

Comunicación y Participación Ciudadana en la Red

TEMA 13. PROPAGANDA POLÍTICA A TRAVÉS DE LOS SOCIAL MEDIA.


Prof. Teresa Sandoval Martín

Esta obra se publica bajo una licencia [Creative Commons License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



Introducción

- ❑ Jamás en la historia la democracia había estado tan extendida por todo el mundo como hoy día.
- ❑ Sin embargo, multitud de hechos muestran una creciente y generalizada crisis de legitimidad que afecta a gobiernos, parlamentos, partidos y políticos de todo el mundo.
- ❑ Al considerar internet como la más reciente tecnología de libertad, se aclama su difusión como salvadora potencial de los males políticos de la representación y la participación.

- ❑ Las TIC pueden activar la información ciudadana y la participación política, abriendo posibles vías para llevar la toma de decisiones más allá de las instituciones políticas. (Sey y Castells, 2006).
 - ❑ No obstante, cualquier tecnología se ve configurada por sus usos y por sus usuarios.
 - ✓ De ese modo, la burocracia política intentará usar internet como tablón de anuncios para la comunicación unidireccional.
 - ✓ Por otra parte, una ciudadanía activa puede encontrar en internet el medio para sortear los filtros de los medios de masas y los aparatos de los partidos y para crear redes con las que afirmar su autonomía colectiva.
- 

Usos de internet en el proceso político

- ❑ Lo primero que hace la mayor parte de los candidatos políticos tras presentarse a unas elecciones es establecer un sitio web.
- ❑ Los parlamentos y las instituciones gubernamentales de todo el mundo están transfiriendo gradualmente sus actividades a la red.

The screenshot shows the Obama-Biden campaign website. At the top, there is a navigation bar with links for 'HOME', 'ABOUT', 'ISSUES', 'NEWS & MEDIA', 'EVENTS', 'BLOG', 'COALITIONS', 'ACTION', 'STORE', 'CONTRIBUTE', and a search bar. The main header features the Obama-Biden logo and a quote: "I'M ASKING YOU TO BELIEVE. Not just in my ability to bring about real change in Washington... I'm asking you to believe in yours." Below this, there is a 'FIND YOUR POLLING LOCATION' button and a 'LAST CHANCE TO DONATE' button. The central area is titled 'VOLUNTEER NEAR YOU' and includes a 'FIND YOUR LOCAL VOLUNTEER EVENT' section with a 'Zip Code' input field and a 'LEARN MORE' button. To the right, there is a '5 THINGS YOU CAN DO' section with 'VOLUNTEER' as the main heading, and sub-sections for 'KNOCK ON DOORS', 'MAKE CALLS', 'FIND EVENTS', and 'LOGIN to MyBO'. The bottom left section is titled 'OBAMA BLOG' and features an article titled 'American Stories, American Solutions' with a sub-heading 'Tonight, the campaign aired a special 30 minute program in which Barack addressed the nation about his plan for the country and the issues that are at stake in this election...'. The bottom right section is titled 'DRIVE FOR CHANGE' and features a 'TRAVEL TO A BATTLEGROUND STATE' button and a 'LEARN MORE' button.

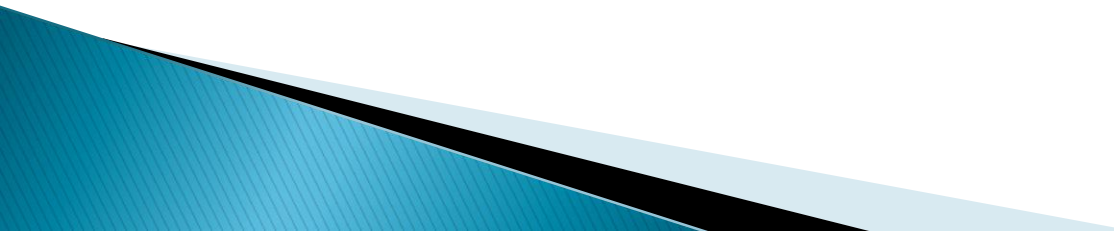
The screenshot shows the McCain-Palin campaign website. At the top, there is a navigation bar with links for 'HOME', 'ABOUT', 'ISSUES', 'NEWS & MEDIA', 'EVENTS', 'BLOG', 'COALITIONS', 'ACTION', 'STORE', 'CONTRIBUTE', and a search bar. The main header features the McCain-Palin logo and the slogan: "COUNTRY FIRST. REFORM + PROSPERITY + PEACE." Below this, there is a 'VOTE EARLY OR ABSENTEE IN YOUR STATE:' section with a 'Select State' dropdown menu and a 'CLICK HERE' button. The central area is titled 'WATCH THE NEW TV AD: "Compare"' and features a video player with a 'LEARN MORE' button. To the left, there is a 'DONATE TODAY COMPLIANCE FUND' section and a 'WHY VOTE McCain READ MORE' section. To the right, there is a 'VOLUNTEER HQ' section with a 'MAKE A CONTRIBUTION' button and a 'TOTAL POINTS' counter showing '0'. Below this, there is a 'Join the Team' section with a 'Your Email' input field and a 'SIGN UP' button. The bottom left section is titled 'In The News' and features an article titled 'Hilary Clinton Supporters And Women For McCain Leadership React To Barack Obama's'. The bottom right section is titled 'Photos of the Week' and features a gallery of photos.

