

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

REDES SOCIALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES: LA CONFIGURACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO VIRTUAL EN LOS PROCESOS ELECTORALES

Lanusse, Nazareno

Fernández, Mariano (Dir.), González, Gustavo F. (Codir.)

Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (IdIHCS).

nazareno.lanusse@perio.unlp.edu.arPALABRAS CLAVE: comunicación política, redes sociales, framing, campañas electorales**SOCIAL NETWORKS AND DIGITAL MEDIA: THE CONFIGURATION OF THE VIRTUAL PUBLIC SPACE IN ELECTORAL PROCESSES**KEYWORDS: political communication, social networks, framing, electoral campaigns.

Resumen gráfico



Comunicación Política: Redes sociales y medios digitales

 **@chinolanusse**
Becario CONICET
IdIHCS-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.



Resumen

El presente plan de investigación tiene como objetivo analizar la configuración de los encuadres en torno a los que se discuten las campañas electorales en Argentina, para comprender la construcción del espacio público virtual, el sitio donde se articulan las personas atravesadas por algún dispositivo digital. El mismo está integrado por los medios de comunicación digitales, los usuarios y la dirigencia política en general, quienes se disputan por establecerse en la agenda de debate público, en un espacio mediatizado que se estructura en sí mismo por el debate y el desacuerdo (Vázquez, 2018).

Para ello, el trabajo se abordará desde el Framing, programa de investigación multiparadigmático, que estudia a la comunicación mediática y provee de herramientas teóricas y metodológicas para abordar al presente objeto de estudio (D'angelo, 2002; Van Gorp, 2007; Koziner 2013) enmarcado dentro de las investigaciones en comunicación política. En ese sentido, se trata de indagar sobre los procesos de configuración de los frames o encuadres en una campaña electoral, en

base a la observación y seguimiento de los medios de comunicación digitales y al debate en la red social Twitter. A partir de identificar los encuadres propuestos por los diferentes actores online y cómo interactúan entre sí, se busca interpretar qué rol ocupan las redes sociales virtuales, tanto en la comunicación política, como en la construcción del espacio público mediatizado.

Entendiendo que son precisos estudios y abordajes desde las ciencias sociales que problematicen y complejicen el análisis en torno al rol de las redes sociales virtuales en épocas de campaña electoral, el trabajo del becario se propone analizar la campaña electoral a Intendente de la ciudad de La Plata en 2019, objeto que resulta significativo ya que el abordaje teórico y metodológico es un aporte que puede replicarse en procesos similares, con el fin de observar el campo de la comunicación política en las redes sociales durante el período electoral y su inserción en el espacio público virtual en general.