien ejercería como la agonista, es decir, quien realiza una acción; el expresidente sería el afectado, ya que sufre las consecuencias de las

decisiones del agonista: y uno de los testigos del caso, quien sería un interventor, ya que su hacer interviene en el actuar de la Jueza.

Al analizar la publicación desde esta perspectiva, queda clara la posición del medio frente a la decisión. Además, contribuye a que las personas que lean el contenido perciban al expresidente como una víctima y no como alguien que está siendo juzgado con base a una evidencia y argumentos.

En la noticia, solo se menciona el nombre de Sandra Heredia en una ocasión, en las demás se refieren a ella como jueza; esto le resta protagonismo a una de las actrices principales del hecho. En cuanto al testigo clave del caso, en la mayoría de las ocasiones se le presenta como el “exparamilitar”; lo cual, desde un punto de vista del léxico (Van Dijk, 2013) se puede interpretar como un recurso persuasivo para sesgar la validez de su testimonio, dado que se le asigna un calificativo con connotaciones negativas.

Se destaca que el artículo le apuesta a un contenido crossmedia, ya que contiene hipervínculo que dirigen a otros canales o publicaciones sobre la misma noticia. Esto permite ampliar información de valor, toda vez que dirigen a noticias que dan contexto de los hechos y complementan la publicación original. Por último, la noticia cierra con el paso a seguir de la defensa: apelar la decisión y la fecha en que prescribirá el expediente contra el expresidente. Desde el punto de vista de la valoración de la información en el discurso periodístico (Martínez, 1996), este cierre permite evidenciar a qué información le dan relevancia en sus publicaciones, siempre dándole un espacio a un dato a favor del expresidente.

Al revisar otra publicación de Semana, considerando la valoración de la información (Martínez, 1996) y el manejo del contexto y sintaxis (Van Dijk, 2013), desde el titular se hace evidente el apoyo a Uribe Vélez. En este, el medio empieza con que el expresidente fue absuelto por el delito de soborno a testigos y después sí menciona que

fue hallado culpable de otros dos delitos. A lo largo del artículo, priorizan los argumentos de la jueza para absolver al expresidente y las inconsistencias en el proceso.

Adicionalmente, en las citas que agregaron de Sandra Heredia, destacan en negrilla las frases en las que aclara que no es culpable, un recurso que según Van Dijk (2013) prioriza la información y busca generar recordación entre el público.

En esa misma noticia, a pesar de contar con varias citas textuales de la jueza Heredia, al momento de informar que el expresidente sí fue hallado culpable de dos delitos, el medio optó por llamarlo “responsable” y no “determinador” (término usado por la jueza). Desde un punto de vista del léxico (Van Dijk, 2013), esta elección de palabras resta protagonismo a las actuaciones de Uribe Vélez, pues pasa de un rol activo a uno pasivo. Según la Real Academia de la Lengua Española (RAE), ser responsable implica cumplir con una tarea o acatar una obligación (2024); mientras que, determinar se refiere a tomar o definir una decisión (RAE, 2024).

El día de la lectura de la sentencia, el secretario de Estado de los Estados Unidos, Marco Rubio, trino sobre el histórico hecho. Los comentarios del secretario fueron replicados por ambos medios en una nota, tanto en redes sociales, como en su página web. Por su parte, el artículo de La Silla Vacía presenta el tuit de Rubio con su respectiva traducción. Para agregar contexto a la publicación (Van Dijk, 2013) el medio agrega un párrafo donde destacan la relación entre Rubio y el actual gobierno colombiano. De acuerdo con Van Dijk (2013), el discurso dentro del contexto político suele verse atado al nacionalismo de quien provenga, los medios de comunicación dan foco a estos comentarios por la credibilidad y posición de autoridad de las figuras implicadas.

Mientras que, Semana, fue más allá de traducir el trino y hablar del conflicto entre los dos gobiernos. El significado global del discurso (Van Dijk, 2013), de esta publicación, se enmarca en cómo la decisión puede impactar negativamente a Colombia: pánico

generalizado, politización de la decisión y cuestionamientos al Sistema Judicial Colombiano.

El medio basa el artículo en declaraciones del secretario de Estado, Marco Rubio, y del senador colombo-estadounidense, Bernie Moreno. Por un lado, afirman que el fallo implicaría nuevos aranceles para Colombia, como sucedió con Brasil con el caso del expresidente Jair Bolsonaro. Así como que, el Sistema Judicial está siendo usado como un “arma contra el expresidente Álvaro Uribe” (Moreno, B. citado por Revista Semana, 2025), apelando a una figura retórica (Van Dijk, 2013) para atacar a esta institución pública. Por otro lado, las figuras norteamericanas sugieren que el fallo acerca al país a la ilegitimidad.

Ahora bien, después de conocerse a la decisión de la jueza Heredia, ambos medios siguieron publicando artículos sobre el tema:

La Revista Semana realizó un resumen clave de los 10 puntos que mencionó la jueza durante el desarrollo de la sentencia, allí se describen de forma específica y citan textualmente lo dicho por Heredia durante las 11 horas que tomó la lectura del juicio. En la nota exponen las pruebas que la jueza tuvo en cuenta para declarar el fallo y cierra con la explicación del paso a seguir, una vez la jueza declaró culpable al expresidente.

El artículo tiene como propósito exponer de forma clara y puntual los motivos que llevaron a la sentencia de la jueza Sandra Heredia. A lo largo de la nota, Semana utilizó un lenguaje directo y concreto, lo cual facilita la comprensión de lo dicho por la jueza en la lectura del fallo. Al final, el medio explicó brevemente el contexto del juicio.

La portada de la Revista Semana, para la edición posterior a conocerse la decisión, muestra al expresidente con cara de preocupación, acompañado del titular “El impacto de la condena” (Revista Semana, 2025). También se lee: “inicia una batalla jurídica para apelar el fallo” (Revista Semana, 2025); al usar este recurso retórico de

metáfora (Van Dijk, 2013), el medio convierte el estrado en un campo de guerra, donde los abogados de Uribe Vélez deben luchar por defenderlo, incluso salvarlo. Por consiguiente, se puede entender como un combate contra el enemigo, cargando al Sistema Judicial con un significado negativo.

El apoyo al expresidente no se detuvo allí, Semana siguió haciendo evidente su postura en publicaciones como la del 17 agosto, tres semanas después del fallo. En esta se puede evidenciar lo que Van Dijk (2013) calificó como el discurso y la reproducción ideológica, dado que la revista optó por priorizar los argumentos de Uribe Vélez. De esta manera, el medio sesga el análisis del caso, dándole más valor a la postura de una parte y sin agregar información de la otra.

Además, por medio del léxico (Van Dijk, 2013) reforzaron la idea de que no es culpable: en la portada del video destaca la frase “No fui determinante” (Revista Semana, 2025). A lo largo del video hay calificativos negativos contra el fallo y contra las razones que llevaron a la jueza a tomar la decisión, como cuando el expresidente menciona que la Fiscalía “tergiversó” sus argumentos.

Además, al usar la figura del expresidente, que es reconocible y cercana para el público, aumenta la probabilidad de persuadir a los usuarios. Tal como explican Peña, Cañizales, Amaya y Nieves (2023), al recurrir a la empatía y humanización, los políticos logran una percepción positiva. Esta publicación de la Revista Semana confirma lo planteado por Peña et al. (2023): los políticos apelan a su identidad y credibilidad (*ethos*) para defender su imagen y controvertir a la contraparte.

Otra publicación, que deja en evidencia el apoyo de Semana hacia Álvaro Uribe Vélez, es una video columna de la periodista Julia Correa titulada “Justicia en duda”

(2025), publicada el 1 de agosto de 2025. Desde el titular, el léxico usado por el medio siembra la pregunta si la decisión es legítima o no.

El contenido está cargado de modalizadores, los cuales denotan una valoración subjetiva de la situación (Kerbrat-Orecchioni, 1997). Correa cataloga la sentencia como “polémica” y afirma que el fallo deja “varias preguntas”, pero estas no cuestionan las pruebas o argumentos de la jueza, si no a ciertas actitudes y frases de Heredia durante la sesión. Esto se conoce como una falacia *ad hominem*, que consiste en restar validez a una afirmación “no en función de su probable falsedad, sino por las características de quien lo enuncia” (Gabbiani y Román, 2023, p.301).