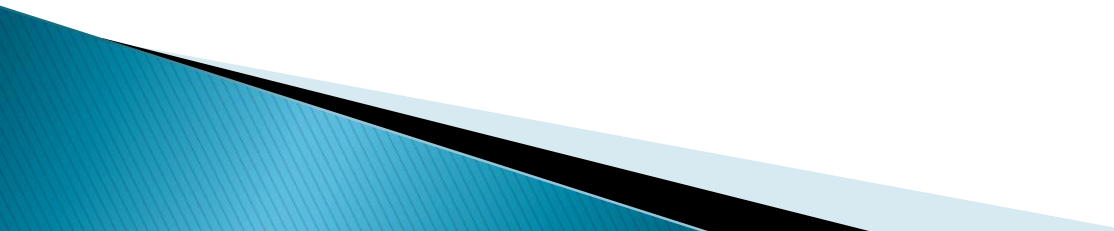
- ❑ Sin embargo, a pesar de esta expansión de la comunicación política online:
- ✓ Apenas ha habido cambios reales en la estructura y el comportamiento de la política formal.
- ✓ No se han cubierto las expectativas de una mayor deliberación e interconexión entre ciudadanos y políticos, ya que internet se ha utilizado generalmente para facilitar la información en un único sentido:

POLÍTICOS



PÚBLICO


- ✓ A igual que los medios tradicionales, internet es más valorado por los políticos como instrumento para difundir información a los medios y al público en general, aunque también resulte efectivo para movilizar votantes y mejorar la interacción.
 - ✓ A pesar de ello, los usuarios de la red se ven a menudo incapaces de encontrar la clase de información política que desean, porque ésta a veces es superficial, no-analítica o si es de calidad es de difícil acceso.
- 

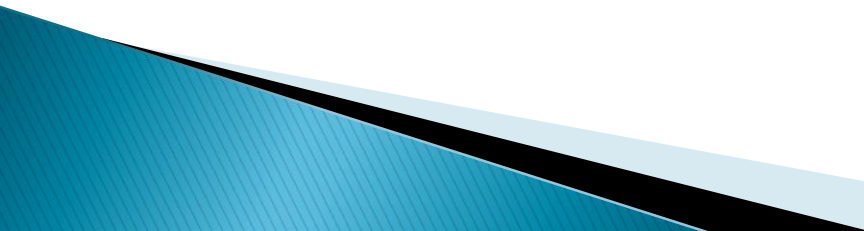
- ✓ Los políticos suelen ser reacios a participar activamente con su público dentro o fuera de la red y los sitios políticos ofrecen a veces menos opciones interactivas que otros sitios web en periodo de campaña.
 - ✓ En general, la aceptación generalizada de internet como herramienta para las campañas y los programas políticos no se ha traducido en un proceso político más abierto y participativo.
- 

Límites políticos de la política en internet

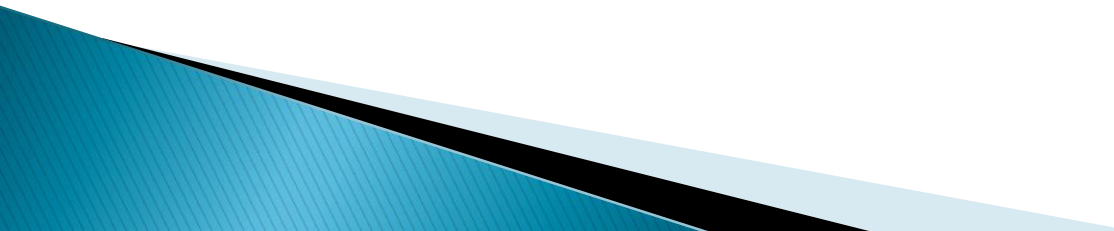
Según diferentes estudios:

