

Parte II

Encuadres

7. De fragmentos a encuadres

No existe una distancia óptima para apreciar Puente japonés (1899), de Claude Monet. Como ocurre con gran parte de los cuadros impresionistas, si nos situamos muy cerca de la tela vemos puntos y trazos, pero no el puente. Si nos ubicamos a suficiente distancia podemos vislumbrar el puente, aunque no el conjunto de elementos que definen el cuadro. El estilo distintivo de Monet es la disposición de pequeñas pinceladas –decisiones locales– que, colectivamente, conforman una imagen. Cada evento en el óleo es independiente y, en apariencia, se encuentra desligado de los otros. El guiño que nos hace Monet, que intuimos desde el momento en que nos situamos frente al cuadro, es que debemos acercarnos y alejarnos para entender las pequeñas decisiones a nivel local y el resultado en su conjunto.

Lo mismo ocurre cuando intentamos comprender las redes sociales. Como sucede al observar los trazos de Monet, nos acercamos a los usuarios para ver cómo siguen selectivamente algunas cuentas y qué contenidos habilitan en los muros de sus contactos. Pero para contemplar la conformación de encuadres que se estructuran de manera colectiva debemos alejarnos. Los mensajes activados por los individuos son, en apariencia, inconexos e independientes. Sin embargo, cada decisión cambia la frecuencia de las imágenes, de las palabras, de los hashtags y de los vínculos en la red. La llamada "activación en cascada" habilita elementos de encuadre y, con ellos, narrativas que varían según las regiones de la red en

las que cobran forma. La activación en cascada contiene estructura, intención y sentido.

En los capítulos anteriores describimos las decisiones individuales que explican la conformación de burbujas. A partir de aquí analizaremos el modo en que la agregación de contenidos constituye un evento comunicacional. Es decir, cómo se disponen y se socializan distintos elementos de encuadre para crear narrativas que son localmente coherentes. En la base de nuestra teoría se encuentra la "paradoja generalizada de los amigos" (Feld, 1991), según la cual los contenidos a los que suscribimos tienden a estar sobrerrepresentados en nuestro entorno y, por ende, a propagarse con menor resistencia entre nuestros contactos inmediatos (véase el recuadro "La paradoja de los amigos y la activación en cascada").^[39] Las burbujas no son solo un espejo, sino que devuelven una versión aumentada de nuestras propias creencias.

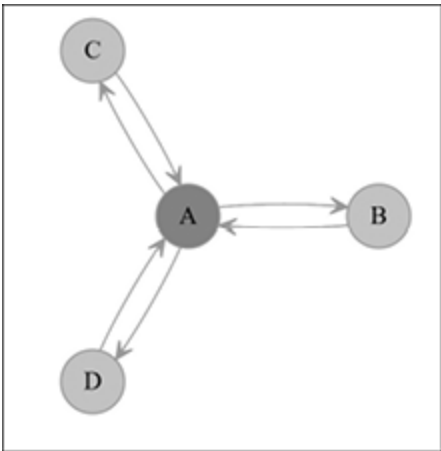
Los encuadres y la paradoja de los amigos

Al analizar la conformación de los encuadres mediáticos es importante advertir que la activación de contenidos no es azarosa. Las imágenes, las palabras, los links y los hashtags que habitan nuestros muros derivan de la decisión de los usuarios con los que estamos conectados de compartir publicaciones. Asimismo, nuestra decisión de compartir publicaciones habilita esa información en los muros de los usuarios que están conectados con nosotros. El resultado es la activación de contenidos en cascada, como una pieza de dominó que, si la dejamos caer, empuja a otro conjunto de piezas. Si detenemos selectivamente algunas fichas del dominó mientras otras siguen su curso, creamos estructuras comunicacionales.

La paradoja de los amigos y la activación en cascada

En 1991, Feld publicó un texto clásico demostrando que, en una red social, "mis amigos tienen en promedio más amigos que yo". Como muestra la figura, los usuarios B, C y D tienen tan solo un amigo, el nodo A. Por su parte, A tiene

tres amigos. Por tanto, el amigo de B, C y D tiene más amigos que cada uno de ellos.



Feld demuestra que cualquier red que tiene nodos de mayor jerarquía (nodos con mayor número de conexiones) está regida por la paradoja de los amigos. Las enfermedades o la información, indistintamente, se propagan con más velocidad a través de los nodos más conectados. La versión generalizada de la paradoja de los amigos afirma que los atributos de una red también tienen esta propiedad. Mis amigos del PRO tienen más amigos del PRO que yo. Mis amigos que publican el hashtag #Maldonado tienen más amigos que publican #Maldonado. Cualquier elemento de encuadre que asume la topología de una red es aumentado y no solo replicado por mis 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.

Al compartir una publicación, ese contenido se activa en el muro de nuestros amigos. Por ende, si aceptamos y republicamos ciertos mensajes e ignoramos otros, de a poco toma forma un encuadre determinado. Los fragmentos, en apariencia desconectados entre sí, se vuelven coherentes dentro de esquemas de percepción, al definir situaciones y dar sentido a determinados acontecimientos.

En toda red social existe atención selectiva, en la medida en que se presta atención a algunos usuarios y temas en perjuicio de otros tantos a los que podríamos seguir y de infinidad de asuntos con los que tendríamos oportunidad de interactuar. Existe, además, activación en cascada porque solo seleccionamos y reproducimos algunos de los posteos del conjunto de usuarios a los que seguimos. No todo lo que postean nuestros amigos merece ser compartido.

Si observamos miles de usuarios y cientos de miles de publicaciones, comprobamos que la conformación de encuadres depende de la activación de los mensajes ofrecidos –no impuestos– por las autoridades en la red. Definimos a las autoridades como los usuarios que tienen muchos seguidores y cuyos mensajes, por lo tanto, tienen mayores posibilidades de propagarse. Los políticos, al igual que las grandes empresas y las celebrities, prefieren ser seguidos por muchos y seguir a pocos. Lo cierto es que las acciones de las autoridades dentro de las redes también afectan nuestras vidas en el mundo no virtual. El resultado es la fusión de una agenda que depende tanto del grado de atención y activación de determinado tema como del nivel de identificación con nuestras comunidades. En las redes sociales se forman encuadres a medida que seguimos a usuarios interesados en instalar un tema.