Al final del video, la columnista cierra con la frase “le puede pasar a cualquiera” (Correa, 2025), lo cual es un llamado a la reflexión y que pone en entredicho la legitimidad del sistema judicial colombiano. En esta publicación se evidencia la falta de dos elementos del periodismo (Kovach y Rosenstiel, 2022): ser exhaustiva y proporcionada, así como mantener independencia frente a quienes informa; debido a que, en el video, se evidencia una defensa férrea por el expresidente y un ataque directo a la jueza.

Pero este no fue el único video en apoyo al expresidente publicado por la Revista Semana. El 1 de agosto, el medio publicó un *reel* con la reacción de Vicky Dávila, quien apoya a Álvaro Uribe Vélez. El video arranca con la pregunta “¿Justicia o Venganza Política?” (Dávila citada por Revista Semana, 2025), sentando un tono que crítica la decisión. Después, la candidata presidencial afirma que no concibe cómo es que los grandes criminales de la historia del país están libres y el expresidente haya sido condenado (Dávila citada por Revista Semana, 2025). Dávila cierra con que “la sentencia de esta juez no representa la justicia en un país como Colombia” (citada por Revista Semana, 2025).

Otro video publicado por Semana, guarda el mismo tono del *reel* de Vicky Dávila. En este, los precandidatos presidenciales del Centro Democrático anuncian que iniciarán una gira por Estados Unidos y Europa para solicitar apoyo al expresidente, pues catalogan el caso como un “juicio político” (Valencia, P. citada por Revista Semana, 2025). A lo largo del video, los miembros del partido denuncian una “grave violación a las garantías judiciales del debido proceso” (Cabal, M. citada por Revista Semana, 2025) y afirman que hubo un sesgo en la justicia (Holguín, P. citada por Revista Semana, 2025).

Por medio de este tipo de videos, la Revista Semana presenta al expresidente como una víctima, al Sistema Judicial como una herramienta política y a la decisión como una venganza. Esta forma de presentar los hechos termina constituyendo un encuadre (Koziner, 2022); el cual, tiene como fin influir en la visión e interpretación que las personas hacen de la realidad.

Por su parte, La Silla Vacía, a través de su sección “El Detector de Mentiras”, desmintió dos *fake news* que rondaban en redes sociales días después de la lectura del fallo. En la publicación, el medio aclaró que el supuesto video, en el que se abucheaba al expresidente en el municipio de La Calera, sucedió en el año 2019. Igualmente, desmintieron la versión que circulaba en redes sociales que afirmaban que la jueza Sandra Heredia había llorado durante la lectura de la sentencia al referirse al testigo Monsalve, clave para la decisión del juzgado. A este tipo de publicaciones, se les denomina Periodismo de Investigación (Rodríguez et al, 2021), que en sí tiene como propósito renovarse frente al reciente deterioro de las prácticas periodísticas, retomando la labor tradicional de los medios de comunicación.

La Silla Vacía no se adentró demasiado en el hecho histórico y solo realizaba publicaciones si surgía algo nuevo sobre el caso. Como la publicación de la noticia sobre la decisión del abogado Jaime Granados de apelar a la sentencia de la jueza Sandra

Heredia. En esta misma publicación, el medio enfatiza en la postura de los miembros del partido Centro Democrático, fundado por el expresidente, y afirman que están “preparados para volcarse a redes y desde allí amplificar la narrativa de que Uribe es víctima de una persecución política” (La Silla Vacía, 2025), lo que presume una alianza estratégica de los integrantes del partido para generar conmoción en redes con el objetivo de apoyar la apelación del abogado Granados.

Una semana después, La Silla Vacía volvió a publicar sobre la noticia. En este post de Instagram, relata la decisión del abogado Jaime Granados de presentar una tutela al Tribunal Superior de Bogotá para que se evaluara la sentencia. En la primera parte de la publicación, se exponen los argumentos de la defensa para abogar por la presunción de inocencia del expresidente. Mientras que, en la última parte, el medio trae a colación las razones que motivaron a la jueza a ordenar prisión domiciliaria.

Al final de la publicación, La Silla aclara que la decisión definitiva la tiene el Tribunal Superior de Bogotá. Aunque la nota se limita a brindar información, y parece equilibrada ya que les da lugar a las dos partes, parafrasear a la jueza puede percibirse como un intento de restar validez a los argumentos de la defensa para apelar la decisión.

Las publicaciones de ambos medios van en contravía de lo que propone Habermas (1998) sobre democracia deliberativa: En este, las decisiones políticas (en este caso, judiciales) se legitimen frente al público a través de un proceso de discusión pública e inclusiva. Para lograr esto, los medios deben trabajar a partir de argumentos racionales, evitando el uso de falacias o principios claves de persuasión.

Una vez analizados los artículos y publicaciones de redes sociales, se evidencia que lo afirmado por Habermas (1998) se ve frenado por la línea editorial de cada medio de comunicación. La construcción del discurso marca la postura de cada portal informativo, quienes emplean diferentes recursos narrativos y comunicativos para contar

el mismo hecho: protagonista de la publicación, referencias, recursos metafóricos y valoración de la información. A partir de estos elementos, es posible realizar un análisis factorial del esquema discursivo (Poltronieri, 1996) de cada medio (Tabla 4).

Tabla 4

Modelo factorial de análisis mediático y discursivo

Factor	Medio	Manifestación en medios y redes	Efecto en la representación social
Discursivo (Narrativo)	La Silla Vacía	Relato que prioriza la institucionalidad, sin poner en duda el desarrollo del juicio, la legalidad de los argumentos y la decisión en sí	Legitima completamente la decisión, mostrando un sistema judicial fuerte y veraz
	Revista Semana	Relato que presenta el juicio como polémico, con vacíos en los argumentos y cuestionando a la jueza.	Cuestionan la decisión, restan validez a los argumentos y, al enfatizar que existe una segunda instancia, le quitan importancia a este fallo
Simbólico (Cultural)	La Silla Vacía	Se muestra una jueza segura, fuerte y coherente. Mientras que se presenta a Álvaro Uribe Vélez como culpable	Reafirma la validez de la sentencia, mostrando un sistema judicial independiente y que juzga a todas las personas por igual
	Revista Semana	Se presenta al expresidente como una víctima. Mientras que a la jueza como una villana. Además, se enfatiza que el testigo clave del caso es un exparamilitar	Reafirma la idea de que la decisión responde a una venganza política contra el expresidente, mas no a una comisión de delitos real. Se le resta veracidad al fallo y sus argumentos
Emocional (Afectivo y mediático)	La Silla Vacía	Priorizan la imagen de la jueza y las citas donde esta acusa al expresidente. Cuando se muestra al Uribe Vélez, sus expresiones transmiten inseguridad	Sentir admiración por la jueza y confianza en la decisión. Así como mostrar al expresidente como un ciudadano más, poniéndolo al nivel de cualquier otro investigado

	Revista Semana	Priorizan la imagen del expresidente, le dan más espacio a las respuestas de Uribe Vélez y su defensa, que a los argumentos de la jueza. En algunas imágenes se le muestra vulnerable y afligido	Buscan que las personas se solidaricen con el expresidente
Contextual (Sociopolítico y digital)	La Silla Vacía	Se limitan a citar a los implicados del caso. Externos a él, solo citan al secretario de estado de EE.UU, pero no profundizan en su postura	No amplifica el caso al ámbito político, lo deja solo en el campo judicial. Esto evita caer en la sensación que el juicio es una venganza política
	Revista Semana	Variedad de referencias, entre ellas: aspirantes a la presidencia, periodistas, figuras internacionales (secretario de estado de EE.UU., senador de EE.UU.). Ahora bien, son más las voces a favor del expresidente	Lleva el juicio a la política, marcando las consecuencias que la decisión trae al país. Nacionales o internacionales. Saca el caso del ámbito judicial.

