

Comunicación Política: Redes sociales y medios digitales



@chinolanusse

Becario CONICET
IdICHS-CICEOP-UNLP



OBJETIVO GENERAL:

Analizar el proceso de configuración de encuadres en torno a los que se discutió la campaña 2019 en el espacio público virtual, a fin de identificar cuáles son las estrategias comunicacionales para establecer el control de la agenda pública.



HIPÓTESIS:

Los medios de comunicación continúan dominando la constitución de la agenda pública, a partir de su participación protagónica en el espacio público virtual, logrando establecer con éxito los encuadres que se configuran en el debate de las redes sociales virtuales, y sobre los que se debate el proceso electoral.