

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

P1. Relaciona a cada autor/experto con la obra/lectura correspondiente. Han de relacionarse todas correctamente para obtener un punto. No se aplicará ninguna décima en caso de acertar sólo algunas.

1. Ética del hacker y el espíritu de la era de la información. Pekka Himanen
2. Alfabetización digital. Algo más que botones y teclas. Alfonso Gutiérrez Martín
3. Ciberactivismo. Mario Tascón y Yolanda Quintana
4. Comunicación y poder. Manuel Castells
5. Convergence Cultura. Henri Jenkins
6. El código 2.0. Lawrence Lessig
7. El desengaño de Internet. Evgeny Mozorov
8. Los cuatro entornos del promocún. Antonio Lafuente
9. El manifiesto crowd. Antonio Gutiérrez Rubí y Juan Freire
10. Web 2.0. Tim O'Reilly

P2. Usos de internet en el proceso político. Justifica tu respuesta con ejemplos.

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.

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: 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.

P3. 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. Continuation 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.