Nota de fuente: Pilshchikov (2021). Poltronieri (1996).

Frente a la opinión pública, Charaudeau (2021) explicaba que esta utiliza su lado emocional para, a través del sistema democrático, moderar los discursos y las emociones. De esta forma, explica el autor, es capaz de desempeñar un papel más importante que el de los mismos actores políticos (2020). En este caso, los comentarios de la ciudadanía, en las publicaciones de los medios analizadas, permitieron evidenciar cómo el factor afectivo repercutió en la opinión pública.

Para empezar, se revisó si la postura del medio frente al juicio y la decisión se veía reflejada en los comentarios de los usuarios. Considerando que esto podría influir en la opinión del lector y su opinión de la situación. Los resultados mostraron que el 59% de los usuarios sí se alineaban con la posición del medio, conforme al análisis de los comentarios.

En las publicaciones de La Silla Vacía resaltan los comentarios en apoyo a la jueza y a la decisión tomada, en algunos se evidencia que los usuarios agradecen a Sandra Heredia y se sienten aliviados con el resultado del juicio. En las de la Revista Semana destaca el apoyo a Álvaro Uribe Vélez y las críticas al fallo; manteniendo una postura preocupada por el expresidente y, al tiempo, resaltando que fue el “mejor presidente de la historia del país”, como se puede leer en varios comentarios.

Asimismo, resalta que muchos de los comentarios en las publicaciones de Semana se enfocan en las elecciones del otro año. Estos dicen que se debe votar por “el que diga Uribe”. Por su parte, en La Silla Vacía hay varios comentarios que muestran preocupación por la seguridad de la jueza, a quien se refieren como una “heroína” o una “mujer valiente”.

En los comentarios de las publicaciones de La Silla Vacía donde los usuarios llamaban “atrevida” a Sandra Heredia, la mayoría de las respuestas eran en defensa de la jueza. Mientras que aquellos comentarios donde se hablaba bien de Heredia recibían más *likes* y respuestas de apoyo.

En Semana, más allá de comentar si Uribe Vélez era inocente o no, o si el juicio apelaba a una retaliación política, los comentarios en su defensa se referían a que él fue el mejor presidente de la historia de Colombia. Otro grupo de comentarios se enfocaban en las elecciones del otro año, en los que indicaban que se debía votar por el que diga Uribe. Cuando una persona comentaba algo en contra del expresidente, el resto de los usuarios le respondían con mensajes de apoyo a Uribe Vélez.

Un hallazgo crucial que trasciende las diferencias editoriales entre el medio tradicional y el alternativo es la confusión generalizada en la audiencia respecto a la separación de poderes del Estado colombiano, reflejada consistentemente en la sección de comentarios de ambas plataformas. Los usuarios demuestran una tendencia marcada

a difuminar la línea entre el poder Ejecutivo y el Judicial, atribuyendo las decisiones y desarrollos del proceso judicial del expresidente Uribe Vélez directamente al gobierno o a figuras políticas ajenas a la esfera judicial.

Esta desinformación se manifiesta en acusaciones que culpan al presidente o a otros funcionarios de la rama ejecutiva por el avance, la detención o el resultado del proceso. No tienen en cuenta que el juicio se desarrolla bajo la supervisión de las altas cortes y que ha trascendido diferentes administraciones. El análisis de las publicaciones permitió determinar que ninguno de los medios explicó este pilar básico de la separación de poderes y la estructura del Estado.

Al no ofrecer un contexto explícito, los medios contribuyen a perpetuar esta confusión. La omisión de este dato fundamental sobre la independencia judicial, y la cronología del caso a través de diversos gobiernos, lleva a que la opinión pública se desarrolle a partir de una visión sesgada del proceso penal y del sistema Judicial en general.

A partir de este análisis de los comentarios en las diferentes publicaciones de los medios en redes sociales, es posible realizar un análisis factorial de la opinión pública creada a partir del discurso de los medios (Tabla 5)

Tabla 5

Modelo factorial de análisis de la opinión pública

Factor	Descripción del caso	Manifestación observada
Cognitivo (Informativo)	Un expresidente, referente político en los últimos 25 años es condenado por dos delitos	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de fuentes cubren el hecho. • La lectura del fallo es transmitida completamente y los medios recortan momentos que consideran relevantes y los publican • Tanto seguidores como detractores del expresidente siguen el caso

<p>Afectivo (Emocional)</p>	<p>Sentimientos y emociones que despiertan con el desarrollo del caso</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los detractores de Uribe Vélez expresan gratitud y alivio con la decisión de la jueza • Los seguidores del expresidente se muestran molestos e indignados con el fallo • Otro grupo de seguidores sienten decepción por la sentencia, pero se mantienen esperanzados con las elecciones presidenciales del otro año
<p>Valorativo (Ético y moral)</p>	<p>Juicios de valor que se crean a partir del hecho</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Un grupo de personas considera que la decisión se toma desde una venganza política contra Álvaro Uribe Vélez. Afirman que se politizó el Sistema Judicial. • Algunos comparten la idea que, si condenaron “injustamente” al expresidente - a quien consideran el mejor de la historia del país - le “podría pasar a cualquiera” • Otros criticaban que, una vez conocido el fallo en primera instancia, Uribe Vélez tuviera acceso a redes sociales y publicara videos criticando la decisión. Esto lo percibían como una debilidad del Sistema Judicial, pues lo veían como beneficios por su pasado político.
<p>Conductual (Acción o reacción social)</p>	<p>Acciones y comportamientos de la ciudadanía en el desarrollo del caso</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mientras se llevaba a cabo la lectura de la sentencia, tanto detractores como seguidores del expresidente se plantaron a fuera de las instalaciones de la Fiscalía. En este escenario hubo enfrentamientos entre los dos grupos. • Una vez se conoció el fallo en primera instancia, la reacción se dividió entre las personas que estaba a fuera de la Fiscalía. Mientras unos celebraban la decisión, pues la consideraban una victoria; la otra cara fue la tristeza, rabia y decepción que transmitían quienes apoyaban al expresidente.

		<ul style="list-style-type: none"> • Otro grupo de personas se citó en la carrera séptima con calle 45 para celebrar la decisión de la jueza. Cerraron la vía, incendiaron neumáticos, alzaban pancartas en contra del expresidente y, como si se tratara de una fiesta, con música se congregaron para festejar el fallo. • Los seguidores del expresidente participaron de una marcha en su apoyo, la cual fue citada por el Centro Democrático en las principales ciudades y municipios del país. Las personas marcharon con la premisa de que es inocente, lo cual también se leía en las pancartas que cargaron a lo largo de los recorridos.
--	--	--

Nota de fuente: Pilshchikov (2021). Poltronieri (1996).

Propuesta de solución a la problemática

Colombia está cerca de vivir una nueva elección presidencial, 2026 será un año decisivo para el futuro del país, por ahora se ven tres escenarios posibles: I) Se continúa con el proyecto actual, conservando las banderas del progresismo; II) Se da un giro a la derecha; o III) Se apuesta por una gran alianza de varios sectores.

En el marco de las campañas políticas que empiezan a surgir en el camino, la desinformación se vuelve un enemigo común de todos los candidatos. Asimismo, la polarización y el radicalismo se presentan como otro gran desafío para lograr la coalición que proponen algunos. En ambos casos, los medios de comunicación cobran una relevancia importante en el panorama electoral, como se evidenció en esta investigación, la capacidad de los medios de crear realidades de acuerdo con intereses particulares tendrá un gran impacto en el voto. Por más sutil que parezca el relato, una sola palabra, frase o tono, puede cambiar completamente el significado de un mensaje.

Con base en estos hallazgos, la presente investigación propone como solución la necesidad de fortalecer prácticas comunicativas mediáticas que privilegien el contexto, la proporcionalidad informativa y la diferenciación clara entre información y opinión, especialmente en casos judiciales de alto impacto político. Este enfoque invita a los medios a ser más conscientes de su impacto en las próximas elecciones, pues tienen el poder de hacerle contrapeso a la polarización y la desconfianza hacia la institucionalidad. De esta forma, la propuesta de solución se orienta a generar insumos para la reflexión crítica tanto de periodistas como de audiencias, promoviendo una lectura más consciente del discurso mediático y su influencia en la opinión pública.

