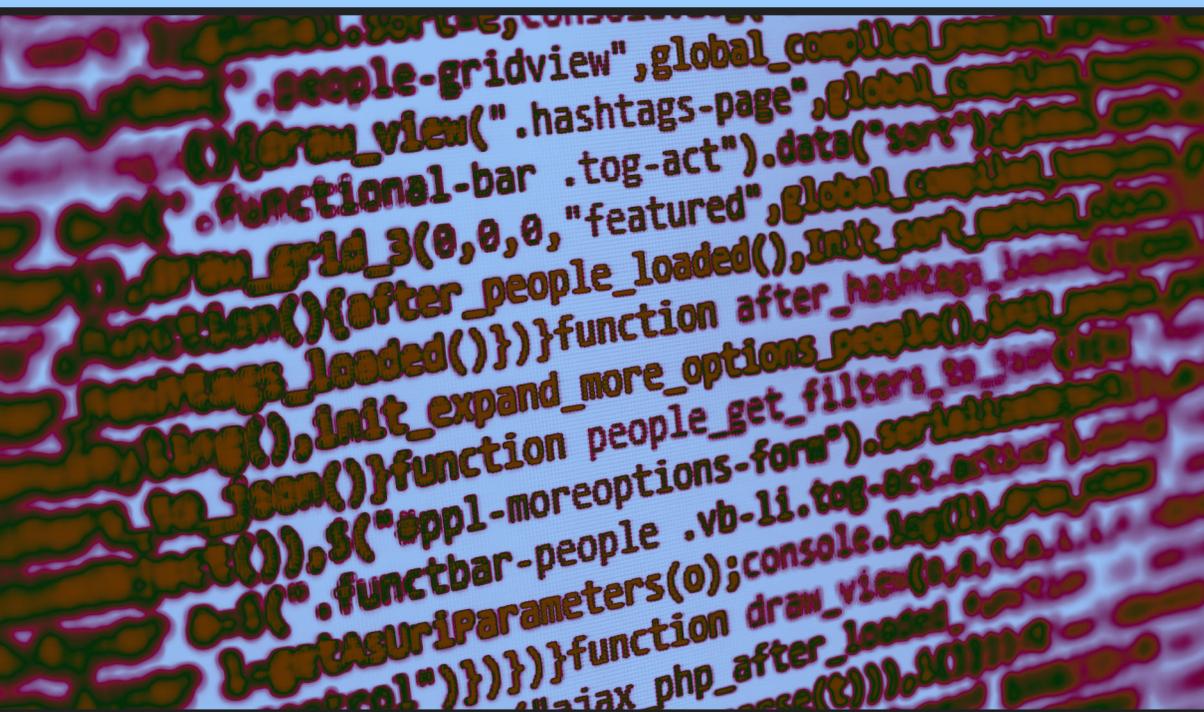


CIENCIAS SOCIALES Y BIG DATA

Representaciones políticas, disputas
comunicacionales y política internacional



ESTEBAN ACTIS,
MARIANA BERDONDINI
Y SEBASTIÁN CASTRO ROJAS
[Compiladores]

Ciencias Sociales y Big Data: . / Esteban Actis ... [et al.]; compilado por Esteban Actis; Mariana Berdondini; Sebastián Ramiro Castro Rojas. - 1a ed. - Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2021. 272 p.; 23 x 16 cm.

ISBN 978-987-702-432-6

1. Comunicación Política. I. Actis, Esteban, comp. II. Berdondini, Mariana, comp. III. Castro Rojas, Sebastián Ramiro, comp.

CDD 320.014

EQUIPO EDITOR

Directora UNR Editora

Nadia Amalevi

Coordinación

Nicolás Manzi

Diseño y maquetación

Joaquina Parma

Cristina Rosenberg

Corrección

Tomás Boasso

Ezequiel Hazan

©Esteban Actis

Universidad Nacional de Rosario, 2020.

Queda hecho el depósito que marca la Ley N° 11.723.

Ninguna parte de esta obra puede ser reproducida sin el permiso expreso del editor.

Impreso en Argentina.



Universidad
Nacional
de Rosario



Asociación de Universidades
GRUPO MONTEVIDEO

CAN REUN

Red de Editoriales
de las Universidades Nacionales
de Argentina



Libro
Universitario
Argentino



UNR editora

Editorial de la Universidad Nacional de Rosario

Secretaría de Extensión Universitaria

Urquiza 2050 - S2000AOB / Rosario, República Argentina

www.unreditora.unr.edu.ar / editora@sede.unr.edu.ar

Ciencias Sociales y *Big Data*

Representaciones políticas, disputas comunicacionales
y política internacional

Esteban **Actis**; Mariana **Berdondini** y Sebastián **Castro Rojas**
[Compiladores]



ÍNDICE

	Introducción	7
	<i>Esteban Actis, Mariana Berdondini y Sebastián Castro Rojas</i>	
	Sección uno: Inflexiones teóricas y metodológicas	15
capítulo 1	El mundo digital y la reconfiguración del espacio público. La flexibilización cibernética de los horizontes móviles de lo político <i>Esteban Kaipl</i>	17
capítulo 2	Dilemas de la representación y participación política con los grandes datos <i>Mariana Berdondini y Sebastián Castro Rojas</i>	35
capítulo 3	El Big Data bajo la lupa: notas sobre el retrato de una época <i>Irene Lis Gindin y Mariana Patricia Busso</i>	49
capítulo 4	Activación de encuadres mediáticos en redes sociales <i>Natalia Aruguete</i>	65
	Sección dos: Gobiernos y comunicación política	85
capítulo 5	Cuidar, explicar, gobernar. El discurso de Alberto Fernández durante la pandemia de COVID-19 en Argentina <i>Ana Soledad Montero y Mariana Cané</i>	87
capítulo 6	El pajarito, el cetro y la corona. Los tuits de Alberto Fernández durante la primera semana de cuarentena <i>Bárbara Zeifer y Zacarías Abuchanab</i>	109

capítulo 7	Gobierno abierto, <i>Big Data</i> y datos abiertos. Una aproximación conceptual a partir de la experiencia a nivel municipal en la República Argentina <i>Ezequiel Miller</i>	127
capítulo 8	Hacia una participación anfibia: desafíos del mundo <i>online</i> y <i>offline</i> en la participación ciudadana. El caso de Rosario <i>Gisela Signorelli</i>	147
	Sección tres: <i>Big Data</i> desde una perspectiva global	173
capítulo 9	Geopolítica y <i>Big Data</i> : territorialidades de la tecnología <i>Daniel Blinder</i>	175
capítulo 10	EEUU, China y la disputa por los datos <i>Esteban Actis, Nicolás Maximiliano Creus</i>	195
capítulo 11	América Latina y la disrupción digital: transformaciones en la cooperación internacional para el desarrollo <i>Bernabé Malacalza</i>	207
capítulo 12	El uso de la interdependencia como arma: los casos en Argentina y Brasil <i>Juan Battaleme</i>	225
capítulo 13	La política del <i>Big Data</i> en las relaciones comerciales internacionales <i>Julieta Zelicovich</i>	247

Activación de encuadres mediáticos en redes sociales

Natalia Aruguete

[Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas
Universidad Nacional de Quilmes, Argentina]

1. Introducción

El objetivo de este trabajo es doble. Por un lado, analizar los rasgos que caracterizan al *framing* –entendido como un proceso integral, dinámico e interactivo de producción, circulación y reproducción del sentido– y poner en discusión la noción de integralidad mirada desde distintos autores (D’Angelo, 2002, 2012; Entman, 1993; Matthes, 2012). Por otro, partiendo de estos antecedentes, proponer un nuevo modelo de activación de encuadres, llamado “*Network Activated Frames*” (NAF) [Activación de Encuadres en Red]. El NAF procura actualizar el estudio de *frame* y *framing process* para comprender la activación y propagación de marcos interpretativos, atendiendo a la dinámica que adquiere en un ecosistema comunicacional donde los medios digitales y las redes sociales virtuales tienen un fuerte protagonismo en la puesta en circulación de discursos que estructuran significativamente el mundo social (Reese, 2007).