La consecuencia de la paradoja de los amigos es que, en virtud de la estructura jerárquica de la red, los elementos de encuadre con los que tenemos afinidad estarán sobrerrepresentados entre nuestros contactos. 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, se activa en nuestro muro. Parafraseando a Lacan, amar es dar a los otros el contenido que nos gusta para que ellos nos lo devuelvan.

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", características que, según Entman (2004), resultan clave para entender la noción de "encuadre".^[40] El mundo discursivo que compartimos guarda coherencia desde el momento mismo en 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, con el tiempo deviene encuadre y comunidad de información.

Sin embargo, un evento colectivo toma formas locales que varían para cada usuario, en la medida en que los contenidos activados dependen de manera directa de los pares interconectados que se encuentran en una determinada posición de la red. En mi esquina del mundo, toda la información es local y todo encuadre, singular.

Activación en cascada de encuadres y contraencuadres

Figura 7.1. En las redes sociales, el encuadre en red es un rompecabezas



Nota: Considerado el tuit como un rompecabezas, los encuadres en las redes sociales están compuestos de una gran

cantidad de elementos y son activados por distintos usuarios. Por lo tanto, todos los encuadres son distintivamente locales, aun si la imagen representada es la misma.

Robert Entman (2004) utiliza el concepto de "activación en cascada" para explicar el modo en que los medios de comunicación tradicionales de los Estados Unidos encuadraron y transmitieron los argumentos de la Casa Blanca para justificar la guerra con Irak luego del 11-S. El gobierno de George Bush (h) definió ese acontecimiento como un "acto de guerra del demoníaco Osama bin Laden". En lugar de transmitir el encuadre oficial en su totalidad, los medios activaron de manera selectiva algunos de los elementos mientras ocultaron o ignoraron otros que, a juicio del gobierno, eran clave (como "acto de guerra" y "demoníaco").

Según el análisis de Entman, los encuadres que tienen su origen en las preferencias del gobierno son filtrados por las élites no administrativas y activados de manera parcial por las empresas de noticias y sus textos, hasta alojarse en los esquemas de percepción de los públicos. Entman se pregunta en qué medida los encuadres propuestos por el gobierno –en el nivel más alto de la jerarquía mediática de ese sistema– pueden llegar intactos a la base social que los recibe. La respuesta a la que arriba es que es muy poco probable.

¿Podemos verificar cómo cambiaría nuestra interpretación de un enunciado si los medios tradicionales activaran algunas palabras y suprimieran otras? Por ejemplo, si se edita el texto y se publica "el 11-S es un acto de guerra del demoníaco Osama bin Laden", omitiendo términos clave ("de guerra" y "demoníaco") del encuadre propuesto por el gobierno, se altera la definición de la situación que intenta promover el Poder Ejecutivo.

¿Qué encuadre predomina en la sociedad de los Estados Unidos? El enunciado propuesto por el gobierno de Bush para explicar los ataques al World Trade Center y al Pentágono buscaba unir a la opinión pública del país detrás de un encuadre que calificaba el tipo de acción del 11-S y subrayaba el carácter místico de la amenaza de Bin Laden. Los medios de

comunicación, sin embargo, activaron selectivamente ciertos contenidos, por lo que modificaron el mensaje que se distribuyó en los niveles inferiores de la cadena comunicacional. La activación selectiva por parte de los medios editó el mensaje del gobierno e interpeló la palabra oficial. Según el análisis de Entman, los hechos que apoyaban el argumento oficial también fueron objeto de activación selectiva: el autor muestra que los medios tradicionales fueron reticentes a publicar la versión oficial que denunciaba la existencia de "armas de destrucción masiva". Los elementos de encuadre activados, tanto como los que se omiten, contribuyen a describir argumentos o hechos indistintamente.

La metáfora de la activación en cascada sugiere que ciertos actores –por caso, los medios tradicionales u otras élites políticas– tienen más poder para bloquear contenidos (ideas) en su tránsito desde el gobierno hasta la conciencia pública. Al igual que en una máquina de Rube Goldberg, donde las piezas que caen activan la siguiente secuencia del rompecabezas, cada estrato de la cascada metafórica contribuye a la mezcla y el flujo de ideas, interpretaciones y definiciones de la realidad social. En este proceso, Entman repara con especial atención en los contraencuadres que se forjan desde los planos inferiores del circuito comunicacional hacia arriba, aunque en condiciones de poder más desventajosas. En otras palabras, la activación en cascada no es solo un mecanismo de edición del discurso de la autoridad sino también –y aún más importante– un mecanismo de edición, de composición de contenidos, producido por el público.

El modo dinámico y no estratificado en que circulan los mensajes en Twitter, a pesar de que se trata de un espacio extremadamente jerárquico, produce combinaciones singulares de los elementos de encuadre en distintas regiones de la red. Las burbujas filtran información consistente con el mundo-de-la-vida subyacente a determinada comunidad y dejan poco margen para la coexistencia de marcos interpretativos que no mantengan la congruencia cultural y cognitiva. 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. Algunos elementos del encuadre se activan por congruencia

cognitiva mientras que otros son ignorados debido a la disonancia que generan.

Encuadrar supone definir efectos o condiciones como problemáticas, identificar sus causas, transmitir un juicio moral y promover un remedio o emitir un pronóstico. Para que un encuadre oficial –impulsado desde los niveles más altos del sistema comunicacional– se active y tenga resonancia, es imprescindible que, cuando menos, dos de estas cuatro funciones estén presentes. La definición de la situación activa los otros dos componentes del encuadre –lleva implícitas las causas del problema y transmite un juicio moral– y da pie a imaginar un remedio o pronóstico futuro (Entman, 2004). Así se constituye un marco con consistencia interna y congruente con el contexto. Lo mismo ocurre con cualquier narrativa alternativa que pretenda poner en cuestión la palabra oficial.

La definición de la situación es un elemento central de cualquier configuración discursiva. En la década de 1920, William Thomas acuñó el concepto "definición de la situación" sobre la base de una hipótesis formulada por William James en 1869. ¿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 (Goffman y Rodríguez, 2006).

Como mostraremos en el próximo capítulo, la polarización política sostenida a lo largo de los setenta y siete días en que Santiago Maldonado estuvo desaparecido es elocuente para analizar qué forma toma la propagación de encuadres locales en distintas comunidades de la red Twitter, para indagar en qué condiciones discursivas las atribuciones de responsabilidad asumen un marco individual, político o institucional, y para comprender qué consecuencias políticas conlleva determinado marco en términos de soluciones posibles. La falta de diálogo entre usuarios de las distintas regiones, además, inyecta una mayor cohesión interna a las interpretaciones dominantes de un lado y del otro de la grieta. En definitiva, cuanto mayor resonancia y visibilidad tiene un encuadre, más probable es que evoque pensamientos y sentimientos similares entre sus interlocutores.