Lejos de intentar alejar al público de los portales informativos, se hace necesario que, desde las mismas instituciones públicas y los organismos competentes en el Gobierno Nacional, revisen las estrategias de comunicación externa. De igual modo, que en las campañas políticas se fortalezca su estrategia comunicativa de cara a las elecciones.

Por tal motivo, este trabajo permite plantear una solución al problema de credibilidad, percepción e imagen de los actores políticos e instituciones del país. En primera medida, se deben evaluar las estrategias de comunicación políticas actuales, revisar su impacto y efectividad; saber cuál es su objetivo, su propósito y si eso se alinea con las expectativas de la ciudadanía. Es aquí donde la transparencia cobra un rol fundamental, pues para generar lazos de confianza con el votante, la honestidad y claridad debe ser eje central. La ciudadanía necesita a alguien que le hable mirándolo a los ojos, así se promueve que busquen a la fuente directa y no otros medios.

Asimismo, se identificó la necesidad de fortalecer la capacidad de la ciudadanía de leer, comprender y difundir la información que consumen. En ese sentido, se propone la creación de una política pública que fomente la educación respecto de identificación de

sesgos informativos, el análisis crítico del discurso mediático y comprender la diferenciación entre información, opinión y *fake news*. Por medio de talleres, ya sea que los dicten entidades públicas o privadas, hay que promover y facilitar la participación ciudadana: aumentar el alcance con espacios virtuales y presenciales, y motivar por medio de beneficios y alianzas estratégicas. Así las personas verán un valor agregado en estos espacios.

También, para facilitar el acceso, se proponen dos formas para llegar a la ciudadanía: I) Cartillas en periódicos locales y regionales, que se complementan con emisoras locales y rurales; y II) guías didácticas digitales, en formato PDF. El contenido de estas se centra en la lectura crítica de noticias judiciales y políticas, el funcionamiento de los medios y el impacto de la polarización mediática en la democracia. Estos materiales permitirán reforzar los aprendizajes y ampliar el alcance de la estrategia.

La difusión y promoción de estos espacios se debe garantizar por sus ejecutores, ya sean entidades públicas o privadas: Ministerio de Educación Nacional, el Consejo Superior de la Judicatura, o universidades. Para esto, los responsables se deben apoyar de redes sociales, páginas web oficiales y presencia en medios de comunicación de alta alcance. La idea es aprovechar los mismos canales donde se evidenció la reproducción de discursos polarizados y así mitigarlo.

El impacto de las acciones se puede medir a través de indicadores como: tasa de conversión de eventos, es decir, número talleres realizados sobre propuestos y cantidad de participantes; nivel de comprensión crítica, por medio de evaluaciones en las actividades formativas; tráfico en página web; número de interacciones ciudadanas en contenidos digitales; y número de *fake news* / *información sesgada* difundidas por los participantes sobre número de publicaciones totales.

Ahora bien, en cuanto a las instituciones, su credibilidad será fundamental para darle veracidad al proceso electoral, al igual que al resultado. En ese sentido, la estrategia de comunicación parte de una auditoría a la situación actual. Teniendo en cuenta que ya existe un marco normativo, se debe revisar cómo lo están implementando las entidades, si han sido efectivos estos ejercicios y de qué manera miden que sí tengan impacto en la ciudadanía. El propósito de esto es definir acciones de mejora que le apunten a ganarse la confianza de las personas en el marco del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG) y el programa de Transparencia y Ética Pública.

En añadidura, esto permitirá realizar un trabajo de veeduría sobre la ejecución del presupuesto nacional, es decir, saber si el dinero que sale del bolsillo de la ciudadanía se está invirtiendo de manera eficiente. Con esto se busca garantizar que cada peso que la ciudadanía aporta al Gobierno sea retribuido con un servicio público eficiente, transparente y de calidad.

Considerando que, si un Estado no logra comunicar adecuadamente sus decisiones y actividades, abre la puerta para que otros actores como los medios de comunicación definan el sentido de lo público. Por tal razón, es la oportunidad para generar debate sobre la alfabetización de la labor de los poderes del Estado; la cual permita que la ciudadanía no dependa únicamente de la interpretación que un medio les entregue.

En esta línea, la Rama Judicial debería desarrollar una estrategia de comunicación que tenga como pilar educar a la ciudadanía en temas de gran valor: cómo funciona un proceso judicial, conocer las instancias de los procesos, comprender las sentencias y conceptos jurídicos, entre otros. Ya sea por medio de talleres, contenidos digitales, guías didácticas u otra técnica pedagógica, el objetivo debe ser empoderar a la ciudadanía para que comprenda la forma en que trabaja esta rama del poder en el país.

De esta manera, las personas tendrán la capacidad de reconocer el uso de un lenguaje manipulador por parte de los medios, así como identificar cuando informan desde un sesgo y también entender a diferenciar entre las etapas de un proceso con su decisión definitiva. Esto buscaría reducir la probabilidad de que los discursos polarizados influyan en su percepción del sistema judicial o en cualquier instancia de lo público que termina afectando a la sociedad.

Discusión

Los resultados obtenidos en esta investigación confirman que la construcción retórica del discurso mediático no solo cumple una función informativa, sino que actúa como un factor determinante en la configuración de la opinión pública frente a decisiones de alto impacto político. La diferencia en las estrategias narrativas empleadas por el medio tradicional y el medio alternativo analizados evidencia que el tratamiento del mismo hecho puede derivar en interpretaciones sociales divergentes.

Estos hallazgos dialogan con lo planteado por Van Dijk (2013) y Entman (1993), quienes señalan que los marcos interpretativos y la jerarquización de la información influyen en la forma en que las audiencias atribuyen responsabilidades y legitiman instituciones. En el caso analizado, la personalización del conflicto y el énfasis en la figura del expresidente, observados en el medio tradicional, coinciden con lo identificado por Bustamante (2021) en contextos electorales, donde la narrativa mediática refuerza la polarización política.

Por su parte, el énfasis del medio alternativo en la institucionalidad judicial se alinea con estudios como los de Molina y Sochimilca (2024): destacan el rol de estos portales en la construcción de discursos que buscan equilibrar el poder simbólico de los actores políticos tradicionales.

Entre los objetivos de la presente investigación se encontraba el evaluar el impacto de la retórica construida por los medios en la opinión pública de la ciudadanía. Lo anterior es posible de comprobar al revisar cómo los medios cubrieron la noticia y la reacción de la ciudadanía en el ámbito digital y en las calles.

Los hallazgos respaldan lo que Van Dijk (2013) afirmaba: quien controla la producción del discurso, maneja el contenido y al final influirá en la opinión pública. Aunque el autor lo ve desde punto de vista de la dominación, de igual forma su estructura de análisis de discurso permite evaluar el impacto de los relatos en la manera que las personas reaccionan a los hechos.

Asimismo, el análisis realizado de las publicaciones permitió identificar sesgos y juicios de valor que marcaron la línea editorial de cada medio. Esto, según Van Dijk (2013), puede terminar influyendo en la interacción social de la ciudadanía. En este caso, se comprueba por medio de hechos como las manifestaciones en celebración de la condena o, por el otro lado, la marcha en apoyo al expresidente.

El producto de la investigación también permite validar lo que explica la autora Susana González (2015) en su texto *La significación de la realidad en la construcción del discurso periodístico*: el discurso periodístico no busca modificar el hecho en sí mismo, pero sí la manera en que los consumidores del medio forman su visión del mundo y las actitudes que toman a partir de la información. En ese sentido, como se observa en la investigación, aunque los medios analizados no desinforman o buscan cambiar el acontecimiento, su relato influye en la forma en que sus lectores le dan un significado.

Otros autores como Civila et al. (2020) afirman que el lenguaje como vehículo del proceso comunicativo, contribuye a la significación del pensamiento y puede manipular la opinión de las personas sobre un hecho. Lo cual se les facilita, ya que las personas usan los medios para conocer lo que está más allá de su realidad. A partir de allí, usándolo a su favor, los portales informativos logran moldear la percepción de su audiencia.