El punto de partida de este trabajo es la necesidad de resolver un cuello de botella teórico que afecta hoy a los estudios en comunicación. El proceso de *framing* en redes sociales disputa concepciones existentes, dado que la decisión de un emisor (autoridad de la red) de proponer un determinado

1 Se agradecen los valiosos comentarios que el Dr. Ernesto Calvo y las Dras. Nadia Koziner, Bernadette Califano y Yanina Welp realizaron a una primera versión de este trabajo y se los exime de toda responsabilidad respecto de los errores y omisiones que pudieran existir.

marco para definir un tema [*issue*] o calificar un tópico [*topic*] no garantiza que los usuarios lo acojan. La conformación de encuadres en distintas regiones de la red, tal como propongo aquí, depende de que se activen mensajes que son ofrecidos –no impuestos– por usuarios que tienen una posición de autoridad en la red social. El mundo discursivo que compartimos guarda coherencia desde el momento mismo en el que los contactos que habilitamos para transmitir información comunican contenidos que son consistentes entre sí y, más aún, compatibles con nuestras preferencias y creencias. Lo que originalmente fue atención selectiva, eventualmente deviene encuadre interpretativo y comunidad de información. Con el paso del tiempo, nuestros mundos informativos se mimetizan con los de nuestros amigos virtuales.

Desde esta perspectiva, describo aquí la activación de encuadres en red (NAF) como un modelo que permite, por un lado, explicar cómo se estructura un encuadre local de manera dinámica y reticular y, por otro lado, advertir que tales encuadres no descienden ni son disputados en sistemas comunicacionales verticales con jerarquías predeterminadas, sino que se van construyendo colectivamente a partir de decisiones individuales –condicionadas por estructuras orgánicas– de aceptar o ignorar contenidos en tanto y en cuanto estos tengan resonancia cultural con sus mundos de la vida² virtuales. La organización de este artículo es el siguiente: en primer lugar, describo como han sido conceptualizadas las nociones de *frame* y *framing* en el campo de la comunicación política. Pongo particular énfasis en describir las ventajas comparativas de estas teorías para explicar el acto comunicacional, así como también sus limitaciones cuando los mensajes son distribuidos en red. En segunda instancia, discuto las nociones de *frame* y *framing* como un programa de investigación y sus limitaciones. En la tercera sección, introduzco el modelo de activación en cascada (Entman, 2004) cuando la información es emitida por autoridades políticas y activada por medios tradicionales. En la cuarta sección, introduzco el modelo de activación de cascada en red (NAF) que propongo para explicar cómo el proceso de activación de información tiene lugar en contextos de comunicación entre pares [*peer-to-peer*], poniendo particular énfasis en las dinámicas locales de

2 Habermas (2002 [1984]: 179) define el mundo de la vida como “el lugar trascendental en que hablante y oyente salen al encuentro; en que pueden plantearse recíprocamente la pretensión de que sus emisiones concuerdan con el mundo (con el mundo objetivo, con el mundo subjetivo y con el mundo social)”.

activación de sentido en red. El artículo concluye con una discusión sobre el modelo de activación en cascada como agenda de investigación.

2. El Encuadre y su historia

Desde el campo de la comunicación política, el *framing* es concebido como un proceso dinámico, interactivo e integral, que atraviesa todas las instancias de la comunicación. *Framing* y *frame* son dos caras de la misma moneda. El primero alude al proceso integral y activo de producción, circulación y reproducción de significados socialmente compartidos y persistentes en el tiempo. Los *frames*, por su parte, toman forma en distintas etapas de ese proceso como *principios organizadores compartidos socialmente, que trabajan simbólicamente para estructurar el mundo social de modo significativo* (Reese, 2007). Los “principios organizadores” refieren a los patrones de comprensión, percepción y definición de las situaciones sociales que están presentes en las comunicaciones estratégicas de los actores políticos y organizacionales y en las estructuras cognitivas de los periodistas y sus criterios rutinarios de selección de la información. Los encuadres que subyacen a los textos noticiosos son co-construidos tanto por quienes exhiben cuanto por quienes interpretan los asuntos públicos en un proceso dinámico e interactivo. Dentro del subconjunto de esquemas de pensamiento existentes, la mente humana categoriza aquello que es estimulado en el contacto con los encuadres presentes en un mensaje. Como lo expresa James (2007 [1869]), la selección de determinados esquemas de pensamiento activados por los enfoques que ofrece un texto depende de que esos encuadres discursivos tengan resonancia y no contradigan los conocimientos previos. “La organización de las noticias da forma a sus reportes para causar reacciones favorables en los lectores y audiencias, y las reacciones anticipadas del público también pueden afectar la retórica y la acción de las elites políticas, que son los principales patrocinadores de las noticias” (Entman, 1991: 7).

Los términos *framing* y *frame*³ han devenido palabras clave de la investigación en comunicación política, aunque sus primeras conceptualizaciones provengan de otros campos de investigación. La Teoría del Encuadre

3 En este trabajo, usaré los términos “*frame*”, “encuadre”, “marco” y “enfoque” indistintamente.

reconoce sus orígenes en la psicología cognitiva y en la sociología interpretativa. Dentro de esta última, el interaccionismo simbólico, la fenomenología y la etnometodología aportaron las primeras exploraciones.

En 1955, el antropólogo Gregory Bateson (2000) propuso el concepto de marco como una herramienta de la *psique* que permite explicar por qué la gente centra su atención en determinados aspectos de la realidad y no en otros. Tiempo después, el sociólogo Erving Goffman (2006 [1974]) redefinió el término *encuadre* desde una dimensión social. Imposibilitados de comprender el mundo en su totalidad, propuso Goffman, los individuos clasifican, interpretan y definen situaciones de acuerdo con determinados principios de organización que “gobiernan los eventos” y, más aún, su relación subjetiva con ellos.

Aunque Bateson y Goffman son identificados como los antecesores más cercanos del *Framing* en comunicación, es importante traer aquí otras aproximaciones teóricas, algunas incluso previas a estos dos estudiosos, que habían discutido distintos procesos de contextualización de la información. En 1869, William James ya había formulado esa hipótesis desde “un giro fenomenológico subversivo” (Goffman, 2006). En lugar de preguntarse qué cosa es la realidad, James sugería pensar en qué circunstancias pensamos que las cosas son reales. Lo importante de la realidad, asume James, es nuestra sensación de su ser real. Y tal impresión depende de nuestra atención selectiva, del compromiso íntimo y de la no contradicción con lo que hemos conocido de otra manera. El aporte de James es central para pensar la noción de “resonancia cultural” en la activación y propagación del conocimiento, más aún en el nuevo entorno mediático. Casi medio siglo después, en la década de 1920, William Thomas sugirió que, antes de actuar, los seres humanos se enfrentan a un estado de examen y deliberación que denomina “definición de la situación”. En la rivalidad entre el deseo individual y la prescripción social media un conjunto de reglas o normas de conducta que regulan la expresión de los deseos y contienen distintas definiciones de la situación. Dicha evaluación tiene, a su vez, efectos en el mundo real: si el hombre define situaciones como reales, éstas son reales en sus consecuencias” (Thomas, 1923). Retomaré esta noción en varios tramos de este trabajo debido a la importancia que adquiere en distintas dimensiones analizadas aquí.