8. Autoridades en la niebla: enlaces a (y ausencias de) medios en la red #Maldonado

La desaparición de Santiago Maldonado el 1º de agosto de 2017, durante la represión a una protesta de la comunidad mapuche de Cushamen, provincia de Chubut, y el posterior hallazgo de su cadáver el 17 de octubre de ese año, es un caso elocuente que muestra cómo se activan determinados marcos interpretativos en las redes y la dinámica con la que discurren los mensajes en ellas. Además, permite observar la relación que los usuarios establecen con distintos medios tradicionales en escenarios virtuales, ante eventos que atraen la atención pública por el grado de controversia política que despiertan. En definitiva, la red #Maldonado pone en evidencia las "batallas discursivas" que tienen lugar en ambos lados de la grieta.

Durante el tiempo en que el caso Maldonado fue objeto de cobertura mediática y discusión pública, en el transcurso del gobierno de Mauricio Macri, dirigentes de la oposición, funcionarios del gobierno nacional, medios tradicionales y celebridades mediáticas intervinieron en las redes. Allí promovieron hashtags que reflejaban argumentos cultural y cognitivamente congruentes con las percepciones de los usuarios de algunas comunidades en las que quedaron posicionados como autoridades consolidadas.

La definición del caso como #DesapariciónForzada y la figura del desaparecido –utilizadas para encuadrar el hecho– dominaron los mensajes de los sectores opositores al gobierno de Cambiemos, y así preactivaron contenidos que lo vinculaban con uno de los períodos más nefastos de la historia argentina reciente. La mayoría de los mensajes de la oposición responsabilizaba a la Gendarmería por su actuación directa – #GendarmesComplicados– y al gobierno, por complicidad – #ElEstadoEsResponsable–. La estrategia de asimilar la desaparición con las violaciones a los derechos humanos de la última dictadura militar – #AparicionConVidaDeSantiago– tuvo implicancias en términos morales, en

la medida en que el hashtag #GobiernoDelMiedo dio cohesión interna al encuadre opositor y promovió el reclamo de una solución institucional-estatal: la remoción de la entonces ministra de Seguridad, Patricia Bullrich. Los hashtags #FueraBullrich y #BullrichRenunciaYa fueron muy difundidos por los dirigentes de izquierda, mientras que #SantiagoMaldonado tuvo una mayor presencia entre usuarios afines al kirchnerismo.

El hecho de que la gran movilización social en reclamo por la aparición de Santiago Maldonado ocurriera en vísperas de las elecciones legislativas nacionales –previstas para fines de octubre de ese mismo año– activó, entre los usuarios cercanos a Cambiemos, la idea de que la oposición manipulaba el caso para perjudicar al gobierno y derrotarlo en los comicios.



En efecto, la estrategia discursiva del gobierno consistió en acusar a la oposición por montar una operación política en su contra con fines electoralistas. El encuadre promovido por los moradores de la burbuja progubernamental fue consistente con la inclusión de noticias que denunciaban que Santiago Maldonado se encontraba en Chile, que había sido visto en el norte del país, que lo habían asesinado militantes afines a la protesta mapuche o que conminaban a Sergio Maldonado, hermano de Santiago, a explicar dónde se había ocultado su hermano. Desde esta comunidad, las principales etiquetas describieron el caso como una estrategia electoral de Cristina Fernández –#CristinaCinica– y lo enmarcaron con un mensaje moral –#ConMisHijosNo– que repudiaba la iniciativa de algunos gremios docentes de brindar información sobre el tema en las aulas. Además, se asociaba la protesta política con hechos de violencia –#ElAgiteDelOdio–.



Durante las primeras semanas del caso, las voces de bajo rango dentro de la jerarquía comunicacional impulsaron la agenda y obligaron a los actores políticamente consolidados a salir a la arena. La respuesta oficial concentró las inconsistencias más visibles. La ministra Bullrich hizo una defensa a ultranza de las fuerzas de seguridad que generó un fuerte rechazo

entre los usuarios opositores. Mientras tanto, el entonces ministro de Justicia y Derechos Humanos, Germán Garavano, ensayó una justificación poco convincente de la investigación judicial que tampoco logró una legitimidad generalizada. El resto de los funcionarios, en particular el presidente Mauricio Macri, se corrió de la escena mediática –tanto de la tradicional como de la virtual– y externalizó la batalla por la narrativa. No es fácil ser oficialismo en Twitter. No lo fue para Cambiemos ni tampoco para el gobierno de Cristina Fernández, en ocasión de algunas conmociones públicas ocurridas durante su mandato. Y es aún más difícil cuando las redes se polarizan, como sucedió con los casos #Nisman, #Tarifazo o #Maldonado. En el caso Maldonado, ese quiebre en el interior de la élite política dejó un resquicio para que otros actores confrontaran con los marcos interpretativos del gobierno.

Así, en la red #Maldonado se formaron dos barrios a ambos lados de la grieta que acogieron narrativas contrapuestas y fueron consistentes con las noticias incluidas en los tuits que más circularon. La comunidad progubernamental embebió links a medios como Clarin.com, Portaldenoticias.com.ar, Infobae.com, Tn.com.ar y Lanacion.com.ar. En las primeras semanas desde la desaparición, los hipervínculos a Clarin.com y Lanacion.com.ar mostraron una tasa de embed^[41] muy baja, coherente con su demora en cubrir el hecho durante la fase inicial de los acontecimientos. Pero durante los últimos días de agosto, cerca de la primera gran marcha en la que se pidió por la aparición de Santiago, la cantidad de vínculos que direccionaban a Clarin.com se disparó hasta ponerse a la cabeza y duplicar aquellos que remitían a Pagina12.com.ar.^[42]

⌵ 🇪🇸 Rodolfo / #MMLPQTP 
@rodolfoCeniz

#GRAVE !! INFORME REVELADOR QUE
PRUEBA LA #DesapariciónForzada DE
SANTIAGO MALDONADO. MIRA EL VIDEO
COMPLETO DEL LINK.
youtu.be/T3b5JJMbhdA

ترجم العربية



١٢:٢٦ - ١٦ سبتمبر ٢٠١٧

👤 ٨١٤ | 🗨️ ٢٦٢ | 📌 ١

 Sushiplanero 
@NunkMasKK

Bloqueado

Sabías q NO HAY PRUEBAS para CARATULAR
la CAUSA MALDONADO como
#DesapariciónForzada?