Ya sea a través de la exageración, la jerarquización de la información o el enfoque que los periodistas le dan a un hecho, los medios logran que su público comparta su mismo pensamiento y los modelos mentales de la realidad que proyectan (Civila et al., 2020). Como se aprecia en los resultados de la presente investigación, en la que los consumidores de cada medio terminaban alineándose con su relato y defendiendo su postura.

Por otra parte, la revisión comparativa de los discursos construidos por la Revista Semana y La Silla Vacía evidencia que, más allá de informar sobre la sentencia del expresidente Álvaro Uribe Vélez, cada medio activó sus propios marcos interpretativos y formas de narrar la realidad. Lo que en teoría debería ser un ejercicio informativo basado netamente en hechos, se convirtió en una disputa simbólica, alterando la manera en que se debía comprender un mismo acontecimiento judicial. Esta dinámica coincide con lo planteado por Entman (1993), quien sostiene que el *framing* mediático no solo selecciona qué se informa, sino cómo se interpreta; orientando la percepción pública frente a determinadas lecturas de la realidad.

Respecto a la narrativa construida por La Silla Vacía, se observó que se centró en la figura de la jueza, empleando un lenguaje mayormente descriptivo, apoyado en citas textuales y referencias jurídicas. Esta estrategia puede interpretarse como una alineación con la institucionalidad, lo cual es una visión específica de la democracia: entendida como aquella que se sostiene sobre la solidez de las instituciones y la confianza en los procedimientos legales. Desde la perspectiva de la democracia deliberativa, esta postura se relaciona con lo expuesto por Habermas (1998), quien plantea que la legitimidad del poder se construye cuando las decisiones institucionales se presentan de forma racional, argumentada y comprensible para la ciudadanía.

Este enfoque descriptivo y jurídico de La Silla Vacía se alinea con el encuadre temático propuesto por Koeneke (2001). Al priorizar el expediente y las citas textuales de la jueza, el medio desplaza la carga emocional para centrarse en el fondo del asunto, promoviendo un impacto cognitivo en la audiencia que refuerza la legitimidad del sistema por encima de las figuras individuales.

En cambio, la Revista Semana construyó un relato centrado en la figura del expresidente, utilizando un lenguaje más emocional, en ocasiones confrontativo; con recursos retóricos, como la hipérbole y la metáfora para dramatizar la situación; y priorizando citas de figuras políticas afines a Uribe Vélez. De esta forma, el medio reforzó la percepción del expresidente como víctima y sembró dudas sobre la legitimidad del fallo. Este tipo de narrativa se relaciona con lo que Van Dijk (2013) denomina reproducción ideológica del discurso: los medios refuerzan determinadas visiones del mundo acordes con su línea editorial, a través del léxico, la selección de actores y la jerarquización de la información.

La narrativa de la Revista Semana ejemplifica un encuadre grupo-céntrico (Koeneker, 2001). Al utilizar recursos como la hipérbole y centrarse exclusivamente en la figura de Uribe y sus aliados, el medio no solo informa, sino que delimita un “nosotros” - presentados como “los perseguidos”-, frente a un “ellos” -el sistema judicial, la oposición-. Esto con el fin de validar la percepción de agravio de un sector específico y profundizando la polarización.

Esta elección de encuadres (*frames*) presentan una imagen diseñada específicamente para transmitir el mensaje que el medio se propone. Los *frames* son puntos de vista seleccionados particularmente para construir una realidad (Koziner, 2022). De acuerdo con la autora, el éxito del *framing* depende de dos factores: provocar una reacción defensiva en los actores rivales y tener una fuerte resonancia en el medio y, sobre todo, en el público objetivo (Koziner, 2022).

Ambos relatos, opuestos, terminaron proyectándose de manera directa sobre la ciudadanía. En los comentarios analizados se evidencia cómo los usuarios tienden a adoptar la perspectiva del medio que consumen: quienes siguen a Semana replican el discurso de persecución política, mientras que quienes interactúan con La Silla Vacía reproducen un respaldo a la institucionalidad. Este fenómeno confirma lo señalado por Monzón (2009), quien advierte que la opinión pública no surge de la experiencia directa, sino de las imágenes mentales que los medios construyen sobre los acontecimientos.

Esta disputa de marcos interpretativos confirma el riesgo advertido por Cappella et al. (1997) sobre el encuadre estratégico. Cuando los medios presentan el fallo judicial como una 'jugada política' o una 'persecución', activan la espiral del cinismo.

Como se observó en los comentarios de la ciudadanía, la audiencia deja de evaluar el hecho desde la evidencia jurídica - *frame* temático- para interpretarlo como una contienda de poder. Allí la justicia es vista como un instrumento y no como un pilar democrático neutral.

La construcción retórica, por parte de los medios, atiende a sesgos periodísticos con base en el abuso del poder comunicativo. La existencia de estos sesgos implica la presencia de intereses que no corresponden al principio periodístico de informar. En ese sentido, más allá de comunicar, los intereses de los medios buscan generar una percepción diferente de los acontecimientos (Bustamante, 2021).

Este hallazgo resulta relevante para los campos de la Comunicación Estratégica y el Gobierno y Gestión Pública. La investigación demuestra que la opinión pública frente a las instituciones públicas (poder judicial) no se forma únicamente a partir de la evidencia jurídica, sino del relato que se construye alrededor de ella. Cuando dicha narrativa está atravesada por intereses políticos o sesgos ideológicos, el riesgo es que la ciudadanía termine evaluando las decisiones judiciales desde percepciones, emociones o identidades partidistas, y no desde hechos verificables (Sartori, 1993; Charaudeau, 2021).

En síntesis, la discusión permite afirmar que, en Colombia, la legitimidad institucional sigue siendo frágil. También que los medios de comunicación, lejos de actuar únicamente como intermediarios neutrales de información, desempeñan un papel determinante en la construcción del sentido social. Su poder simbólico es tan significativo que puede fortalecer la confianza en la justicia o, por el contrario, debilitarla. Todo depende de la forma en que decidan narrar un acontecimiento judicial de alto impacto, como lo señala Fairclough (2004) al referirse al lenguaje mediático como una herramienta de poder.

A pesar de la solidez de los hallazgos presentados, es imperativo reconocer las limitaciones metodológicas que limitan el alcance del presente estudio. Lo que, a su vez, invita a desarrollar futuras investigaciones en el campo de la comunicación política y el derecho, especialmente en Colombia.

En primer lugar, se debe considerar el alcance de la muestra mediática, pues la investigación se focalizó en el análisis comparativo de dos medios con líneas editoriales claramente diferentes, como lo son la Revista Semana y La Silla Vacía. Si bien esta selección fue estratégica para evidenciar la polarización, los resultados obtenidos no pretenden ser generalizables a la totalidad del ecosistema mediático colombiano. Por lo tanto, la inclusión de medios regionales o de prensa escrita de mayor trayectoria institucional podría ofrecer matices adicionales sobre el tratamiento informativo del caso.

En segundo lugar, la temporalidad del análisis constituye una frontera relevante, dado que el cuerpo del estudio se concentró en las publicaciones emitidas durante la ventana temporal inmediata al fallo judicial –28 de julio al 1 de agosto, a excepción de una publicación del 17 de agosto-. Esta perspectiva sincrónica permitió captar el impacto del evento en su coyuntura de mayor efervescencia mediática. No obstante, un análisis de corte longitudinal que rastree la evolución de los *frames*, desde la apertura del proceso hasta sus etapas más recientes, permitiría identificar transformaciones en la jerarquización de la información.

Finalmente, el análisis de las reacciones ciudadanas en el entorno digital presenta limitaciones inherentes a la naturaleza de estas plataformas. Factores como el anonimato de los usuarios, la posible incidencia de cuentas automatizadas o bots, y la configuración de las cámaras de eco en redes sociales (Sunstein, 2017) dificultan una caracterización absoluta del sentir ciudadano.