Desde la psicología, la teoría prospectiva también hace una contribución fundamental. A fines de la década de 1970, los investigadores Daniel Kahneman y Amos Tversky (Kahneman y Tversky, 2013) analizan la toma de

decisiones por parte de las personas en situaciones donde tienen que escoger entre alternativas que involucran riesgo. El modo en que es encuadrada la información afecta las creencias de las personas, su comprensión de los eventos y, por ende, las decisiones que toman alrededor de tales asuntos. Más aún, la interpretación de un mismo tema desde diferentes marcos puede alterar el patrón de pensamientos y sentimientos que son activados en los interlocutores de dichos mensajes.

3. El *framing* como programa integral y multiparadigmático

La noción de integralidad característica del *framing process* puede ser fructífera aunque, en ciertos casos, resulte problemática. Robert Entman celebra la proliferación de estudios basados en el *framing* como programa de investigación que tenga una mirada integral, al afirmar que si un investigador se propone analizar el poder de un texto comunicativo no debe eludir el comportamiento de políticos, periodistas y votantes, con sus ideas y toma de decisiones. Todos ellos, insertos en una cultura política que los contiene idiosincráticamente. El predominio de ciertos puntos de vista en estas etapas –producto de la resonancia que adquiera entre los valores y las experiencias de determinados grupos– moldea una determinada realidad: define un problema, le atribuye causas e identifica eventuales responsables, sugiere un remedio para solucionarlo y lo evalúa de acuerdo con un trasfondo moral o esquema de valores (Entman, 1993). Como contracara, Entman observa que tales aproximaciones se basan en una “conceptualización dispersa” de los términos *framing*, *frame* y esquema. Y advierte que el uso ecléctico de significados inconsistentes impide arribar a una “declaración general” de la teoría del Encuadre, que deviene sin más un “paradigma fracturado” (Entman, 1993: 51).

Diversos investigadores trabajan en pos de dotar al *framing* de una mayor solidez teórica y capacidad operativa. En ese esfuerzo, Paul D’Angelo (2012) discute la noción de “paradigma fracturado” al madurar la concepción integral desde una doble acepción: la de “reunir” y la de “encajar”.

Gran parte de los estudios ven al *framing* como un proceso capaz de trazar una pintura completa, es decir, reunir todas las instancias de la comunicación en un mismo estudio (Matthes, 2012). D’Angelo (2012), por su parte, aporta una mirada meta-teórica de la noción de integralidad, al añadir una segunda acepción: “encajar en” significa asignar conceptos y diseñar

procedimientos metodológicos enfocados en diversas etapas del proceso de circulación de sentido, de manera que tales conceptos y procedimientos encajen **en** un programa de investigación multiparadigmático. Lejos de prescribir un único paradigma del *framing* que estandarice definiciones, modelos teóricos y patrones de medición, un programa de investigación alienta a los estudiosos a refinar teorías específicas con el objeto de producir hallazgos de aproximaciones empíricas particulares enmarcadas en un núcleo común de conjeturas.

Así entendido, el *framing process* puede ser analizado desde los tres paradigmas endémicos de la investigación en comunicación –el cognitivo, el constructivista y el crítico– con el objeto de alcanzar cuatro objetivos empíricos: primero, identificar los marcos como unidades temáticas; segundo, indagar en qué condiciones se producen tales *frames*; tercero, examinar en qué medida activan e interactúan con el conocimiento previo de un individuo al afectar sus interpretaciones, evaluaciones y toma de decisiones; cuarto y último, analizar de manera holística los procesos sociales de formación de cosmovisiones alrededor de las cuestiones políticas.

El paradigma cognitivo del *framing* se referencia en la perspectiva psicologista; dentro de ésta, se enfoca en la influencia de los encuadres presentes en los mensajes –noticiosos o de otro tipo–, más propiamente en la “activación del conocimiento” (*knowledge activation process*) desde los textos hacia los esquemas individuales (Price y Tewksbury, 1997). El efecto *framing* atiende a la capacidad de ciertos atributos de los mensajes (su organización, selección de contenido o estructura temática) de estimular pensamientos particulares que se apliquen a tales atributos para la evaluación de cuestiones políticas o de otro tipo. Esos *frames* actúan ante la sensibilidad del público y aceleran su respaldo u oposición a un determinada condición (Aruguete, 2015). El modelo de la aplicabilidad, esencia del *framing effect*, sugiere que los conceptos e ideas se anidan entre sí y quedan contenidos en redes o esquemas de pensamiento disponibles en la memoria, que interactúan con las historias noticiosas. Cuando los marcos interpretativos de tales historias entran en relación con esos esquemas individuales se produce la aplicabilidad, es decir que los primeros activan a los segundos al quedar asociados. Como consecuencia, los individuos dejan ingresar determinados dispositivos narrativos a su conocimiento previo y permiten que los esquemas se actualicen y/o se modifiquen; estas construcciones del conocimiento actualizadas pueden usarse, además, para completar los vacíos informativos. De allí que

los *frames* resulten de esa convergencia –esa co-construcción– en la que el estímulo impulsado por los discursos sale al encuentro de los esquemas individuales de los receptores que arbitran y median el poder de dichos textos.

Cierto es que aunque los discursos intenten encausar la percepción e interpretación individual de los asuntos de interés público nunca logran un control absoluto. Las ideas aplicables entran en competencia con lo que ya está en la mente de los lectores o espectadores, sean estas ideas temporales o crónicamente accesibles. El modelo de activación del conocimiento supone que las construcciones están unidas entre sí aunque sus enlaces no formen una jerarquía predeterminada. Por el contrario, se trata de “jerarquías enredadas” (Anderson, 1983), de manera que las construcciones pueden tener una posición distinta y múltiple en las subredes que se vayan conformando alrededor de un asunto o contexto determinado. Tan es así, que distintos enfoques de un mismo asunto podrán alterar los patrones de pensamientos y activar sentimientos disímiles durante la interpretación y respuesta a ciertos mensajes por parte de las audiencias. En esa interacción, los encuadres que tengan resonancia activarán pensamientos aplicables, al tiempo que las ideas e imágenes que se vean relegadas respecto del marco dominante se modificarán. Incluso en aquellas ocasiones en las que esos términos e ideas sean apropiados para poner en cuestión el *frame* más resonante, su repertorio y su encuadre de pertenencia se verán depreciados en pos del marco ajeno que fuere adoptado (Miller & Riecher, 2001). A menos que alcancen una magnitud y relevancia suficientes para poner en jaque la palabra oficial, hegemónica (Entman, 2004).

¿Cuál es el potencial de los marcos interpretativos de los textos para volver aplicables y, por lo tanto, activar elementos distintivos de los conocimientos almacenados en la memoria de los lectores? Es posible distinguir entre la influencia inmediata de un mensaje, esto es, las evaluaciones realizadas durante o inmediatamente después de su procesamiento, y aquellas que quedan almacenadas en la memoria y se actualizan en algún momento posterior, ya sea debido a la accesibilidad residual o porque algún otro estímulo las asocia (Hastie y Park, 1986). En otras palabras, los efectos de encuadre –o efectos de aplicabilidad del conocimiento– pueden permanecer latentes y ser preactivados (*primed*) tiempo después, mediante mecanismos de accesibilidad posteriores. La “accesibilidad” se refiere al potencial de acumulación del conocimiento disponible, que dependerá, al menos en parte, del nivel de energía o “excitación” asociado con esa construcción

(Higgins, 1996). La ventaja de incluir el principio de propagación de la activación del conocimiento en el análisis del *Framing* desde el paradigma cognitivo es que permite comprender la influencia de los encuadres de los textos. Sugiere que al focalizar (activar) un elemento particular (nodo) en una red, esa activación se irradiará desde ese nodo a otros con los que está asociado, lo que resulta en un aumento de la probabilidad de que también se activen esos otros elementos. Así, la selección del conocimiento estará determinada en gran medida por la actualidad y la frecuencia de la activación previa, es decir, por el grado de accesibilidad de las construcciones o trenes de pensamiento.