Se HIZO solo x PEDIDO de la FAMILIA

RT

#LaNocheDeML



11:24 - 26 ago. 2017

🗨️ 99 | 📌 873 | ❤️ 469 | ✉️

La burbuja opositora, por su parte, apoyó sus argumentos en medios como Eldestapeweb.com, Pagina12.com.ar y Minutouno.com, y a través de ellos buscó respaldar el encuadre que vinculaba el caso con los derechos humanos al definirlo como desaparición forzada y responsabilizar a la Gendarmería por lo sucedido, así como al gobierno de Macri y al Poder Judicial por las dilaciones y los vicios comprobados en la investigación llevada a cabo por el juez federal Guido Otranto. Lo llamativo es que, aunque los usuarios que habitaron la comunidad oficialista eran un 50% menos que los de la región opositora y a pesar de que la cantidad de tuits fue un 20% menos que la difundida por las cuentas de la oposición, el número de links insertados por cada usuario progobierno fue mayor que el de los usuarios opositores.

Bullying televisivo

—Lo que vos no querés que yo haga es que la desvirtúe [la entrevista] —inquirió Jorge Lanata a Facundo Jones Huala a los treinta y ocho segundos de comenzada la entrevista, realizada el 27 de agosto de 2017 en la cárcel de Esquel, donde el lonko mapuche se encontraba preso.

—Sí, exactamente.

—Pero yo no necesito desvirtuarla, si vos decís cada barbaridad que no hace falta desvirtuarla —interrumpió el periodista sin disimular la animosidad hacia su interlocutor, hacia la causa mapuche y hacia el estilo de sus reivindicaciones—. ¿A qué vine acá? ¿A discutir marxismo con vos? ¡Contame qué derecho tenés para pedir una tierra en la provincia! —prosiguió.

Lo que había sido anticipado como una entrevista al líder de la comunidad mapuche para el exitoso programa Periodismo para Todos (PPT), que se emitía los domingos por la noche en Canal 13, se convirtió en

un juicio mediático, preparado y ejecutado por Jorge Lanata. La desventaja discursiva de Jones Huala no residía en los argumentos del caso. Tampoco en la menor experiencia mediática o en el contexto político que prevalecía en la Argentina. Su inferioridad en esa escena se asentaba en primer lugar en la selección del jurado –los televidentes– ante los que desfilaría Jones Huala. Cualquier argumento del líder de la RAM estaba condenado a la ignominia incluso antes de comenzar el programa. Jones Huala era solo una excusa para que Lanata se pavonease ante su público. El resultado del debate no podía ser otro que el ridículo, un acto de bullying en el que el asesino indicado se encontraba con la "marca" perfecta, el "patsy" o "idiota útil" para ser operado políticamente en lo que era, de hecho, el lanzamiento de un evento político. Lanata no puso en la vidriera televisiva a los padres de Santiago Maldonado, los directores del Inadi, los abogados del CELS o la ministra Patricia Bullrich. Eligió erigir un juicio mediático que energizara a su base política y acallara a la oposición, publicitando mediante un espectáculo político (Edelman, 1991) un conjunto de elementos de encuadres oficialistas que serían activados por sus seguidores en las redes sociales.

En su presentación, Lanata no moderó ningún ataque. Eso reforzó el hecho de que aquella discusión cargada de diatribas y chicanas se alojara con comodidad en la burbuja oficialista y consolidara la disonancia cognitiva existente entre esos usuarios. El logro discursivo de PPT descansó en la congruencia política con sus espectadores –sus seguidores virtuales–, que entendieron el mensaje político como un acto de comunión con el gobierno y de retaliación ante el caso #Maldonado. En la burbuja propia, la entrevista publicitó un marco interpretativo que presentaba la causa mapuche como patética y la militancia mapuche como un nuevo-viejo monstruo. En esa definición de la situación, Jones Huala fue subsumido en la figura del líder irracional y violento. Lanata logró tornar "real" el encuadre oficialista y, así, hizo que distintos actores políticos y sociales se posicionaran políticamente alrededor de los rasgos de la "realidad" construida en esos términos.

Dialogar o no dialogar

Afirma el dicho popular: "Candidato que va adelante no debate". La explicación de esta frase surge de los modelos de aversión al riesgo (Arrow, 1965; Pratt, 1978), que explican que, en un debate, el político con mejores chances de ganar tiene menos posibilidad de sumar votos extra y, por el contrario, pagará un precio enorme si pierde votos que le pueden costar la elección.

Según la teoría de la agenda setting, los mensajes mediáticos no necesariamente determinan el viraje de los votantes durante el plazo corto de una campaña, menos aún entre quienes hayan tomado su decisión antes de la campaña, y por tanto, la autoselección y la percepción selectiva funcionan como un filtro significativo. En cambio, cumplen un rol importante en la definición y estructuración de las cuestiones decisivas de una campaña (Lang y Lang, 1993). Dado que hablar de un tema supone aumentar su visibilidad, los políticos deben priorizar los temas en los que tienen una ventaja comparativa respecto de sus rivales. La excepción a la regla ocurre cuando un tema es muy importante o sobre el cual nadie tiene control. Como muestran Kaplan y sus colegas, este es uno de los pocos casos en los cuales hay convergencia de temas (Kaplan y otros, 2006). Solo en temas de enorme visibilidad todos hablamos de lo mismo.

Después del silencio

La entrevista de Jorge Lanata a Jones Huala llegó cuatro semanas después de la desaparición de Santiago Maldonado. Durante aquellos veintiocho días, La Nación, Clarín, TN y Lanata le dieron una baja cobertura al caso y se mantuvieron llamativamente ausentes del debate público-mediático, al igual que el gobierno de Cambiemos. Mientras tanto, el espacio en las redes fue ocupado por medios como Página/12, Ámbito Financiero, C5N y fuentes alternativas y comunitarias, que acompañaron a la oposición y a los organismos de derechos humanos. Luego de ese encuentro en la cárcel de Esquel, y en vísperas de la marcha convocada por la oposición, Clarín y La Nación aumentaron de forma significativa su cobertura del caso.