- ❑ El aprovechamiento limitado de las posibilidades democráticas de internet por parte de los políticos puede atribuirse a sus percepciones del medio o a las características, preferencias y motivaciones de los políticos.
- ❑ Pocos políticos consideran internet como una fuerza que es preciso tener en cuenta, subestiman así su potencial democratizador.
- ❑ Este sentimiento trasluce una desconfianza general hacia la participación pública en la política.
- ❑ De hecho, el aprovechamiento de los beneficios de la tecnología internet resulta especialmente problemático para los entes parlamentarios.

- ❑ Existen distintas percepciones sobre el rol de internet en la política.
 - ✓ La que más ha predominado es la que trata de la adquisición de información para tomar decisiones durante las campañas y elecciones.
 - ✓ Exceptuando las últimas campañas presidenciales norteamericanas, las campañas políticas online se centran en la explicación de la postura del candidato sobre ciertos temas que en otros tipos de participación, como la organización de manifestaciones, la relación con las autoridades y la construcción de relaciones con individuos y organizaciones.
- 

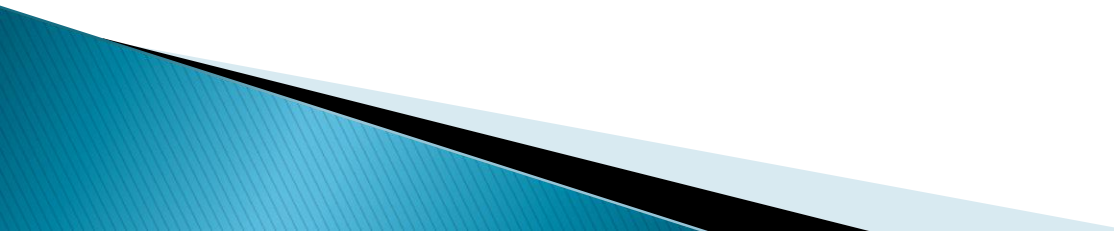
- ✓ Esto se ajusta al paradigma político dominante (el modelo administrativo de interacción Estado-ciudadano), que prioriza las actividades internas y la provisión lineal de información a los ciudadanos, frente a los modelos de consulta o participación.
 - ✓ No extraña se mantengan viejos modelos mientras los políticos se acostumbran a los métodos emergentes y encuentran maneras efectivas de trabajar con ellos.
 - ✓ No obstante, la razón fundamental del predominio del viejo modelo deriva de la resistencia por parte de los políticos a perder el control sobre el proceso...
- 

- ✓ En las campañas y en la política en general se produce una obsesión por controlar el mensaje (véase multitud de ejemplos en la serie televisiva El lado oeste de la Casa Blanca) y los candidatos temen esa pérdida de control sobre el proceso.
- ✓ En internet, los usuarios pueden no sólo intercambiar información que quizás no esté “en el mensaje”, sino que tanto simpatizantes como oponentes tienen la capacidad (gracias al hipertexto y a otros atributos de la red) de producir nuevos mensajes usando información de la campaña sin la aprobación de ésta.
- ✓ Por ejemplo: En enero de 2008, el cantante norteamericano Will.i.am escribió una canción, "Yes we Can" en apoyo a la campaña presidencial de Barack Obama, que a su vez se convirtió en un video musical dirigido por Jesse Dylan. La letra de la canción está compuesta casi en su totalidad por citas que dijo Obama en sus discursos anteriores. El [vídeo](#) posee numerosas apariciones de personajes famosos como Scarlett Johansson, entre otros. El vídeo fue posteriormente incorporado en la campaña.

- ✓ Por consiguiente, las instituciones políticas suelen desarrollar para internet sólo aquellos aspectos de las campañas menos sujetos a manipulación y a recibir aportaciones de los usuarios y más en sintonía con la manera en que ellos piensan que la política debe dirigirse.
- 