Desde el paradigma crítico, los *frames* son concebidos como modelos persistentes de conocimiento, interpretación y presentación por medio de los cuales quienes detentan poder social y político organizan el discurso verbal y/o visual (Gitlin, 2003). Para analizar el poder de los discursos es necesario atender al contexto político y sociocultural en el que estos encuadres nacen, se desarrollan y dejan huellas en los textos. Algunos de los estudios que se inscriben en este paradigma buscan conocer el proceso de construcción de los encuadres (*frame-building*) al enfocarse en la relación entre gobiernos, elites políticas y medios, desde las teorías de la Hegemonía, la teoría del *Indexing* (Bennett, 1996) y el modelo de la Activación en Cascada (Entman, 2003, 2004).

Desde los enfoques centrados en el nexo entre gobierno y medios, Entman advierte que la Hegemonía no alcanza para explicar la complejidad de ciertos fenómenos en la medida en que sus parámetros analíticos no incluyen el disenso tanto político cuanto discursivo. En ese marco, los medios son percibidos como entidades subordinadas a los gobiernos y a otras elites políticas. Ergo, el abanico de temas y fuentes de información se estructurará dentro de los límites fijados por la visión dominante de dichos gobiernos y elites acerca de un asunto.

Los teóricos de la Hegemonía creen que los funcionarios del gobierno mantienen la información disponible para el público dentro de límites ideológicos tan estrechos que la deliberación y la influencia democráticas son casi imposibles. Aunque estos estudiosos reconocen que los líderes a veces entran en conflicto entre sí, hacen hincapié en el acuerdo de las élites sobre los primeros principios, una armonía que impide el flujo de información independiente y producen de manera consistente

(aunque no inevitable) propaganda progubernamental y consentimiento o aquiescencia públicos a las decisiones de la Casa Blanca. (Entman, 2004: 4)

La teoría del *Indexing*, por su parte, es definida como el índice de temas y puntos de vista asignados en las coberturas periodísticas (Bennett, 1990, 1996). La variedad de tales voces se verá circunscrita a la amplitud del espectro de opiniones existentes en las elites políticas. Aunque la perspectiva del *Indexing* sí incorpora el disenso, sus teóricos admiten que los medios, lejos de criticar la palabra oficial, actúan como un “vehículo” de la discordancia que surja entre los gobiernos y otros actores jerárquicos (Bennett, 1990; Mermin, 1999). En aquellas ocasiones en las que se abre el espectro y se introducen nuevas perspectivas, tales desviaciones respecto de la postura oficial no adquieren mayor importancia. En definitiva, el *Indexing* tampoco logra dar cuenta de las causas de los desacuerdos, menos aún de los mecanismos discursivos que se activan para articular tales disonancias en los distintos estratos del sistema comunicacional. De allí que Entman lo considere insuficiente y proponga, en su lugar, el modelo de Activación en Cascada para comprender qué ocurre –y cómo se organizan– cuando surgen discrepancias en el interior de las elites políticas. Desarrollaré más extensamente este modelo en el próximo apartado.

El paradigma constructivista del *framing process* es el más interactivo de los tres. Enmarcados en sus rutinas productivas, los periodistas y otros trabajadores de prensa procesan información y, al hacerlo, crean “paquetes de herramientas” (D’Angelo, 2002) con los que interactúan audiencias activas, durante sus propios procesos de percepción e interpretación de los asuntos públicos (Reese, 2007). Según este paradigma, la cultura y el contexto actúan como “almacenes de *frames*” (Entman, 1993) que operan sobre los emisores –tanto en los valores individuales de los periodistas como en los intereses y posturas institucionales de los medios– y sobre sus públicos. De allí que las decisiones y los criterios noticiables que emanan de los periodistas y demás trabajadores de prensa no sean analizados como preferencias personales sino como resultado de condicionantes organizacionales y colectivos. La noticia, sin más, es una construcción social (Tuchman, 1978).

Gracias a los estrechos puntos de contacto que mantiene con la perspectiva fenomenológica de construcción social de la realidad (Berger & Luckmann, 1991), el constructivismo parece acoger mejor que las otras miradas la noción

de integralidad en sus dos acepciones: por un lado, habilita una mirada comprensiva del proceso de encuadre en el sentido de reunir y, por el otro, promueve la producción de estudios centrados en distintas etapas de la comunicación de manera que encajen en un programa más amplio (Koziner, 2015). El propósito de D'Angelo, al reunir teorías inscriptas en paradigmas distintos, es establecer diseños de investigación complejos que atiendan las distintas etapas de la circulación de sentidos así como la relación entre estas y, más importante aún, que mantengan la consistencia entre el objeto de estudio, la teoría asumida y el paradigma al que esta suscribe.

4. La activación en cascada: un puente hacia el *framing process* en el nuevo entorno mediático

Aunque enfocado en las relaciones de poder entre gobiernos y medios, la activación en cascada (Entman, 2003; 2004) ha demostrado ser uno de los esfuerzos más logrados por esclarecer el proceso de encuadre desde una concepción integral. Su aporte reside en analizar, en caso de que surja algún tipo de desacuerdo en el interior de las elites, si los medios logran obstaculizarlo o hacerlo avanzar, según sea el caso (Entman, 2003). Podríamos imaginar la activación en cascada como una máquina de *Rube Goldberg*, donde las piezas que caen activan selectivamente la siguiente secuencia del efecto dominó. Se trata de piezas clave, resquicios que permitirían (re)estructurar elementos de encuadre y anteponer así un contra-encuadre. En un trabajo reciente, Robert Entman y Nikki Usher (2018) reevalúan los procesos en los que se produce, distribuye, asimila y activa información. El nuevo escenario mediático los induce a revisar el modelo inicial y proponer el *Cascading Network Activation Model*, para comprender cómo las características de la digitalización afectan las relaciones simbólicas de poder entre las elites, los medios tradicionales y los individuos. El modelo de Entman en sus dos versiones (Entman, 2004; Entman & Usher, 2018) es válido porque permite comprender la dinámica de propagación de encuadres mediáticos en redes sociales virtuales; aunque requiere ser actualizado. En este apartado describiré la activación en cascada, tal como fuere propuesta y revisada por Entman, como puente hacia un nuevo modelo –el *Network Activated Frames (NAF)*– que se preste al análisis de la activación y propagación de los encuadres mediáticos, con particular énfasis en la dinámica topológica de las redes sociales.

En *Projection of Power*, Entman (2004) analiza la capacidad que tienen los marcos interpretativos de activarse y propagarse en un sistema comunicacional estratificado; se inician en los gobiernos, pasan por la red de élites no administrativas y siguen su rumbo por las empresas de noticias y sus textos, hasta alojarse en los esquemas de percepción del público. Entman se pregunta, además, si los encuadres que se expresan en el estrato más alto de ese sistema llegan intactos a la base social o si, en cambio, surge una retroalimentación de tales interpretaciones que se inicia en los niveles inferiores del sistema comunicacional y desafía el *frame* gubernamental.