En ciencia política, la decisión de cubrir un tema no solo depende de su noticiabilidad o importancia sino, principalmente, de la propiedad que se tiene sobre él [issue ownership]. La propiedad sobre un tema (Petrocik, 1996) describe las ventajas comparativas que tienen los partidos o actores políticos al hablar sobre determinado asunto. Los demócratas en los Estados Unidos, por ejemplo, son percibidos por los votantes como un partido que tiene la capacidad para incrementar el empleo, mientras que se reconoce en los republicanos la habilidad de reducir la inflación. Es decir, los partidos se muestran creíbles y confiables al expresarse sobre ciertos asuntos, por cuanto se les atribuye idoneidad para manejarlos y pronunciarse sobre ellos (Ansolabehere e Iyengar, 1994).

De acuerdo con esta teoría, cada político debe referirse solo a aquellos temas en los cuales tiene una ventaja comparativa, dado que hablar sobre algo significa otorgarle mayor importancia y visibilidad. Si atraviesa una crisis económica, el gobierno calla sobre la economía mientras que la oposición solo habla de ese tema. La decisión sobre debatir o no debatir no dice mucho sobre los temas a debatir.^[43] Por ello, si cada político hablara sobre distintas cuestiones podría haber debate sin que existiera diálogo. Publicar contenidos relativos a asuntos sobre los que no se posee la propiedad no cambia las preferencias de los votantes, aunque aumenta su visibilidad. En este sentido, es más sencillo y eficaz para ganar una elección cambiar la percepción de lo que es importante que convencer al votante del argumento esgrimido por un político.

En tiempos de polarización, medios oficialistas y opositores se especializan en distintas noticias políticas, no solo porque pueden existir diferencias genuinas sobre qué acontecimientos son o no definidos como importantes sino, además, porque la mayoría de los temas otorgan ventajas comparativas a miembros de distintas burbujas. La inseguridad es tema de primera plana para Clarín o Página/12 cuando estos diarios confrontan con el oficialismo, mientras que está llamativamente ausente cuando el medio se alinea con el gobierno de turno.

En el capítulo anterior, argumentamos que las redes sociales enfocan eventos a partir de la activación de distintos elementos de encuadre a nivel local. Esa activación depende de la decisión de los usuarios de visibilizar

contenidos que otorgan una ventaja comparativa. Imaginemos que River Plate compite en la Copa Libertadores... cabe pensar que el hincha de Boca hablará, comentará y opinará sobre el campeonato local. Los medios tradicionales buscan forjar determinados encuadres alrededor de temas sobre los cuales tienen (o buscan tener) propiedad. Si no poseen propiedad sobre el tema, vacían el espacio mediático.

Algunos asuntos, sin embargo, son demasiado importantes como para dejarlos vacantes y, en esos casos, oficialistas y opositores se ven obligados a "dialogar" (véase el recuadro "Dialogar o no dialogar"). Es decir, convergen sobre los mismos temas para presentar distintas narrativas y competir con encuadres contrapuestos. La relación entre los medios tradicionales y las redes sociales está marcada por ese proceso de ingreso estratégico, que consiste en abandonar temas sin propiedad en manos de otros actores hasta que esos asuntos se vuelven "demasiado importantes" como para permanecer callados.

Mayoristas mediáticos y elementos de encuadre

Como discutimos en el capítulo anterior, las redes sociales construyen una interpretación política de los eventos a partir de la activación selectiva de contenidos en los muros de los usuarios. Sin embargo, no todos los usuarios tienen la misma probabilidad de producir contenidos, ni tienen igual cantidad de seguidores, ni la capacidad para coordinar intervenciones en las redes sociales.



Mirá la tensa entrevista de Jorge Lanata con Facundo Jones Huala, el líder de la Resistencia Ancestral Mapuche.
eltrecetv.com.ar/periodismo-par ...



19:09 - 27 ago. 2017



Consideremos la entrevista a Jones Huala tal y como fue publicitada por @PPT_oficial (750.000 seguidores), difundida por la cuenta @eltreceoficial (4,5 millones de seguidores) y comentada por @atlanticsurff (110.000 seguidores). Una gran cantidad de usuarios siguen a las tres cuentas, pero @eltreceoficial llega en forma directa a, por lo menos, 3,5 millones de usuarios. Estos usuarios solo podrían acceder a las publicaciones de @PPT_oficial o @atlanticsurff si el contenido fuera activado por otros usuarios en sus comunidades. Por tanto, mientras que algunos seguidores ven la publicación de @PPT_oficial o el comentario de @atlanticsurff, la mayoría ve solo uno de esos contenidos. Es decir, aquellos contenidos que son compartidos y activados mediante usuarios que ambas cuentas tienen en común.



eltrece @eltreceoficial · 27 Aug 2017

"Esto es terrorismo de Estado", sentencia **Jones Huala** en la entrevista con Jorge Lanata #DeQuienEsLaTierra @PPT_oficial

Translate Tweet



Jones Huala en la cárcel de Esquel

Powered by SnappyTV

76 52 131



Diego Álzaga Unzué

@atlanticsurff

Follow

#DeQuienEsLaTierra Mi cielo Jonas Huala es solo un pelotudo divino, similar a Luis D'Elía pero disfrazado de indio.

Translate Tweet

10:22 PM · 27 Aug 2017

897 Retweets 1,869 Likes



81 897 1.9K



Las asimetrías entre usuarios hacen que la probabilidad de observar elementos de encuadre en cualquier lugar de la red social sea desigual. La competencia entre marcos interpretativos propuestos por los medios tradicionales, por ende, tiene lugar en el contexto de la activación en cascada de elementos de encuadre que, con probabilidad y frecuencia distintas, aparecen en los muros de ciertos usuarios.

Por tanto, aun cuando la intención de los medios y de los políticos sea irrumpir en las redes y disputar el control de la agenda, el caso #Maldonado evidencia que la activación de contenidos por parte de los usuarios de las distintas comunidades altera la intención original de esos actores y construye narrativas que son localmente diversas.

No hay duda de que el encuadre de la cuestión mapuche promovido por Lanata era congruente con la cosmovisión de los usuarios cercanos a Mauricio Macri, algo fundamental para que los contenidos fuera activados y se propagaran por la comunidad oficialista de la red. Sin embargo, la activación del contenido, en la que interviene una gran cantidad de cuentas, sustrae, a su vez, el control editorial que ejerció el programa de Lanata. La

activación en cascada del encuadre ofrecido por Jorge Lanata puede aumentar su relevancia entre los públicos o reducirla, en la medida en que los propios usuarios acuerden o no con los contenidos difundidos por el periodista.