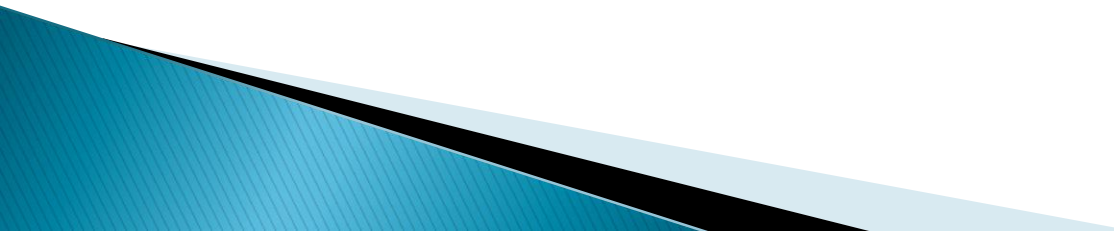
Internet como medio de autonomía política


- ❑ Hoy en día los usuarios pueden acceder a más información de las campañas que las que les ofrecen los medios de comunicación de masas.
- ❑ Además, internet permite a los usuarios comunicarse sin la intervención de los políticos para deliberar sobre los programas y el apoyo a los candidatos a través de blogs y foros.
- ❑ Diversos estudios demuestran que los ciudadanos pueden tomar decisiones en las circunstancias adecuadas. Por ejemplo: se han realizado experimentos en EEUU y en varios países europeos en los que reunieron a votantes para que hicieran preguntas a expertos y debatieran posteriormente entre ellos y se demostró que los ciudadanos podían deliberar sobre temas complejos y resolver negociaciones complicadas. Estos jurados podrían ser sustitutos de los políticos profesionales (*The Economist*, 2003).

- ❑ Pero entre los ciudadanos también existen diferencias en el tipo de participación política que desean. Y ello puede ser un factor decisivo en la configuración de la política dentro y fuera de internet.
 - ✓ Por ejemplo: en Gran Bretaña muchos afiliados a los partidos políticos prefieren una estructura que fomente la comunicación afiliado–partido en vez de la comunicación afiliado–afiliado.
 - ✓ Esto explica que en 2003 sólo el 17% de los internautas británicos eran políticamente activos, en comparación con el 30% de la población digital norteamericana.
- 

El nacimiento de la política en la red

- ❑ Mientras internet se utilice como una reproducción de la política de arriba abajo controlada por la maquinaria partidista en una relación de mercado con los ciudadanos, su valor añadido es limitado y su capacidad para alcanzar a la opinión pública tremendamente inferior a la de los medios de masas.
- ❑ Sin embargo, cuando los ciudadanos individuales, las organizaciones y los emprendedores políticos se implican en un proyecto autónomo para rediseñar el proceso político, internet se convierte en la plataforma adecuada. (Castells)

- ❑ Esto se debe a su potencial para crear redes muy extensas basadas en conexiones individuales multidireccionales.
 - ❑ La participación en una red política interactiva es una expresión de compromiso con una opción política personal.
 - ❑ La política en red es una política individualizada.
 - ❑ La política en los medios es una política de masas.
- 

- ❑ La **ciberdemocracia** promueve el ideal de democracia directa.
 - ✓ Considera la creación de comunidades virtuales un elemento central para la construcción de la democracia del Siglo XXI.
 - ✓ Las formas de participación política son la discusión y la promoción de la actividad política.
 - ✓ Considera que crear y administrar encuentros electrónicos entre ciudadanos y representantes puede contribuir a la deliberación política basada en la opinión de los ciudadanos y trazar nuevos sentidos de pertenencia al electorado.
- 

- ❑ Howard Rheingold (2000) considera las comunidades virtuales como nueva esfera pública y cambio de ideas, debate y movilización de opiniones.
- ❑ Para Gibson y Ward (2000) pueden darse tres escenarios -posibilidades- con la incorporación de las TIC a la política:
 - ✓ *Revolución*: el papel representativo de las organizaciones políticas es sustituido por la intervención directa de los ciudadanos en su autogobierno.
 - ✓ *Reforma*: se intenta lograr una mayor transparencia y responsabilidad en la relación con los ciudadanos.
 - ✓ *"Politics as usual"*: impacto reducido, uso de las TIC para diseminar propaganda, hacer marketing político y menos interactividad real. Continuación del modelo televisivo.

- ❑ La democracia electrónica puede utilizar diferentes técnicas:
- ✓ E-acceso: mejorar el acceso a documentos oficiales e información política. La más difundida en webs de gobiernos y partidos.
- ✓ Técnicas para incrementar la participación:
- @ E-consulta: foros, invitación al envío de emails, chat con líderes políticos o plantear varias opciones para elegir alguna/s.

P. ej: Consulta ciudadana del Ayuntamiento de Tarrasa. Abril 2010.

@ E-solicitud: permite a los ciudadanos iniciar una solicitud referente a una materia pública.