En consecuencia, los hallazgos derivados de la interacción en línea deben interpretarse como tendencias de opinión dentro de una esfera pública digital específica. Este no representa un censo definitivo de la opinión pública nacional frente a la figura de Álvaro Uribe Vélez o el Sistema Judicial Colombiano.

Conclusiones y Trabajo Futuro

Conclusiones

En conclusión, la retórica empleada por los medios de comunicación para informar la decisión de la justicia colombiana en el caso del expresidente sí influyó en la opinión pública sobre la credibilidad de la Rama Judicial Colombiano. Ya sea para considerarlo como una entidad transparente y confiable, o para considerarlo como un móvil para retaliaciones políticas, el relato de los medios impactó en la forma que la ciudadanía ve a esa rama del poder.

A partir de su discurso, los medios de comunicación sentaron una agenda, llevaron el hecho al campo que deseaban y lograron que la ciudadanía se enfocase en esa perspectiva. Por lo tanto, condujeron a que las personas hablaran del caso desde su línea editorial, mas no sobre el acontecimiento en sí mismo.

Los resultados de la investigación confirman que el discurso mediático influye de manera significativa en la formación de la opinión pública y en la construcción de representaciones sociales en contextos de alta polarización política. El análisis comparativo entre los medios seleccionados evidenció la presencia de marcos interpretativos diferenciados que inciden en la forma en que la ciudadanía comprende y valora hechos judiciales de alto impacto, reforzando lecturas polarizadas del acontecer político y judicial.

En ese sentido, se concluye que, en Colombia, la información no circula como un simple reflejo de los hechos, sino como una construcción simbólica que influye de

manera directa en la opinión pública y en la percepción de las instituciones. La revisión de los comentarios en redes sociales confirmó que las audiencias adoptan, con frecuencia y sin cuestionar, el marco interpretativo que el medio les ofrece. Lo que lleva a que reproduzcan discursos que legitiman o deslegitiman a un actor político sin mayor validación.

Asimismo, la investigación pone en evidencia que la legitimidad del sistema judicial no depende únicamente de la solidez y fundamentación de sus decisiones, si no del enfoque que los medios les den a la narración de los hechos. Lo que lleva a replantearse la capacidad de la Rama Judicial para comunicar con claridad, transparencia y sentido pedagógico; al igual que conectar con la audiencia.

En cuanto a la labor periodística y la ética mediática, el estudio evidencia la necesidad de fortalecer prácticas informativas orientadas a la contextualización, el equilibrio de fuentes, la validación de los datos y la transparencia. Especialmente en la cobertura de procesos judiciales de alto impacto político y social. La confrontación y falta de rigor en el discurso informativo puede afectar la comprensión ciudadana del funcionamiento institucional.

Finalmente, en el ámbito de la educación ciudadana, los resultados subrayan la importancia de promover competencias de alfabetización mediática. Aquella que permita a la ciudadanía consumir críticamente los contenidos informativos y reduzca la reproducción de discursos confrontativos, sin validar, en entornos digitales. Esto en pro de luchar contra la polarización y aumentar la discusión democrática desde hechos y no sesgos.

Trabajo futuro

Por un lado, a partir de este trabajo, se espera que surjan nuevas investigaciones sobre el impacto del discurso mediático en la percepción de la ciudadanía hacia sus

instituciones públicas en Colombia. Por otro lado, esta investigación invita a revisar y replantear las estrategias de comunicación de las entidades públicas, partiendo de una base de eficacia e impacto en la opinión pública.

Sumado a esto, se presenta como una oportunidad futura el recobrar la confianza de los colombianos, una tarea pendiente de todos los actores políticos y mediáticos. Pero, para poder lograrlo, se debe hacer un trabajo de autodiagnóstico sobre la forma que se comunican, cómo lo hacen, si cumplen con su propósito y si están influyendo en las personas.

Por otra parte, este trabajo también espera aportar a futuras investigaciones relacionadas al cubrimiento de otros casos judiciales de alto perfil en el país y en la región, con el fin de contrastar patrones discursivos y efectos en la opinión pública. También se pueden desarrollar análisis comparativos entre la cobertura de medios colombianos y medios internacionales, lo que permitiría identificar diferencias en enfoques narrativos, prácticas editoriales y marcos interpretativos. Así como profundizar en el impacto del discurso mediático en la intención de voto y en el comportamiento político, con el objetivo de ampliar la comprensión de la relación entre medios de comunicación, opinión pública y toma de decisiones políticas.

En ese sentido, se espera que este trabajo sea la base para que futuros proyectos ya tengan un punto de partida. Es decir, que puedan aprovechar la fundamentación teórica, los métodos de análisis y los resultados obtenidos para contrastarlos con los propios.

Referencias

Acevedo, K. (2012). *“El periodismo y la sentencia de Alberto Fujimori por los crímenes de la Cantuta y Barrios Altos” : cobertura y tratamiento de la noticia en los diarios: El Comercio, Trome, La República, El Popular, Correo y Ajá* [Tesis de maestría,

Pontificia Universidad Católica del Perú].

<https://tesis.pucp.edu.pe/items/5444e18f-ce70-4b98-8f50-9a95e9103e61>

Alonso, L. y Fernández, C. (2006). Roland Barthes y el Análisis del Discurso. *Empiria*.

Revista de Metodología de las Ciencias Sociales, (12), 11-36.

<https://doi.org/10.5944/empiria.12.2006.1131>

Atton, C. (2002). *Alternative media*. SAGE Publications.

<https://comunepersoal.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/02/alternative-media-chris-atton.pdf>

Berlo, D. (1984). *El proceso de la comunicación: introducción a la teoría y a la práctica*.

Librería "El Ateneo" Editorial. [https://bibliopopulares.wordpress.com/wp-](https://bibliopopulares.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/12/el-proceso-de-la-comunicacion-david-k-berlo-301-1-b-514.pdf)

[content/uploads/2012/12/el-proceso-de-la-comunicacion-david-k-berlo-301-1-b-514.pdf](https://bibliopopulares.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/12/el-proceso-de-la-comunicacion-david-k-berlo-301-1-b-514.pdf)

Bernabé, A. (2002). *Retórica Aristóteles*. Alianza Editorial.

<https://paginaspersonales.unam.mx/app/webroot/files/5880/Asignaturas/1877/Arquivo2.4609.pdf>

Broseta, B., Escriba, A., Lopez, G., Maudos, J. y Pascual F. Dirigidos por García, F.

(2023). *Los medios de comunicación en la era digital*. Fundación BBVA.

<https://www.fbbva.es/publicaciones/los-medios-de-comunicacion-en-la-era-digital-2/>

Bustamante, D. (2021). *Los sesgos del discurso periodístico en entrevistas políticas*

durante las elecciones presidenciales de 2018 en Colombia [Tesis de maestría,

Universidad de Antioquia].

<https://bibliotecadigital.udea.edu.co/entities/publication/669b35e2-010b-4ef0-bf77-db2add613917>

Cappella, J. y Jamieson, K. (1997). *Spiral of cynicism. The press and the public good.*

Oxford University Press. <https://global.oup.com/academic/product/spiral-of-cynicism-9780195090642?cc=co&lang=en&#>

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder.* Alianza Editorial.

<https://www.felsemiotica.com/descargas/Castells-Manuel-Comunicación-y-poder.pdf>

Charaudeau, P. (2021). El discurso político: las máscaras del poder. Prometeo Libros.

<https://elibro-net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/lc/bibliotecaean/titulos/189096>

Civila, S., Romero-Rodríguez, L., & Aguaded, I. (2020). El lenguaje como creador de realidades y opinión pública: análisis crítico a la luz del actual ecosistema mediático. *Íconos - Revista De Ciencias Sociales*, (67), 139–157.

<https://doi.org/10.17141/iconos.67.2020.3942>

Correa, J. en Revista Semana [@revistasemana]. (1 de agosto de 2025). Estas son algunas inquietudes que quedaron luego de la lectura del sentido del fallo que hizo la juez del caso [Video]. Instagram.