Uno de los casos narrados por Entman tiene su punto de partida en el encuadre propuesto por George Bush (h.) luego del 11-S, quien enfocara ese evento como un “acto de guerra del demoníaco Osama bin Laden”. El enunciado propuesto por la Casa Blanca buscaba unir al país al presentar un encuadre que cualificaba los hechos del 11-S y el carácter místico de bin Laden. Pero dado que cada estrato de la cascada metafórica hace su contribución a la mezcla y al flujo de ideas, de interpretaciones y de definiciones de la realidad social, la reticencia de los medios tradicionales a publicar la versión oficial en su totalidad redundó en una modificación del mensaje que siguió su curso hacia los niveles inferiores.

Para Entman, encuadrar significa definir efectos o condiciones como problemáticas, identificar sus causas, transmitir un juicio moral y promover un remedio o emitir un pronóstico. Cuando el marco interpretativo de un mensaje coincide con los esquemas habituales de un lector, las palabras e imágenes que articula se vuelven notables, comprensibles, memorables y emocionalmente resonantes; en esos casos, el encuadre es aplicable. Por otro lado, para que un marco tenga resonancia al cubrir eventos, asuntos y actores políticos, es esencial la presencia de al menos dos de las cuatro funciones (elementos de encuadre) mencionadas más arriba. La primera de estas funciones es la definición de la situación, que activa los otros dos componentes del marco (transmite las causas implícitas del problema y el juicio moral), y la última es el remedio o la mejora futura (Entman, 2004).

La mañana siguiente al 11-S, Bush definió una situación problemática en términos simples y emocionales como un “acto de guerra” e identificó su causa como un “enemigo” que era “demoníaco”. La explicación del gobierno presentó determinados elementos de encuadre para comunicar su mensaje, tales como “acto de guerra” y “demoníaco”. Sorprendentemente, los medios activaron selectivamente algunos de esos elementos al tiempo

que ocultaron o ignoraron otros que, a juicio del gobierno, eran clave. Al hacerlo, *alteraron la definición de la situación* que intentó instalar Bush. Lo importante de esa realidad es, en definitiva, nuestra sensación de su ser real (James, 2007 [1869]).

Para crear encuadres alternativos, algunos actores detentan el poder necesario para bloquear contenidos (ideas) en su tránsito desde el gobierno a la conciencia pública; por caso, los medios tradicionales u otras elites políticas. Ahora bien, cuestionar un encuadre con bocados de información mal digeridos y dispersos no parece suficiente. Es imprescindible promover palabras e imágenes notables, relevantes y culturalmente resonantes que se vuelvan aplicables y sean internalizadas como una alternativa coherente al marco interpretativo que cuestionan (Entman, 2004).

En el análisis de Entman sobre el 11-S, la activación selectiva de ciertos elementos de encuadre y el consecuente desafío a la interpretación oficial discurren en un sistema comunicacional jerárquico, compuesto por niveles. Pero frente a la maduración de las redes sociales, Entman y Usher (2018) proponen revisar ese modelo lineal. Los autores se preguntan si las “válvulas de bomba” digitales –las plataformas, la analítica digital, los algoritmos, los medios ideológicos y los actores deshonestos y cuentas falsas– democratizan el flujo comunicacional al erosionar las jerarquías en el control de la información o, por el contrario, afianzan estructuras dominantes consolidando la fragmentación social y la polarización política.

Aunque coincido con Entman en que el nuevo ecosistema comunicacional refuerza las capacidades de las élites de poner en marcha el proceso de encuadre, me permito disentir en la dinámica que adquiere la circulación de *frames* en redes sociales. En estas plataformas, los mensajes circulan de manera dinámica, no según la lógica estratificada descrita hasta aquí. Ese tipo de recorrido produce combinaciones singulares de los contenidos en distintas regiones de la red y, por ende, conforma marcos interpretativos en función del grado de atención y activación de determinados contenidos. En el próximo apartado explicaré en qué consiste este juego de circulación de mensajes y su consiguiente formación de *frames* locales (Aruguete & Calvo, 2018), con el propósito último de justificar la necesidad de incorporar un modelo actualizado de Activación de Encuadres en Red (*Network Activated Frames*) al análisis de la interacción en redes sociales virtuales, con especial énfasis en la red Twitter.

5. Activación de narrativas en redes sociales

La interacción entre usuarios en redes sociales virtuales se estructura en forma de red. Los enlaces que los unen no siguen una lógica jerárquica pre-determinada sino que se traban en función de jerarquías enredadas, tal como refiere Anderson (1983). Aquí, la mirada integral del *framing process* convive con una circulación reticular de contenidos. Los intercambios de información entre los actores que allí conviven –los partidos políticos y sus candidatos, los funcionarios públicos, los grupos de interés, los medios masivos de comunicación, los periodistas y los usuarios plebeyos– nos permiten conocer el posicionamiento ideológico de las elites como el de sus seguidores.

Los individuos tienden a integrarse a estructuras que son localmente homogéneas, se unen a comunidades con las cuales comparten valores y se afilian a colectivos sociales para evitar el dilema de vivir en el aislamiento intelectual. En redes sociales, estos patrones subjetivos de asociación homofílica tienen una contraparte estructural, ya que devienen interconexiones densas a nivel local, al tiempo que condicionan el comportamiento de los usuarios (Barberá, 2015).

En ese nivel subjetivo, la proximidad entre usuarios virtuales resulta de las actitudes de los individuos que, con distinta probabilidad, conectan con otros que comparten intereses e historias de vida similares. ¿Qué mueve a una persona a integrarse a estas comunidades? En los últimos años, diversos investigadores incorporaron el concepto “polarización afectiva” (Mason, 2013, 2015) para explicar alineamientos entre los individuos que exceden su comprensión racional sobre el mundo político. Según Mason, las identidades políticas se unen y tienen efectos más significativos sobre las emociones –en particular, el odio– que sobre el posicionamiento de las personas alrededor de un asunto determinado.

Nuestra “atención selectiva” (Himmelboim, Smith, & Shneiderman, 2013) en redes sociales indica que prestamos atención a algunos usuarios y temas, en perjuicio de otros usuarios a los que podríamos seguir e infinidad de asuntos con los que tendríamos oportunidad de interactuar. Dicha atención selectiva deviene cámara de eco (Aruguete & Calvo, 2018), es decir que los algoritmos virtuales sistematizan nuestras decisiones, identifican los *trending topics* y nos entregan mensajes que son política e ideológicamente consistentes con nuestras ideas y preferencias. En definitiva, educan a la

cámara de eco, en tanto lo que sale de allí “guarda una relación inevitable e invariable con lo que entra en ella” (Key, 1966: 2).

En este nivel estructural –complementario del subjetivo–, el funcionamiento topológico de estas plataformas expresa el modo en que los usuarios (nodos) están interconectados mediante aristas (retuit, reply, like) que modelan la relación entre ellos: *el nodo B se relaciona con el nodo A mediante una actividad (like, responder, retuit) que los vincula*. De allí que la formación de comunidades se explique por la lógica orgánica de la red (topología de red) como por el comportamiento subjetivo de los usuarios (la congruencia o disonancia cognitiva) en cuyos esquemas psíquicos se activan determinados pensamientos en detrimento de otros al tiempo que se crean encuadres locales.