P. ej: en el Reino Unido se envían al Primer-ministro. Diversidad de temas: cierre de una escuela, contra la Guerra de Irak (14.500 firmas).

@ E-voto: A) sustitución de voto en papel por voto electrónico. B) idem pero de un lugar y ordenador cualquiera.

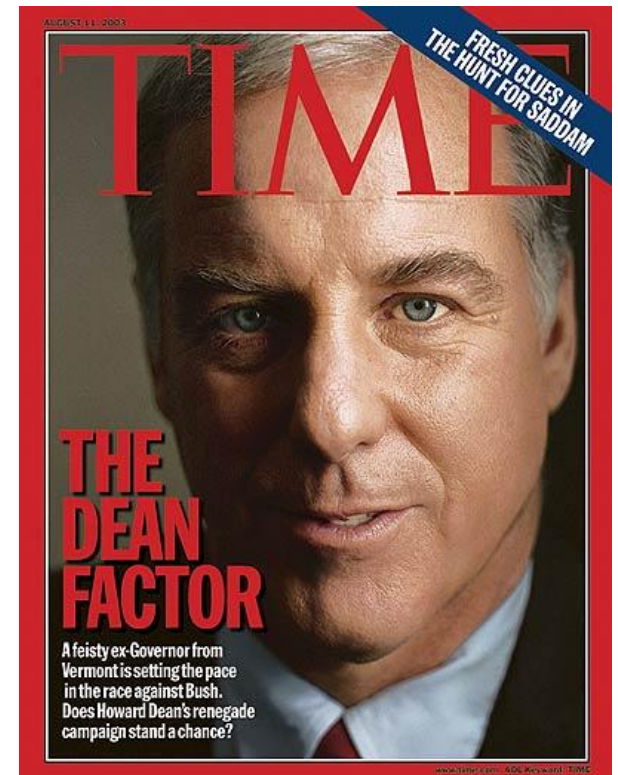
Hay dos categorías:

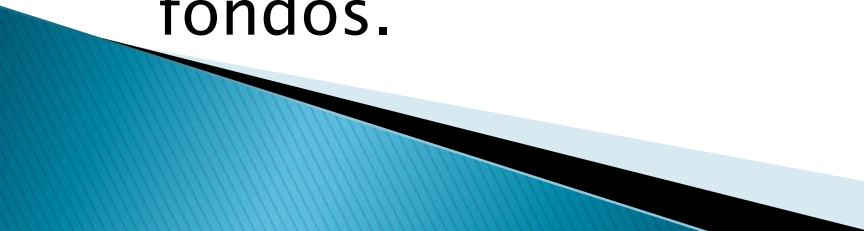
⇒ E-referendo: puede ser o no condicionante de las políticas o bien tener carácter meramente informativo y ser iniciado por ciudadanos o por gobierno.

⇒ E-elección: votación por internet para elecciones.

Dos momentos de cambio: Howard Dean (2003) y Barak Obama (2008)


- Howard Dean, uno de los 9 candidatos del Partido Demócrata en las elecciones presidenciales de 2004 hizo de internet parte integral de su estrategia, dirigiendo una campaña virtual que superó a las restantes en captación de fondos online, movilización de base e interactividad.
- Permitted the sympathizers to collaborate through a wide range of participation options.



- ❑ La campaña de Dean aprovechó las tres ventajas de la comunicación por internet:
 - ✓ 1. Difusión de información
 - ✓ 2. Movilización
 - ✓ 3. Interactividad
 - ✓ Y no las utilizó por separado sino que las combinó de manera que estimulaban la participación autónoma de sus seguidores.
 - ✓ La campaña modeló una estrategia efectiva mediante la combinación de información, captación de fondos, movilización y libertad para organizarse.
 - ✓ La página web ofrecía información que motivaba la participación: datos actualizados sobre nuevas filiaciones, total de donativos, retos y captación de fondos.
- 

- ❑ Se integró en la campaña la herramienta MeetUp.com: un recurso no partidista de internet que facilita el contacto con las personas de opiniones o intereses semejantes de tu comunidad.
 - ✓ Más de 140.000 simpatizantes de Dean se inscribieron a finales de noviembre de 2003.

 - ❑ Medio millón dieron su email en el sitio web de la campaña.