Por ejemplo, el tuit de @atlanticsurff tuvo muchos más likes y retuits que las publicaciones de @PPT_oficial y de @eltreceoficial. Ese mensaje vinculó a Jones Huala en forma mucho más directa con el gobierno de Cristina Fernández, al habilitar el contenido "Luis D'Elía" en su publicación, que circuló conjuntamente con el contenido "Jones Huala".

¿Existió coordinación entre el enfoque de Jorge Lanata y su edición en las redes sociales por parte de @atlanticsurff? Es posible. Pero lo que nos interesa destacar es que el encuadre que resulta de la activación en cascada de contenidos está fuera del control de Jorge Lanata y de @atlanticsurff, dado que la frecuencia con la que observamos estos contenidos en nuestros muros depende de la decisión independiente de gran cantidad de usuarios.

¿Es posible controlar este proceso de activación en cascada? Sí, pero solo en la medida en que se controle un amplio conjunto de cuentas de usuarios administradas de manera centralizada. De allí que la creación de centros de comunicación con un número importante de cuentas coordinadas sea un área prioritaria de inversión por parte de quienes buscan incidir en las redes sociales en forma sistemática y coordinada.

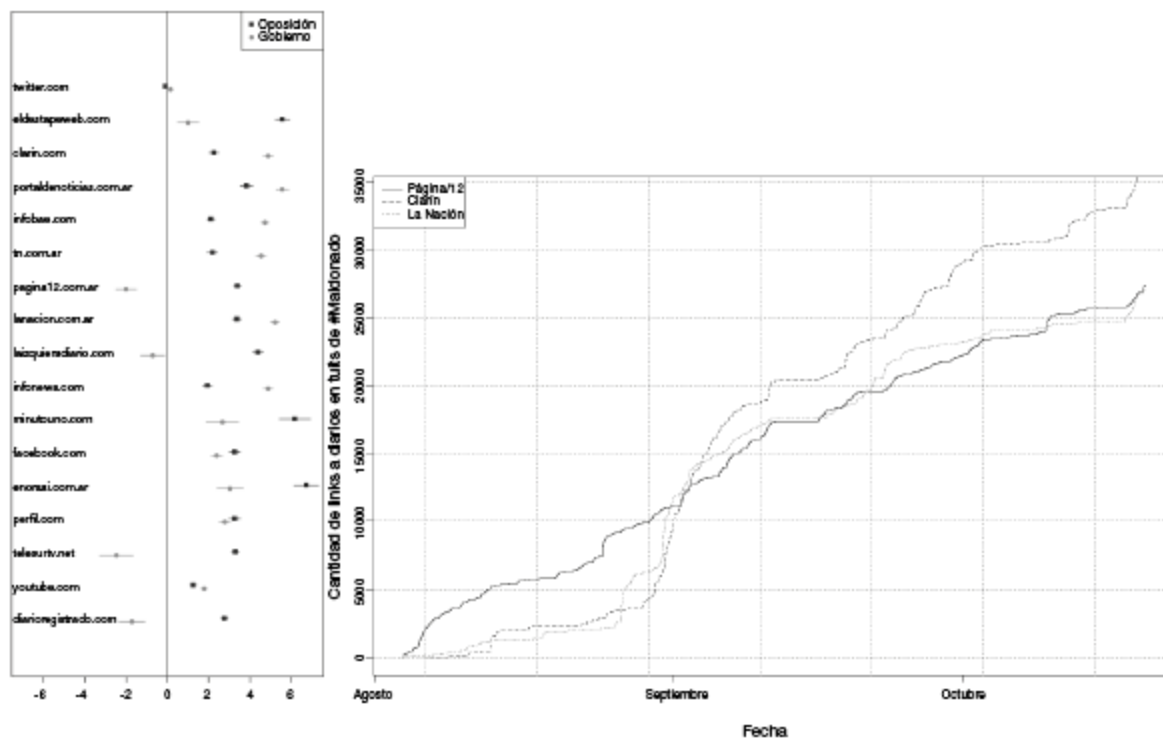
Entrar al ruedo

En el mes que siguió a la desaparición de Santiago Maldonado, desde los primeros días de agosto hasta la realización de la entrevista de Lanata a Jones Huala en PPT, la narrativa de las redes sociales estuvo dominada por contenidos producidos por usuarios cercanos a la oposición. Aquella entrevista marcó un punto de inflexión en la estrategia comunicacional del gobierno, que pasó del silencio a encarnar una contranarrativa que buscaba disputar la definición que hasta el momento se había asignado a los hechos y los actores involucrados en el caso. Como muestra la figura 8.1, el

número de hipervínculos a Clarín y La Nación insertados en Twitter fue muy bajo en las cuatro semanas posteriores a la desaparición de Santiago Maldonado, pero creció rápidamente a partir del 27 de agosto. Mientras que durante el mes de agosto el hashtag #Maldonado predominó entre usuarios opositores, la intensidad de los mensajes oficialistas aumentó en forma dramática a partir de septiembre.

Los elementos de encuadre que durante el primer mes dominaron en la oposición y circularon sin disputas fueron confrontados por una estrategia comunicacional clara, activa y coordinada luego de la movilización que se organizó para el 1º de septiembre. A partir de la convocatoria pública a esa marcha, cada comunidad activó elementos de encuadre distintos que, en conjunto, produjeron una narrativa opositora y una oficialista. El cambio de estrategia en el oficialismo comenzó a revertir la definición de la situación que hasta entonces había logrado ser mayoría en las redes, aun cuando su activación se concentrara sobre todo entre usuarios afines a la oposición.

Figura 8.1. Links a los principales medios en el caso #Maldonado y activación de vínculos a Página/12, Clarín y La Nación en #Maldonado



>br/>

Nota: El gráfico de la izquierda describe la tasa de inserción de hipervínculos [poisson-log], distinguiendo entre usuarios que se ubican del lado de la oposición y aquellos que comulgan con el gobierno. La comunidad afín al gobierno pone vínculos con mayor frecuencia a Clarín, Portal de Noticias, Infobae, TN, La Nación e Infonews. La oposición, por su parte, inserta con más frecuencia vínculos a El Destape Web, Página/12, Minuto Uno, En Orsai, Telesur TV y Diario Registrado. El gráfico de la derecha muestra la evolución en el número de links insertados en tuits de #Maldonado para Página/12, Clarín y La Nación.