<https://www.instagram.com/reel/DM0e7rlt2Md/?igsh=a3ZyODN4NGkxMmN0>

Creswell, J. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches.* Sage publications.

https://www.ucg.ac.me/skladiste/blog_609332/objava_105202/fajlovi/Creswell.pdf

Cuéllar, R. (2024). El papel de los medios de comunicación en contextos de polarización afectiva: una revisión sistemática de la literatura. *Revista Española De Ciencia Política*, (64), 179–201. <https://doi.org/10.21308/recp.64.07>

Edelman. (2025). 2025 Edelman Trust Barometer.

<https://www.edelman.lat/trust/2025/trust-barometer>

- Entman, R. (1993). *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*. Journal of Communication, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Espinoza, E. (2018). *La hipótesis en la investigación*. Mendive. Revista de Educación, 16(1), 122-139.
<https://mendive.upr.edu.cu/index.php/MendiveUPR/article/view/1197>
- Fairclough, N. (2004). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Routledge. <https://howardaudio.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/01/n-fairclough-analysing-discourse.pdf>
- Gabbiani, B., y Román, S. (2023). Las falacias y otras estrategias discursivas en la argumentación infantil . Traslaciones, Revista Latinoamericana de Lectura Escritura, 10(19), 287–307. <https://doi.org/10.48162/rev.5.095>
- Galan-Gamero, J. (2014). *Cuando el 'cuarto poder' se constituye en cuarto poder: propuestas*. Palabra - Clave, 17(1), 152-187.
<https://doi.org/10.5294/pacla.2014.17.1.6>
- González, S. (2015). La significación de la realidad en la construcción del discurso periodístico. *Revista Mexicana De Ciencias Políticas y Sociales*, 39 (155). 69 -91.
<https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.1994.155.50635>
- Habermas, J. (1998). *Facticidad y validez. Sobre el derecho y el Estado democrático de derecho en términos de teoría del discurso*. Editorial Trotta. <https://elibro-net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/lc/bibliotecaean/titulos/246290>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Education. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=775008>

Jandette, J. (2025). Theo Van Leeuwen. *Multimodality and Identity*. New York. Routledge, 2022. 381 pp. *Signos Lingüísticos*, 20(40), 186-193.

<https://doi.org/10.24275/sling.v20n40.07>

Kerbrat-Orecchioni, C. (1997). *La enunciación de la subjetividad en el lenguaje*. Edicial.

https://hum.unne.edu.ar/biblioteca/apuntes/Apuntes%20Letras/TEXTOS%20DIGITALES%20LINGÜÍSTICA/kerbrat_enunciacion.pdf

Koeneke, H. (2001). El enmarcamiento (framing) grupo-céntrico en la campaña electoral venezolana. *Revista Temas De Comunicación (IDICI-UCAB)*, (10), 41–56.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6536757>

Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2022). *Elementos del periodismo (Primera edición en español)*. Librería CIDE. [https://research-ebSCO-](https://research-ebSCO-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/c/usp2gg/ebook-viewer/epub/v6jkknoykb)

[com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/c/usp2gg/ebook-viewer/epub/v6jkknoykb](https://research-ebSCO-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/c/usp2gg/ebook-viewer/epub/v6jkknoykb)

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), 197-218. <https://doi.org/10.18861/ic.2022.17.2.3313>

Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Paidós Comunicación. <https://www.media3turdera.com.ar/mediosyrealidad/Klaus-krippendorff.pdf>

La Silla Vacía [@lasillavaciaoficial]. (29 de julio de 2025). #LaSillaEnVivo Mediante una tutela, el abogado Jaime Granados espera que el Tribunal Superior de Bogotá evalúe la sentencia en primera [Fotografía]. Instagram.

<https://www.instagram.com/p/DMshB0pMhEk/?igsh=MWluaXhjM2R5NGN6Mw%3D%3D>

La Silla Vacía [@lasillavaciaoficial]. (1 de agosto de 2025). #LaSillaEnVivo Al inicio de la audiencia de lectura de fallo contra el expresidente Álvaro Uribe, hubo un

intercambio de palabras [Reel]. Instagram.

<https://www.instagram.com/reel/DM1CpThRDHG/?igsh=MThicDQ1eXY1MHN0ag%3D%3D>

La Silla Vacía. (28 de julio de 2025). Caso Uribe: Jueza declara probado el delito de fraude procesal. *La Silla Vacía*. Recuperado en 30 de noviembre de 2025, de

<https://www.lasillavacia.com/en-vivo/jueza-declara-probado-el-delito-de-fraude-procesal/>

La Silla Vacía. (28 de julio de 2025). Expresidente Uribe es condenado por fraude procesal y soborno en actuación penal. *La Silla Vacía*. Recuperado en 30 de noviembre de 2025, de

<https://www.lasillavacia.com/en-vivo/expresidente-uribe-es-condenado-por-fraude-procesal-y-soborno-en-actuacion-penal/>

Lenna, P. (2009). *Manejo mediático, discursos políticos y sus implicaciones sobre el derecho a la información: los casos de Alberto Fujimori en Perú y Alvaro Uribe en Colombia, en sus segundos mandatos* [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/650>

Martínez, M. (1996). *El estudio del discurso periodístico informativo: una aproximación metodológica desde la teoría de la discursividad social*. Trípodos. Lenguaje, pensamiento, comunicación, (2), 95-114.

<https://doi.org/10.51698/tripodos.1996.2.95-114>

McQuail, D. (2013). *Journalism and society*. SAGE Publications, Inc.

<https://doi.org/10.4135/9781526435798>

Molina, J., y Sochimilca, O. (2024). Mapeo estratégico para el tejido social: comunicación alternativa y medios comunitarios en cuatro regiones de Colombia. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1 - 17.

<https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1579>

Monzón, C. (2009). Opinión e imagen pública, una sociedad "Bajo control". *Palabra Clave*, 4. 9 – 25

<https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/360>

Mouffe, C. (2005). *On the political*. Routledge. <https://www.routledge.com/On-the-Political/Mouffe/p/book/9780415305211>

Nigro, P. (2021). La responsabilidad del periodismo en la polarización política de las audiencias de las redes sociales. *Más Poder Local*, (44), 34-53.

<https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/periodismo-polarizacion-politica-mpl44>

Organización de Naciones Unidas (ONU). (s.f.). *Objetivo 16: Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas*. Recuperado de

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/peace-justice/>

Pájaro, D. (2002). La Formulación de Hipótesis. *Cinta De Moebio. Revista De Epistemología De Ciencias Sociales*, (15), 373 - 388.

<https://cintademoebio.uchile.cl/index.php/CDM/article/view/26238>

Peña, D., Cañizales, C., Amaya, D., y Nieves, I. (2023). Falacias argumentativas y recursos retóricos persuasivos en el discurso político: el caso de TikTok en las campañas presidenciales de Colombia 2022. *Cultura, Lenguaje y Representación*,

31, 53 - 71. <https://doi.org/10.6035/clr.6814>

Pilshchikov, I. (2021). El esquema comunicativo de Roman Jakobson entre lenguas y continentes: historia cruzada del modelo teórico (A. Belousova y S. Páramo, trans). *Revista de Estudios Sociales*, 1(77), 2-20.

<https://doi.org/10.7440/res77.2021.01>

Poltronieri, J. (1996). Análisis de las estructuras de opinión pública. *Revista De Matemática: Teoría Y Aplicaciones*, 3(2), 49–71.