 - ❑ Con respecto a la pérdida de control, la campaña de Dean dio rienda suelta a sus seguidores para organizar sus actividades.
 - ✓ La participación iba desde instalar la página como página de inicio hasta unirse al equipo de recaudación de fondos.
 - ✓ Los simpatizantes podían decidir su grado de participación y compromiso.
- 

- ❑ Junto al fenómeno de MeetUp, los foros de participación también ayudaron a movilizar y a inculcar un sentido de propiedad en los seguidores.
- ✓ El foro no era sólo una conversación permanente entre el cuartel general de la campaña y sus fieles seguidores, sino también una relación política entre iguales –votantes conectados con otros votantes–.
- ❑ La innovadora campaña no tenía que significar el éxito en la elección presidencial. Triunfó la política del miedo, dar prioridad absoluta a la guerra global contra el terror, de Bush.
- ❑ La campaña de Dean demostró que aunque la dinámica del poder tiende a limitar la democratización de la política y los políticos opinan que la participación ciudadana descontrolada conduce a campañas y procesos problemáticos, esto no tiene por qué ser así.

La clave para la utilización de internet en la política no es la tecnología per se, sino el uso de ésta para promover un mensaje y un estilo de participación política que sintonice con el electorado, como ocurrió en la campaña de Dean y en la de Obama, como veremos.

❑ Campaña de Barak Obama (2008).

Según una de las diseñadoras de la campaña

Rahaf Harfoush su éxito de debió a que:

- ✓ Se motivó la participación de la ciudadanía a través de las redes sociales:

Facebook	3.279.102 amigos
Myspace	1.043.850 amigos
Youtube	1.824 vídeos subidos (y 20.000.000 visualizaciones)
Twitter	137.206 followers

- ✓ Las noticias llegaban antes (y de manera personalizada) a través de las redes sociales que de los medios tradicionales.
- ❑ Se enviaron mil millones de correos electrónicos (convertir a los indecisos en votantes de Obama).
- ❑ Se creó una aplicación para iPhone, mediante la cual el propio teléfono se convertía en una oficina pro-campaña (recogía datos de a quién se había llamado a quien no y quién iba a votar a Obama).
- ❑ Se daban puntos por escribir un post, colgar un vídeo, hacer una llamada...Y a partir de ahí se creaba un ranking. Si no eras activo cada semana bajabas. Se crearon competiciones con premio: asistir a una conferencia de Obama y conocerlo.

- ❑ Se crearon widgets de donaciones personales para poner en blogs, redes sociales o en el propio perfil personal de MyBo.com. 75 mil personas consiguieron 300 millones de dólares.
- ❑ Se creaban continuamente eventos que se podían localizar en googlemaps. Cualquiera podía realizar una fiesta o reunión.
- ❑ La falta de control en internet generalmente genera miedo, pero Obama estaba encantado y en ningún caso se oponía a que alguien creara algo con su imagen, su logo o sus textos. Obama y su campaña quería participar en la conversación de la red. P. ej.: El vídeo de Will.i.am.

Nuevos aires, nuevas tendencias

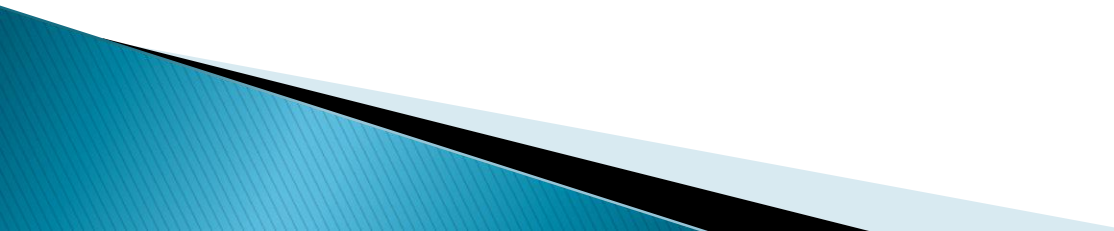
□ Creación de blogs de políticos:

Los blogs de los representantes políticos proporcionan otros puntos de vista ajenos a la perspectiva mediática de los grandes medios.

Contribuyen a recuperar la imagen devaluada de los políticos

Nueva forma de acercarse a la sociedad, especialmente a los más jóvenes (interactivos y multimedia).

Satisfacen la ambición de proyección social de los políticos, que pueden mostrar sus opiniones sobre la realidad y conocer opiniones de otros sobre su realidad social.

- ❑ El blog es un espacio de socialización, que satisface la necesidad de crear corrientes de opinión y de promocionar la participación social.
 - ❑ Los blogs políticos son estructuras de participación.
 - ❑ Desde el ámbito público de los representantes políticos puede ponerse freno a la homogeneización impuesta por la propia clase política y corregir así el déficit democrático de la política.
- 

- Hay blogs y espacios que se crean para las campañas (unos se mantienen y otros desaparecen o se abandonan como el de Arturo López Feijoo, Galicia).