La contraofensiva oficial logró que las definiciones de Lanata tuvieran un efecto de verdad en la región oficialista, dentro y fuera de las redes. La legitimidad de la "lucha por la recuperación de territorios ancestrales" devino "toma ilegal y reclamo violento de tierras privadas". En apoyo a estas visiones en conflicto se activaron diversos elementos de encuadre publicados en medios tradicionales oficialistas y opositores.

"Lo que no sé es dónde está Santiago Maldonado"

La decisión del gobierno de construir una narrativa oficialista ocurrió poco después de que en las redes se produjera un evento en general atípico. El elemento de encuadre más importante en la comunidad opositora fue impulsado desde usuarios de bajo grado (aquellos que tienen pocos seguidores), quienes comenzaron a producir una familia de contenidos en lugar de limitarse a retuitear a las autoridades de su propia burbuja. Tres semanas después de la desaparición de Santiago Maldonado, decenas de miles de publicaciones empezaron a activar el mismo elemento de encuadre, escribiendo variaciones de la consigna: "Soy [nombre] y estoy en [lugar], lo que no sé es dónde está Santiago Maldonado". En un escenario dominado por celebrities, dirigentes políticos de peso y empresas mediáticas, los medios tradicionales y los usuarios de mayor influencia fueron sorprendidos por una creciente actividad desde abajo que vulneró la capacidad de forjar un enfoque generalizado y homogéneo del caso.

En la semana previa a la entrevista de Jorge Lanata, las redes sociales se vieron inundadas por una enorme producción de tuits con el mismo formato –"Lo que no sé es dónde está Santiago Maldonado"– y por una alta tasa de retuiteo de esos mensajes. En ese escenario, la entrevista de Jorge Lanata no tenía un valor noticioso por fuera del contexto que le daba lugar, ya que había sido pensada para anular la creación masiva de contenidos desde usuarios de bajo grado. Algunos meses después se observaría una dinámica comunicacional similar con la red #AbortoLegal, cuando también se asistió a la creación masiva de elementos de encuadre de usuarios con un número modesto de seguidores.

La entrevista de Lanata marcó la salida al terreno por parte del gobierno, que buscó reencuadrar el caso #Maldonado sostenido en la vivificación de la RAM y el desmantelamiento de la figura de Santiago Maldonado como víctima. Mientras desde la oposición las redes sociales dejaron de ser correas de transmisión de actores consolidados al promover una agenda alternativa que venía desde abajo, la construcción de contraencuadres por parte del gobierno se promovió "desde arriba".

La vacancia mediática que siguió a la desaparición de Santiago, "autorizada" por el silencio oficialista en las redes, tuvo consecuencias negativas para la política comunicacional del gobierno. La narrativa opositora plebeya, que en forma disruptiva exhortó a los votantes a volcarse a la arena política para definir y redefinir de manera colectiva el caso Santiago Maldonado como un evento de desaparición de persona, forzó una respuesta por parte del oficialismo. Durante la última semana de agosto, no preguntarse dónde estaba Maldonado ya no era una opción. De allí en más, el gobierno salió a dar una serie de respuestas posibles: Santiago Maldonado se había escondido, se encontraba en Chile o en Europa, estaba conspirando. Cada uno de esos atributos discursivos sería activado en distinta medida por los usuarios (reales o fakes) afines al gobierno.

Nicolás Wiñazki retwitteó



Radio Mitre @radiomitre · 9 oct. 2017

Revelan que apareció la mochila y uno de los celulares de Santiago Maldonado: estaban en poder del hermano.



Revelan que apareció la mochila y uno de los celulares de Santiago Maldonado: estaban en ...

radiomitre.cienradios.com

619

921

804



En este contexto, resulta interesante analizar el recorrido del hashtag #SergioDondeEstaTuHermano, surgido a partir de una noticia convencional. Sergio Maldonado se reunió con el juez federal Gustavo Lleral^[44] y le entregó una mochila perteneciente a Santiago. La noticia se tituló "Revelan que apareció la mochila y uno de los celulares de Santiago Maldonado".^[45] Haber usado el verbo "apareció" y el artículo "la" en lugar de "fue entregada" y "una" generó confusión, ya que una gran parte de la opinión pública asumió que la mochila recibida por el juez era la que llevaba Santiago Maldonado el día en que desapareció. La noticia tuvo tal repercusión en las redes sociales –con acusaciones a Sergio de haber escondido a su hermano–, que la familia emitió un comunicado en el que se afirmaba:

Sergio [Maldonado] concurrió a la casa donde vivía su hermano y retiró algunas pertenencias personales de Santiago entre las que se encontraba una mochila de tatuador con elementos para tatuar y otras pertenencias.

La información falsa sobre la mochila de Santiago no se propagó porque buscara tergiversar o desinformar, al menos no como propósito determinante y excluyente. Su difusión responde, sobre todo, a mecanismos impersonales, estructurales, difíciles de regular. La etiqueta #SergioDondeEstaTuHermano fue creada, acogida y viralizada porque era consistente con el imaginario cultural y el espíritu del momento. En efecto, las redes sociales no buscan producir enunciados verdaderos sino actos performativos que nos identifican como comunidad (Aruguete y Calvo, 2018b).

El evento crítico de la red #Maldonado

Aquel "evento crítico" –término acuñado por Pride (1995) para describir acontecimientos dramáticos como crisis económicas, desastres ambientales, confrontaciones físicas, iniciativas estratégicas de organizaciones o movimientos sociales o nuevas políticas públicas– inició una nueva etapa de la red #Maldonado, en la cual activistas civiles, periodistas, medios e instituciones oficiales pugnaron por instalar su definición de la cuestión. La puja fue virando en función de la propagación alcanzada por las narrativas contrapuestas, que cubrieron los 7,5 millones de tuits que mencionaron el nombre "Santiago Maldonado", entre el día de su desaparición y el hallazgo del cuerpo el 17 de octubre en aguas del río Chubut, muerto –según el informe de la autopsia– por "asfixia por sumersión coadyuvada por hipotermia".

Distintos usuarios de la red #Maldonado citaron medios de comunicación tradicionales que, implicados en la disputa narrativa, se convirtieron en promotores de premisas que calaron hondo en sus comunidades de pertenencia. Aunque las redes sociales se mantuvieron como un espacio jerárquico y concentrador de información (Calvo, 2015; Aruguete y Calvo, 2018a), en las primeras semanas de la desaparición de Maldonado se asistió a una suerte de democracia representativa, con los usuarios demandando la difusión de ciertos eventos que consideraban

relevantes. Sin llegar a configurar una democracia directa, la expresión de las mayorías se hizo presente y empujó a las instituciones mediáticas tradicionales a dar visibilidad a un tema sobre el que habían optado por permanecer callados.