En este mapa de relaciones, la decisión de un sujeto de seguir a otro tiene costos subjetivos y estructurales. Si el contenido al que es expuesto –como resultado de decisiones previas– desafía sus creencias, puede crear disonancia cognitiva (Festinger, 1962) y debilitar la estructura de la red local a la que pertenece. Esa disonancia cognitiva genera, además, costos de oportunidad al reducir la probabilidad de que estemos expuestos a otro tipo de mensajes. En otras palabras, quienes estén ideológicamente más cerca también estarán topológica y virtualmente conectados entre sí. En esos casos, la red primaria de conexiones entre usuarios conforma comunidades: distingue grupos en función de su posicionamiento político y conecta a los actores de peso con el universo de los usuarios de bajo rango que los rodean. En el interior de las comunidades, las palabras, los recursos retóricos y las imágenes que componen un encuadre se distinguen por su capacidad de vivificar sentimientos de respaldo o desacuerdo en el marco de un conflicto político. Cuanta mayor resonancia y visibilidad tenga un encuadre, más probable es que evoque pensamientos similares entre sus interlocutores.

Ningún usuario puede visualizar toda la información que circula en la red; tan solo accede a una pequeña porción. A diferencia de lo que ocurre en espacios discursivos donde las personas están expuestas a encuadres en competencia (Chong & Druckman, 2007), los marcos interpretativos en redes sociales se forman colectivamente en el interior de las comunidades, a partir de la decisión individual de compartir las publicaciones de aquellos a los que está conectado. Se trata de encuadres homogéneos a nivel local que surgen de la aceptación de contenidos congruentes con los valores dominantes en una comunidad. De allí que los mensajes que no coincidan con tales

esquemas lejos de activarse quedarán bloqueados y, por ende, su difusión se verá desalentada en esa región de la red.

El acto de gustar y compartir en Twitter expone a un mayor número de usuarios al contenido preferido de sus amigos virtuales. Ahora bien, esos individuos no sólo procesan los mensajes guiados por sus prioridades ideológicas y sus intereses conscientes. La dinámica topológica de las redes sociales sugiere que, después de observar con qué contenidos interactúan los usuarios, los algoritmos virtuales “pueden cribar los mensajes y entregarlos de manera segregada a la medida de las preferencias de cada usuario”. (Calvo & Aruguete, 2020: 157) Las burbujas de filtro (Pariser, 2011) que tienen lugar en el escenario virtual aluden al proceso mediante el cual las preferencias de los usuarios que habitan una misma región de la red se vuelven localmente homogéneas. Publican, validan y comparten contenidos que se asemejan a los de sus pares conectados.

Las redes sociales consolidan las relaciones jerárquicas y la concentración de la información que se observa en el diálogo no digital. En Twitter, optamos por seguir a usuarios cuya ubicación en el espectro ideológico es similar a la propia. Por tratarse de una red jerárquica, las “autoridades de la red” tienen la capacidad promover determinadas narrativas entre los usuarios de bajo rango, impulsados a compartir rápidamente los mensajes que les son dados y los interpelan afectivamente. Llamamos “autoridades” a los autores de los mensajes originales, con alto nivel jerárquico, que propagan información a más velocidad y con mayor alcance, ayudados además por la influencia de sus narrativas. “Cualquier elemento de encuadre que asume la topología de una red es aumentado y no solo replicado por (los) amigos. Las burbujas, por tanto, son el resultado de la atención selectiva de los usuarios y de la matemática de las redes en las que se activan los contenidos”. (Calvo & Aruguete, 2020: 114)

6. Discusión. De la Activación en Cascada al Network Activated Frames

Las concepciones de integralidad del *Framing* que he desarrollado aquí – *reunir y encajar en*– son provechosas para abordar, de manera consistente, objetivos empíricos y procedimientos metodológicos que comprendan las distintas etapas del proceso de circulación de sentido. En el nuevo escenario virtual es aún más rico estudiar la producción y activación de

encuadres, aunque cabe reconsiderar ciertos parámetros de análisis y proponer nuevos.

Concretamente, la activación en cascada tal como ha sido propuesta por Entman debe ser resignificada en vistas del nuevo escenario comunicacional, dado que refiere a un mecanismo de activación y/o desafío de los encuadres oficiales en un sistema comunicacional jerárquico y estratificado. En su lugar, propongo el *Network Activated Frames* (NAF), un modelo productivo para comprender la activación en cascada como un proceso de composición colectiva de encuadres que resulta de las reacciones individuales de usuarios conectados a una red.

La activación de narrativas en redes sociales puede ser estudiada desde el modelo de activación del conocimiento (Price, Tewksbury, & Powers, 1997), según el cual los individuos dejan ingresar determinados dispositivos narrativos con los que actualizan los esquemas individuales y completan vacíos en la información. Este comportamiento subjetivo tiene consecuencias topológicas. En la medida en que los usuarios aceptan y republican ciertos contenidos, e ignoran otros, alteran la frecuencia con la que ellos mismos observan palabras, *links* y *hashtags*, al tiempo que los vuelven visibles en el muro de sus pares conectados.

En efecto, al seguir a aquellos “amigos” que son como nosotros recibimos una versión aumentada de la información que a ellos les gusta y que, por lo tanto, queda habilitada en nuestro muro. Esa conformación colectiva de agendas y encuadres no niega la existencia de jerarquías en las redes. Por el contrario, los actores que ya detentaban poder en el escenario no virtual lo consolidan en estas plataformas. En virtud de esa estructura jerárquica, los elementos de encuadre con los que tenemos afinidad volverán cual cámara de eco y quedarán sobrerrepresentados entre nuestros contactos inmediatos y, en consecuencia, se propaguen con menor resistencia.

Sin embargo, el que una autoridad en la red proponga un determinado marco al definir un asunto no garantiza que los usuarios lo acojan. La conformación de encuadres en distintas regiones de la red dependerá de que se activen mensajes que son ofrecidos –no impuestos– por las autoridades. Más aún, las autoridades no son siempre las mismas sino que su posición en la red así como su potencial de apropiarse de los encuadres dominantes puede variar en función de las rotaciones que se produzcan a partir del diálogo activado por ciertos temas en determinados contextos. El mundo discursivo que compartimos guarda coherencia desde el momento mismo en el

que los contactos que habilitamos para transmitir información comunican contenidos que son consistentes entre sí y, más aún, compatibles con nuestras preferencias y creencias. Lo que originalmente fue atención selectiva, eventualmente deviene encuadre interpretativo y comunidad de información. Con el paso del tiempo, nuestros mundos informativos se mimetizan con los de nuestros amigos virtuales.

Desde esta perspectiva, entiendo la activación de encuadres en red (NAF) como un modelo que permite, por un lado, explicar cómo se estructura un encuadre local de manera dinámica y reticular y, por otro lado, advertir que tales encuadres no descienden ni son disputados en sistemas comunicacionales verticales con jerarquías predeterminadas, sino que se van construyendo colectivamente a partir de decisiones individuales –condicionadas por estructuras orgánicas– de aceptar o ignorar contenidos en tanto y en cuanto éstos tengan resonancia cultural con sus mundos de la vida virtuales.

7. Bibliografía

- ANDERSON, J. R. (1983). *The architecture of cognition*. Cambridge, MA: Harvard University Press
- ARUGUETE, N. (2015). *El poder de la agenda: política, medios y público*. Buenos Aires: Biblos.
- ARUGUETE, N., & CALVO, E. (2018). “Time to #protest: Selective exposure, cascading activation, and framing in social media”. *Journal of Communication*, 68(3), 480-502.
- BARBERÁ, P. (2015). “Birds of the same feather tweet together: Bayesian ideal point estimation using Twitter data”. *Political Analysis*, 23(1), 76-91.
- BATESON, G. (2000). *Steps to an ecology of mind: Collected essays in anthropology, psychiatry, evolution, and epistemology*. University of Chicago Press.
- BENNETT, W. L. (1990). “Toward a theory of press state relations in the United States”. *Journal of Communication*, 40(2), 103-127.
- _____ (1996). “An introduction to journalism norms and representations of politics”. *Political Communication*, 13(4), 373-384
- BERGER, P. L., & LUCKMANN, T. (1991). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge* (No. 10). Penguin Uk.
- CALVO, E. & ARUGUETE, N. (2020). *Fake news, trolls y otros encantos ¿Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Siglo XXI Editores.