VIERNES 7 DE MARZO DE 2008
Izquierda Unida suspende los actos previstos para hoy de la campaña electoral como expresión de duelo y solidaridad tras el asesinato de Isaías Carras
 A las 17 h. en la sede de IU Gaspar Llamazares hará una declaración institucional antes de reunirse en el Congreso a las 19 h con el resto de líderes de las formaciones políticas.
 PUBLICADO POR GASPAN EN 16:27 1 COMENTARIOS



Fiesta de cierre de Campaña Electoral en Rivas Vaciamadrid

Hoy tendremos la fiesta de cierre de Campaña Electoral en Rivas Vaciamadrid. Os invito a todos a acudir y participar en la celebración. Me acompañarán el alcalde de la localidad, José Masa y los números 2 y 3 al congreso de los diputados por la lista de IU, Joaquín Nieto y Montserrat Muñoz.



DATOS PERSONALES
 GASPAN
 VER TODO MI PERFIL



Mariano Rajoy está en la misma onda que confesó Gabriel Elorriaga, su jefe de propaganda: la actual táctica electoral del PP busca desanimar a una parte de los potenciales votantes del PSOE, restregándoles algunos asuntos conflictivos, como la situación económica, la inmigración y las "cuestiones nacionalistas", para que el 9-M estén deprimidos y no voten.

Rajoy parte de que la gente que se distancia del PSOE sólo puede hacerlo porque le disgusta que Zapatero esté demasiado escorado a la



El blog de Rosa Díez

26 de Octubre de 2008

DAN UNA PEREZA...

¿Y para eso quiere ir a la cumbre de Washington? Cuanto mejor se duerme en Doñana... Y sin pasar tantos apuros para tenerse que colar por la puerta de atrás, con entrada de segunda, de esas que tienen los derechos restringidos. Como las acciones que tiene previsto comprar el Gobierno de España a los bancos y cajas: de las que no dan derecho a tener representación en los Consejos de Administración. Será que nuestro gobierno no tiene interés alguno en controlar el buen destino de los fondos y la correcta marcha de la entidad... Ni en recuperar después, vendiéndolas las acciones, la inversión que todos los españoles hemos hecho para inyectar liquidez al sistema financiero. ¿Por qué lo que hace el laborista Brown --ese de quien nuestro presidente presume de ser amigo-- no lo puede hacer el campeón de las izquierdas del mundo mundial, el mismísimo Rodríguez Zapatero? En fin, que no hay quien le entienda. O sí.

[1] viejecita | 26.10.08 07:53 am

Pues la verdad, Rosa, a mí me hubiera gustado que la participación de España hubiera sido de cajón. Aunque luego nuestro representante, demasiado excitado por ello, hubiera puesto los pies encima de la mesa, o se hubiera dormido en algún momento.

L	M	X	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		
< Octubre - 2008 >						

RSS
 Información móvil

Blog de Gaspar Llamazares (IU)

(hasta el 15 de octubre de 2011)

Blog de Rosa Díez (Unión Progreso y Democracia, UPyD) (Actualizado)

□ Videoblogs:



El Videobloc de Artur Mas (CIU-Cataluña) ha cambiado a una web personal



□ Algunos se actualizan..

Antes



Después

Ahora

- ❑ Blogs políticos corporativos (plataformas de blogs de un mismo partido) y cuentas en Twitter.
- ✓ Sustitutivo de los medios tradicionales.
- ✓ Diálogo bidireccional, retroalimentación.

The collage displays several political blogs and social media profiles from the Esquerra Republicana de Catalunya (ERC) network. Key elements include:

- Ernest Benach:** Profile with the tagline "LA FORÇA DE LA UNITAT. L'ESPERIT DE LA RENOVACIÓ".
- Joan Puigcercós:** Profile with the tagline "Sota la crosta".
- Joan Puig:** Profile with the tagline "1882-1940 LLUÍS COMPANYS POLÍTIC FINS A LA MORT".
- Joan Ridao:** Profile with the tagline "El bloc".
- Carod:** Profile with the tagline "El bloc d'en Carod".