Aquel silencio mediático inicial que concedió a otros la oportunidad de controlar la narrativa, la progresiva saturación informativa en medios de prensa y audiovisuales que vulneró el discurso instalado originalmente como legítimo y las transformaciones que ello ocasionó en ese diálogo político virtual ameritan analizar la dinámica que fue adquiriendo la relación entre medios tradicionales y plebe tuitera durante el tiempo que duró el caso #Maldonado.

Evento clave

Los disturbios y ataques incendiarios en distintas ciudades alemanas después de su reunificación –Hoyerswerda en 1991, Rostock y Mölln en 1992, y Solingen un año después– aceleraron el debate público, político y mediático sobre las causas y consecuencias de la violencia contra los extranjeros y los solicitantes de asilo. Hans-Bernd Brosius y Peter Eps (1995) denominan estos episodios como "eventos clave" [key events], en la medida en que confrontan a los periodistas y sus interlocutores con una situación relativamente desconocida, difícil de evaluar y de clasificar. Al final de esa "etapa de orientación" surgen nuevos criterios para clasificar ese evento y los acontecimientos similares subsecuentes. Los eventos clave son "prototipos", esquemas que guían nuestra comprensión de la realidad social y tienen la capacidad de señalar atributos comunes de objetos, personas y sucesos. Por ello, los acontecimientos posteriores que comparten atributos similares se conectarán con mayor facilidad y se considerarán típicos del problema en cuestión. Los eventos clave interpelan la labor periodística tanto en la instancia rutinaria, donde los prototipos son un elemento estabilizador, como en la fase de

orientación, donde se recrean o cambian los marcos de referencia para la configuración de la cobertura posterior de hechos similares.

Espectáculo político y resonancia

La entrevista de Lanata a Jones Huala no fue noticia por su contenido. Por cierto, habría languidecido confinada a espacios de poca visibilidad si esa confrontación hubiese tenido lugar antes del 1º de agosto de 2017. En parte porque la evaluación de la noticiabilidad –sugiere Tuchman (1983)– es un fenómeno "negociado"; en parte, también, porque los medios tradicionales no pudieron desconocer el estallido virtual que se produjo en los días previos a aquella entrevista, que reclamaba la aparición con vida de Santiago Maldonado.

Pero para acceder al juego de la política y lograr repercusión, algunos periodistas subordinan las noticias a una lógica dramática. En su entrevista, Lanata aceptó los rasgos propios del espectáculo político: focalizó su atención en las vicisitudes y en los dichos de un personaje y despreció el contexto complejo que originaba su reclamo. Más aún, la dramatización del combate político-mediático fue definida desde un enfoque moral e individual que ignoró los aspectos estructurales de una cuestión. La urgencia por hurgar en la vida privada de las celebridades o enfatizar las actuaciones heroicas o escandalosas de personas comunes tiene un trasfondo ideológico, en la medida en que las causas subyacentes y los procesos políticos quedan en segundo plano, lo que hace que no sean recordados por mucho tiempo.

Lo que empieza como un evento crítico que obliga a distintos actores a disputar el sentido de una cuestión se convierte en lo que Brosius y Eps (1995) definen como un evento clave (véase el recuadro "Evento clave"). Ese concepto nos ayuda a reflexionar sobre los esquemas periodísticos de selectividad y la atención que prestan a determinados acontecimientos. En efecto, los criterios de selección de noticias no están gobernados por aspectos intrínsecos de los hechos. Si fuera así no podría entenderse por qué recién a partir del 28 de agosto los tuits que incluían vínculos al diario

Clarín, cuyas noticias casi no habían sido consideradas hasta entonces, se dispararon al primer puesto y mantuvieron un nivel comparativamente alto en relación con los otros medios analizados. La cobertura intensiva y el impacto mediático duradero de los acontecimientos son prerequisites de los eventos clave, esquemas mentales que organizan y guían nuestra construcción y comprensión de la realidad social.

La confrontación de narrativas en el caso #Maldonado, expresión máxima de la polarización argentina en la elección legislativa de 2017, fue causa y efecto de la segregación informativa por la cual distintos usuarios se exponen a contenidos que se ajustan a sus preferencias y aumentan el placer informativo que deviene de compartir códigos comunes. Esa dinámica de diseminación de mensajes involucra los artículos publicados por medios tradicionales y no tradicionales, de allí que se observe distinta propensión por parte de los usuarios a insertar enlaces a notas de determinados medios tradicionales.



Como en el caso del crédulo Mr. Tucker, descripto en el capítulo 1, la polarización existente fue clave para la producción de contenidos que interpretaron la desaparición de Santiago Maldonado como una expresión del terrorismo de Estado o como un acto político opositor destinado a influir en las elecciones. Desde el punto de vista de la creación de contenidos, el gobierno optó por no hablar del tema durante el primer mes y decidió tratar de vaciar el espacio mediático mediante ataques liderados por cuentas no verificadas de usuarios cercanos al gobierno, como @atlanticsurff.

Con la salida al ruedo de los medios tradicionales, los usuarios afines al gobierno no solo recibieron mayor cantidad de mensajes, sino que además desempeñaron un papel central en la activación de esos contenidos. En efecto, la "pobreza" relativa de contenidos en la burbuja oficialista también limitó las opciones de activación por parte de los usuarios, que quedaron a merced de trolls oficialistas. Cuando los medios tradicionales se incorporaron al debate, la oferta de contenidos aumentó de manera considerable, así como la posibilidad de comunicar elementos de encuadre noticiables en lugar de limitarse a retuitear insultos y chicanas.

Si bien la línea editorial de los medios de comunicación incluidos en los posteos fue desde un primer momento coherente con el encuadre de las distintas regiones de #Maldonado, en este capítulo destacamos que también los vacíos informativos fueron cognitivamente coherentes. El modelo de fusión de agendas explica la conformación de burbujas de información, en las que los individuos reciben y procesan los acontecimientos en función de sus creencias ideológicas previas y del grado de conectividad que mantienen con sus pares en línea (Barberá y otros, 2015). Más importante aún, la fusión de agendas pone de manifiesto la conformación de asimetrías informativas. Si bien es cierto que el que calla otorga, la disonancia cognitiva explica los silencios informativos en ambos lados de la grieta.