<https://doi.org/10.15517/rmta.v3i2.132>

Real Academia Española [RAE]. (2024). Comunicar. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado en 01 de agosto de 2025, de <https://dle.rae.es/comunicar>

Real Academia Española [RAE]. (2024). Determinar. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado en 28 de noviembre de 2025, de

<https://dle.rae.es/determinar>

Real Academia Española [RAE]. (2024). Responsable. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado en 28 de noviembre de 2025, de

<https://dle.rae.es/responsable>

Revista Semana. (28 de julio de 2025). Marco Rubio habló de condena de Álvaro Uribe:

“El único delito del expresidente ha sido luchar incansablemente y defender su patria”. *Revista Semana*. Recuperado en 28 de noviembre de 2025, de

<https://www.semana.com/mundo/articulo/marco-rubio-hablo-de-condena-de-alvaro-uribe-el-unico-delito-del-expresidente-ha-sido-luchar-incansablemente-y-defender-su-patria/202504/>

Revista Semana. (28 de julio de 2025). Juicio de Álvaro Uribe: lea aquí todos los detalles

de la condena por fraude procesal y soborno en actuación penal. *Revista Semana*. Recuperado en 28 de noviembre de 2025, de

<https://www.semana.com/politica/articulo/en-vivo-juicio-de-alvaro-uribe-hoy-se-define-el-sentido-del-fallo-condenado-o-absuelto/202500/>

Revista Semana [@revistasemana]. (1 de agosto de 2025). Este viernes 1 de agosto, tras conocerse la noticia del caso Uribe, reaccionó la precandidata presidencial Vicky

Dávila [Vídeo]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/DM0qZwTR-iz/?igsh=enZhMXphanN0aDEy>

Revista Semana [@revistasemana]. (1 de agosto de 2025). Expresidentes de varios países enviaron una carta a organismos internacionales advirtiendo múltiples “anomalías” en el proceso que cursa contra el [Fotografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/DM0lpYvMFfU/?igsh=MTUya294MTV6aWNneA%3D%3D>

Revista Semana [@revistasemana]. (1 de agosto de 2025). Precandidatos del Centro Democrático realizarán una gira por Estados Unidos y Europa para exigir mayores garantías en el juicio contra [Vídeo]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/DM0sjSGNg86/?igsh=MWgwMnF6azJ0bG5pag%3D%3D>

Revista Semana [@revistasemana]. (2 de agosto de 2025). El expresidente Álvaro Uribe, condenado a 12 años de prisión y cobijado con detención domiciliaria, inicia una batalla jurídica para [Fotografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/DM2YmAcxIW0/?igsh=dXB0OHRlcGo4ODIm>

Revista Semana [@revistasemana]. (17 de agosto de 2025). El expresidente Álvaro Uribe se refirió de nuevo a su condena: "El delito de soborno de testigos, uno por el [Vídeo]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/DNdrkBdsvUb/?igsh=NnljMWR5aW1jdWI4>

Rodríguez, C., Ortiz, L., y Esquivel, J. (2021). Disinformation in Contexts of Social Polarization: Colombia's National Strike (November 21st, 2019): Arguments and collateral damages of the disinformation in social actors, politicians and institutions. *Anagramas Rumbos y Sentidos De La Comunicación*, 19(38), 129 - 156. <https://doi.org/10.22395/angr.v19n38a7>

Sánchez, G. (2023). Los modelos comunicacionales de Jakobson y Kerbrat-Orecchioni.

En N. Matewecki y M. Reitano (Eds.), *Artes, medios, tecnologías: Cruces, convergencias y otros lugares de encuentro* (pp. 10 -17). Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP).

<https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/173862>

Sánchez-Márquez, N. (2019). Sensación y percepción: Una revisión conceptual.

Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia, (12).

<https://doi.org/10.16925/gcnc.11>

Sartori, G. (1993). *¿Qué es la democracia?*. Editorial Patria.

<https://asociacionvenezolanadesociologia.org/wp-content/uploads/2024/07/Que-es-la-democracia.pdf>

Sunstein, C. R. (2017). *Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.

<https://press.princeton.edu/books/ebook/9781400890521/republic-pdf>

Van Dijk, T. (2008). *El discurso como interacción social: estudios sobre el discurso II: una introducción multidisciplinaria*. Editorial Gedisa. [https://elibro-](https://elibro-net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/lc/bibliotecaean/titulos/100413)

[net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/lc/bibliotecaean/titulos/100413](https://elibro-net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/lc/bibliotecaean/titulos/100413)

Van Dijk, T. (2012). *Discurso y contexto: un enfoque sociocognitivo*. Editorial Gedisa.

<https://elibro->

[net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/lc/bibliotecaean/titulos/61089](https://elibro-net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/lc/bibliotecaean/titulos/61089)

Van Dijk, T. (2013). *Discurso y poder*. Editorial Gedisa. <https://elibro->

[net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/ereader/bibliotecaean/61073?page=17](https://elibro-net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/ereader/bibliotecaean/61073?page=17)

[8](#)

Vargas, L. (2014). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, (8), 47 - 53.

<https://alteridades.izt.uam.mx/index.php/Alte/article/view/588>

Anexo A.

Instrumento de análisis de los comentarios en las publicaciones

16/12/25, 21:38

Instrumento de evaluación de comentarios

Instrumento de evaluación de comentarios

* Obligatoria

Información comentario

1. Medio de comunicación *

- Semana
- La Silla Vacía

2. Comentario

3. Cuántos likes tiene el comentario *

4. Cuántos comentarios tiene *

16/12/25, 21:38

Instrumento de evaluación de comentarios

Instrumento de medición

5. Posición *

- Apoyo al expresidente
- Apoyo a la jueza
- Neutro
- No es claro
- En contra del expresidente
- En contra de la jueza
- En contra del sistema judicial
- A favor del sistema judicial
- En contra del medio
- A favor del medio

6. El comentario critica la decisión de la jueza *

- Si
- No
- No es claro

7. El comentario critica al sistema judicial colombiano *

- Si
- No
- No es claro

ANÁLISIS DEL DISCURSO Y OPINIÓN PÚBLICA: LA SENTENCIA DEL EXPRESIDENTE ÁLVARO URIBE VÉLEZ DESDE LA VISIÓN DE UN MEDIO TRADICIONAL Y UNO ALTERNATIVO

16/12/25, 21:38

Instrumento de evaluación de comentarios

8. El comentario es coherente con la posición del medio *

- Sí
- No
- No es claro

9. Las palabras usadas tienen una connotación negativa o positiva hacia el medio (léxico) *

- Positiva
- Negativa
- No es claro
- No se refiere al medio

10. Qué palabras usa para referirse al medio (opcional)

11. Las palabras usadas tienen una connotación negativa o positiva hacia el sistema judicial (léxico) *

- Positiva
- Negativa
- No es claro
- No se refiere al Sis. Judicial

12. Qué palabras usa para referirse al Sistema Judicial (opcional)

13. Las palabras usadas tienen una connotación negativa o positiva hacia el expresidente (léxico) *

- Positiva
- Negativa
- No es claro
- No se refiere al expresidente

ANÁLISIS DEL DISCURSO Y OPINIÓN PÚBLICA: LA SENTENCIA DEL EXPRESIDENTE ÁLVARO URIBE VÉLEZ DESDE LA VISIÓN DE UN MEDIO TRADICIONAL Y UNO ALTERNATIVO

16/12/25, 21:38

Instrumento de evaluación de comentarios

14. Qué palabras usa para referirse al expresidente (opcional)

15. Las palabras usadas tienen una connotación negativa o positiva hacia la jueza (léxico) *

- Positiva
- Negativa
- No es claro
- No se refiere a la jueza

16. Qué palabras usa para referirse a la jueza (opcional)

17. Las palabras usadas tienen una connotación negativa o positiva hacia la decisión (léxico) *

- Positiva
- Negativa
- No es claro
- No se refiere a la decisión

18. Qué palabras usa para referirse a la decisión (opcional)

19. El comentario tiene recursos retóricos que cambian el sentido de la frase *

- Sí
- No

20. ¿Cuál recurso retórico? En caso de marcar sí en la pregunta 14

ANÁLISIS DEL DISCURSO Y OPINIÓN PÚBLICA: LA SENTENCIA DEL EXPRESIDENTE ÁLVARO URIBE VÉLEZ DESDE LA VISIÓN DE UN MEDIO TRADICIONAL Y UNO ALTERNATIVO

16/12/25, 21:38

Instrumento de evaluación de comentarios

21. Oración que muestra el recurso retórico

22. Cómo se siente el usuario frente a la información *

- Agresiva
- Molesta
- Agradecida
- Añorada
- Otro

23. Si marcó otro en la pregunta 16, diga cuál

Este contenido no está creado ni respaldado por Microsoft. Los datos que envíe se enviarán al propietario del formulario.

 Microsoft Forms