Articles and posts visible in the collage include:

- "Diplomàcia pública, projecció nacional" by Ernest Benach.
- "La Focir, la Federació d'Organitzacions Catalanes Internacionalment Reconegudes, ha celebrat avui unes jornades amb el títol 'La dimensió internacional de les organitzacions catalanes: reptes de la diplomàcia pública'".
- "Mollerussa, l'exemple a seguir" by Joan Puigcercós.
- "(472) 'Mercat' un restaurant de cuina catalana a New York" by Joan Puig.
- "Lluitar contra el frau fiscal per tenir més d'un euro a la caixa i dotar els serveis socials només és qüestió de voluntat política" by Joan Ridao.
- "«L'independentisme que té futur és el que gestiona amb il·lusió la quotidianitat i el dia a dia.»" by Carod.
- "Sociovergència" by Carod.

Red de blogs de Esquerra Republicana de Catalunya

Participación de los políticos y partidos en otras herramientas:

- Facebook
- Twitter
- Youtube
- Flirck

YouTube Mundial (todos) Español Registrarse Lista rápida (0) Ayuda Acceder Subir

Inicio **Videos** **Canales** **Comunidad** Buscar

¡Bienvenido/a a YouTube!

Sugerencia de idioma (preferencia establecida): Español (España) Cerrar

Para cambiar la preferencia de idioma, utiliza los enlaces situados en la parte superior de la página junto al logotipo de YouTube.

Haz clic en "Aceptar" para aceptar esta configuración o en "Cancelar" para ver el sitio en inglés.

Aceptar Cancelar Show message in English

Mariano Rajoy anima a españoles a celebrar Fiesta Nacional



PP **preparados para ganar**

De: **partidopopular** Suscribir
 Añadido: 10 de octubre de 2007
 (más información)

El presidente del Partido Popular, Mariano Rajoy, anima a todos los españoles a que celebren el 12 de octubre el Día de la Fiesta Nacional y honrar con ello el símbolo que junto con la Corona mejor...

URL:

Insertar:

Más de: partidopopular

little Zésar - "¿Que se quema qué?" - Concurso videos
 01:01 De: partidopopular
 Reproducciones: 3910

flickr No has iniciado sesión Iniciar sesión Ayuda

Inicio **La visita** **Crear cuenta** **Explorar**

Buscar en la galería de ZAPATERO Buscar

Galería de ZAPATERO2008 Presentación
 Álbumes | Etiquetas | Archivos | Favoritas | Perfil

09-03-08 Noche electoral en Ferraz: Zapatero gana las elecciones

Imágenes de la celebración de la victoria socialista en la sede del PSOE en Ferraz

© Todos los derechos reservados
 Cargada el 11 de mar, 2008
 0 comentarios

09-03-08 Noche electoral en Ferraz: Zapatero gana las elecciones

Imágenes de la celebración de la victoria socialista en la sede del PSOE en Ferraz

© Todos los derechos reservados
 Cargada el 11 de mar, 2008
 0 comentarios

09-03-08 Noche electoral en Ferraz: Zapatero gana las elecciones

09-03-08 Noche electoral en Ferraz: Zapatero gana las elecciones

Imágenes de la celebración de la victoria socialista en la sede del PSOE en Ferraz

Conoce mis mitines
89 fotos

Conóceme en otros actos
96 fotos

□ ¿Cuál es el objetivo político?

Marcar la agenda de la actualidad de manera descentralizada, abierta y multidireccional para favorecer


✓ La crítica

✓ La reflexión

✓ Y el encuentro

□ Internet y las redes sociales son un espacio de socialización, que satisface la necesidad de crear corrientes de opinión y de promocionar la participación social.

- ❑ La aportación ciudadana es todavía escasa:
 - ✓ Comentarios poco reflexivos
 - ✓ Pocas preguntas
 - ✓ Muchas apreciaciones, descalificaciones y opiniones personales

 - ❑ No obstante, hay un cambio del rol de ciudadano:
 - ✓ De lector, oyente o espectador ha pasado a ser un sujeto protagonista que dialoga con el representante político.
 - ✓ Refuerza su condición de ciudadano y puede presionar a su representante, ampliando su potencial comunicativo.
- 

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- ④ CARDOSO, Gustavo (2008). Los medios de comunicación en la Sociedad en Red. Filtros, escaparates y noticias. UOC, Barcelona. Capítulo VIII.
 - ④ CASTELLS, Manuel (ed.) (2006). La sociedad red: una visión global. Alianza Editorial, Madrid. Capítulo 16.
 - ④ SÁNCHEZ TEIJEIRO, Mario Alberto y SANCHO ESCOBAR, Miguel de (2008): La voz de los políticos en internet. Inédito.
- 