- CHONG, D., & DRUCKMAN, J. N. (2007). "A theory of framing and opinion formation in competitive elite environments". *Journal of Communication*, 57(1), 99-118.
- D'ANGELO, P. (2002). "News framing as a multiparadigmatic research program: A response to Entman". *Journal of Communication*, 52(4), 870-888.
- _____ (2012). "Studying framing in political communication with an integrative approach". *American Behavioral Scientist*, 56(3), 353-364.
- ENTMAN, R. M. (1991). "Framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents". *Journal of Communication*, 41(4), 6-27.
- _____ (1993). "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm". *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- _____ (2003). "Cascading activation: Contesting the White House's frame after 9/11". *Political Communication*, 20(4), 415-432.
- _____ (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion, and US foreign policy*. University of Chicago Press.
- ENTMAN, R. M., & USHER, N. (2018). "Framing in a fractured democracy: Impacts of digital technology on ideology, power and cascading network activation". *Journal of Communication*, 68(2), 298-308.
- FESTINGER, L. (1962). *A Theory of Cognitive Dissonance* (Vol. 1). Stanford: Stanford University Press.
- GITLIN, T. (2003 [1980]). *The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the new left*. University of California Press.
- GOFFMAN, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
- HABERMAS, J. (1984). *The theory of communicative action* (Vol. 2). Beacon press.
- HASTIE, R., & PARK, B. (1986). "The relationship between memory and judgment depends on whether the judgment task is memory-based or on-line". *Psychological Review*, 93, 258-268
- HIGGINS, E. T. (1996). "Knowledge activation: Accessibility, applicability, and salience". En E. T. Higgins & A. W. Kuglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (pp. 133-168). New York: Guilford
- HIMELBOIM, I., SMITH, M., & SHNEIDERMAN, B. (2013). "Tweeting apart: Applying network analysis to detect selective exposure clusters in Twitter". *Communication Methods and Measures*, 7(3-4), 195-223.
- JAMES, W. (2007 [1869]). *The principles of psychology* (Vol. 1). Cosimo, Inc.

- KAHNEMAN, D., & TVERSKY, A. (2013). "Choices, values, and frames". En *Handbook of the Fundamentals of Financial Decision Making: Part I* (pp. 269-278).
- KEY, V. O. (1966). *The responsible electorate*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- KOZINER, N. S. (2015). "El framing: un programa investigación para el estudio de las comunicaciones mediáticas". *Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, 14(28), 22-45.
- MASON, L. (2013). "The rise of uncivil agreement: Issue versus behavioral polarization in the American electorate". *American Behavioral Scientist*, 57(1), 140-159.
- _____ (2015). "'I disrespectfully agree': The differential effects of partisan sorting on social and issue polarization". *American Journal of Political Science*, 59(1), 128-145.
- MATTHES, J. (2012). "Framing politics: An integrative approach". *American Behavioral Scientist*, 56(3), 247-259.
- MERMIN, J. (1999). *Debating war and peace: Media coverage of US intervention in the post-Vietnam era*. Princeton University Press.
- MILLER, M. M., & RIECHERT, B. P. (2001). "The spiral of opportunity and frame resonance: Mapping the issue cycle in news and public discourse". En REESE, S. D., GANDY Jr, O. H., & GRANT, A. E. (Eds.) *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 107-121). Routledge.
- PARISER, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin UK.
- PRICE, V., & TEWKSBURY, D. (1997). "News values and public opinion: A theoretical account of media priming and framing". En BARNETT, G. *Progress in communication sciences: advances in persuasion* (Vol. 13) (pp. 173-212). Greenwood Publishing Group.
- PRICE, V., TEWKSBURY, D., & POWERS, E. (1997). "Switching trains of thought: The impact of news frames on readers' cognitive responses". *Communication Research*, 24(5), 481-506.
- REESE, S. D. (2007). "The framing project: A bridging model for media research revisited". *Journal of Communication*, 57(1), 148-154.
- THOMAS, W. I. (1923). *The unadjusted girl*. Oxford, England: Little, Brown.
- TUCHMAN, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. Free Press.

Biografía de autores

Ana Soledad Montero

Doctora en Filosofía y Letras y licenciada en Sociología (UBA). Especialista en análisis del discurso político, estudia las formas discursivas de la memoria, de los liderazgos políticos y de las disputas hegemónicas por el sentido. Es Investigadora Adjunta del CONICET y docente en la Escuela de Política y Gobierno de la UNSAM y en la Maestría en Teoría Política y Social de la FSOC-UBA. Ganó la beca Fulbright-CONICET para ser profesora visitante en la New School for Social Research (USA) y realizó estancias posdoctorales en la EHESS, Paris-7, Université de Rennes (Francia), UniCamp (Brasil) y UQAM (Canada). Publicó un libro (¡Y al final un día volvimos! Los usos de la memoria en el discurso kirchnerista”) y compiló y tradujo otro (“El discurso polémico. Disputas, querellas y controversias”), así como numerosos artículos en revistas académicas del país y del extranjero.

Bárbara Zeifer

Licenciada en Ciencia Política (UBA) y candidata a Magíster en Análisis del Discurso (UBA). Es consultora en comunicación política, profesora de Big Data para Comunicación Política y Análisis del Discurso Político en Escuela Tiber, y miembro de la cátedra de Teoría Política Contemporánea en la Carrera de Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Su campo de investigación principal es el discurso político en redes sociales. Además es coach en oratoria y discurso, y facilitadora de resolución de conflictos.

Bernabé Malacalza

Es Doctor en Ciencias Sociales por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Master en Relaciones Económicas Internacionales por la Universidad de Barcelona, España, y Master en Relaciones y Negociaciones Internacionales por la Universidad de San Andrés y FLACSO Argentina. Se desempeña como investigador adjunto del CONICET con sede de trabajo en el Departamento de Economía y Administración de la Universidad Nacional de Quilmes. Es también docente y miembro de la Comisión Académica del Doctorado en Desarrollo Económico de la UNQ y docente en la Maestría en Estudios Internacionales de la Universidad Torcuato Di Tella.

Daniel Blinder

Es Licenciado en Ciencia Política y Doctor en Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Magíster en Defensa Nacional, Universidad de la Defensa Nacional. Investigador Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas CONICET - Universidad Nacional de José C. Paz. Actualmente se desempeña como Profesor de Relaciones Internacionales, Tecnología y Comunicación Universidad Nacional de San Martín. Su especialidad es la política espacial y tecnológica.

Esteban Actis

Es Doctor en Relaciones Internacionales por la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario. Docente de la Cátedra de Política Internacional Latinoamericana en esa Casa de Estudios y miembro Investigador del Centro de Investigaciones en Política y Economía Internacional (CIPEI-UNR). Ex Becario Doctoral y Posdoctoral por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas de Argentina (CONICET) y Becario de la Fundación Fulbright.

Esteban Kaipl

Doctor en Filosofía por las Universidades Sorbona-Paris IV y de Luxemburgo. Magíster en Filosofía y Racionalidades por las Universidades de Metz, Nancy II y de Luxemburgo. Licenciado en Ciencia Política por la UNR. Profesor Adjunto de Teoría Política I, Teoría Política III y Teoría de la Opinión Pública

en la UNL. Jefe de trabajos prácticos en Teoría Sociológica de la UNR. Publicó artículos, capítulos de libro, y un libro (*Théorie des systèmes de Niklas Luhmann, une étude du processus d'intégration européenne* -2014). Dentro de los intereses de investigación se encuentran: la filosofía política, la sociología política; las teorías de los sistemas sociales y de la acción comunicativa.

Ezequiel Miller

Es Doctor en Ciencia Política por la Universidad Nacional de Rosario (UNR). Es Profesor Adjunto por Concurso e Investigador de la UNR. Es politólogo y posee un posgrado en Comunicación Política. Se ha especializado en el estudio de los impactos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el sector público a nivel local. Ha dictado seminarios de grado y posgrado en diversas instituciones de educación superior. Fue expositor en jornadas científicas (nacionales e internacionales) y ha publicado artículos en revistas con referato. Ha realizado estancias de investigación en la Universidad Federal de Río Grande del Sur (UFRGS) de Brasil y la Universidad Autónoma de Madrid (UAM) de España. Actualmente es integrante del Instituto de Investigaciones Económicas de la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística y del Centro de Estudios “PoliLab UNR” de la Facultad de Ciencia Política y RRII, ambas de la UNR.

Gisela Signorelli

Doctora en Ciencia Política (UNR). Título de Posgrado como Especialista en Gestión Pública (UNR). Licenciada en Ciencia Política (UNR). Investigadora de carrera CIUNR. Docente de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. Formación en liderazgo y Coaching. Con 34 años de edad, hace más de 10 años trabaja e investiga temas vinculados a la participación ciudadana. Actualmente es, además, Secretaria Técnica del Presupuesto Participativo de la Universidad Nacional de Rosario (PPUNR).

Irene Gindin

Es Doctora y Licenciada en Comunicación Social, Investigadora Asistente en el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y ha sido becaria doctoral y posdoctoral del organismo. Forma parte del

Comité Académico del Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) y se desempeña como docente en la Universidad Nacional de Rosario. Su área de investigación es el análisis del discurso político y ha publicado el libro “Mi aparente fragilidad. La identidad política en el discurso de Cristina Fernández de Kirchner durante su primera presidencia (2007-2011)” (Editorial Prometeo, 2019).

Juan Battaleme

Es Master en Relaciones Intrenacionales (FLACSO), es Master en Ciencias del Estado (UCEMA), Licenciado en Ciencia Política (UBA). Secretario Académico del CARI, Profesor de Tecnología, Estrategia y Política Internacional UBA, Profesor de Teoria de las RR.II. (UBA y UADE) Profesor de Seguridad Internacional (UCEMA y UADE). Profesor de RR.II. y Evolución del Pensamiento Naval (Escuela de Guerra Naval). Profesor de RR.II. y Geopolítica (Escuela de Guerra Aerea). Profesor invitado en la Universidad de Middlebury (EE.UU.) Ex Director de la Maestría en Defensa Nacional. Becario Fulbright y Chevening.

Julieta Zelicovich

Es Doctora en Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario (UNR). Magíster en Relaciones Comerciales Internacionales, Universidad Nacional de Tres de Febrero. Investigadora Asistente en el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Docente de la cátedra Economía Internacional en la Licenciatura en Relaciones Internacionales de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la UNR. Coordinadora del Grupo de Estudios sobre Negociaciones Comerciales Internacionales (UNR). Miembro del Centro de Investigaciones en Política y Economía Internacional (CIPEI). Se especializa en el estudio de las relaciones comerciales internacionales, la gobernanza global del comercio y la política comercial externa argentina.

Mariana Berdondini

Doctora en Ciencia Política y Licenciada en Ciencia Política (UNR, Argentina). Ha sido becaria doctoral y posdoctoral del Consejo Nacional de

Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET Argentina) y actualmente es docente investigadora de la Universidad Nacional de Rosario. Jefa de Trabajos Prácticos de la cátedra de Teoría Política III de las carreras de Ciencia Política y Relaciones Internacionales y docente en seminarios de posgrado. Entre sus publicaciones más relevantes, se encuentra el libro *Lo representable. Pujas públicas, actores, arena parlamentaria y leyes candentes en la política argentina*, editado por Prohistoria.

Mariana Busso

Es Doctora en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Rosario, en cotutela con la Università degli Studi di Urbino (Italia). Es Investigadora Asistente en el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Se desempeña como docente en la Licenciatura en Comunicación Social (Facultad de Ciencia Política y RR.II. – UNR). Es miembro del Comité Académico del CIM – Centro de Investigaciones en Mediatizaciones. Participa en el Consejo Editorial de las revistas académicas *La Trama de la Comunicación* (UNR) y *Cuadernos de Inter.cambio* sobre Centroamérica y el Caribe (CIICLA, Universidad de Costa Rica). Sus áreas de investigación son principalmente las migraciones, los estudios sobre identidad, la semiótica de los medios y el análisis del discurso.

Mariana Cané

Doctora en Ciencias Sociales (UBA), Magíster en Ciencia Política (IDAES/ UNSAM) y Licenciada en Sociología (UBA). Es especialista en análisis del discurso político y teoría política contemporánea, con foco en la construcción del tiempo en los discursos políticos y los vínculos entre la política y lo político, especialmente en el marco de la crisis argentina del 2001. Es becaria post-doctoral del CONICET y docente en la Licenciatura en Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Entre sus últimas publicaciones se encuentran “Todos los tiempos, el tiempo. Reflexiones sobre lo político y el tiempo” (2019), “La construcción discursiva de la inevitabilidad en los inicios del gobierno de la Alianza” (2018), “Lo político en Ernesto Laclau. Sobredeterminación y pluralidad” (2017).

Natalia Aruguete

Es Doctora en Comunicación Social. Investigadora en el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), periodista, y profesora de la Universidad Nacional de Quilmes y de la Universidad Austral. Lleva escritos tres libros y casi cincuenta artículos cuyas temáticas centrales giran en torno a la relación entre agendas políticas, mediáticas y públicas en el diálogo entre medios tradicionales y redes sociales.

Nicolás Creus

Es Licenciado en Relaciones Internacionales por la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario. Candidato a Doctor en el Doctorado en Relaciones Internacionales (UNR). Docente de la Cátedra de Política Internacional Argentina en esa Casa de Estudios. Ex Becario Doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas de Argentina (CONICET) y Becario de la Fundación Fulbright. Actualmente es Director de Estrategia Global y Desarrollo de Negocios en Terragene S.A.

Sebastián Castro Rojas

Es Doctor en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Rosario. Es Docente e Investigador por la Universidad Nacional de Rosario. Es el Director del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. Es Coordinador Pedagógico de la Maestría en Comunicación Digital Interactiva de la UNR. Es Director/editor de la revista académica La Trama de la Comunicación. Se desempeña como docente en la Licenciatura en Comunicación Social y el ISET N° 18 de la provincia de Santa Fe. Sus áreas de investigación son principalmente la comunicación digital, los nuevos consumos; las redes sociales y la política.

Zacarias Abuchanab

Es Licenciado en Sociología (UBA) y Maestrando en Ciencia de Datos en la Universidad de San Andrés (UdeSA). Es científico de datos dedicado a proyectos de campañas políticas y electorales. Es docente de los cursos

“Big Data para Comunicación Política” y “Python para Ciencias Sociales & Humanidades” en la Escuela Tíber. Su campo de investigación principal es el de las ciencias sociales computacionales.



Ciencias Sociales y *Big Data*

fue impreso en los talleres gráficos de UNR Editora
en el mes de julio del año 2021.