

CIBERPOLÍTICA

LAS NUEVAS FORMAS DE ACCIÓN
Y COMUNICACIÓN POLÍTICAS

RAMÓN COTARELO (Ed.)



Índice

Prólogo

El auge de la ciberpolítica	13
RAMÓN COTARELO	

PRIMERA PARTE

EL GOBIERNO DEMOCRÁTICO EN LA ERA DE INTERNET

Capítulo 1

El Gobierno electrónico: promesas y retos	25
SALVADOR PARRADO	

1. INTRODUCCIÓN.....	25
2. AUMENTO DE LA INFORMACIÓN Y DE LA INTERACTIVIDAD EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS	28
3. LA ILUSIÓN DE UN GOBIERNO MÁS TRANSPARENTE.....	34*
4. UNA ADMINISTRACIÓN “SIN COSTURAS” PARA SUPERAR LA FRAGMENTACIÓN ORGANIZATIVA.....	39
5. LA MODIFICACIÓN DE LA CONDUCTA MEDIANTE LA CO-RESPONSABILIDAD DE LOS USUARIOS	46
6. LA MODIFICACIÓN DE LA CONDUCTA MEDIANTE INCENTIVOS (“NUDGES”)	52

Capítulo 2

Open government, social media y sector público. Las administraciones públicas en la era de las redes sociales digitales	57
J. IGNACIO CRIADO	

1. INTRODUCCIÓN.....	57
2. LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS EN INTERNET Y LA WEB 2.0	59
3. REVISITANDO EL <i>OPEN GOVERNMENT</i>	63
4. REDES SOCIALES DIGITALES Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS ...	68
5. BALANCE Y PERSPECTIVAS DE FUTURO.....	76

Capítulo 3

Riesgos y potencialidades de las TICs en los procesos políticos locales. (A propósito de la consulta sobre la reforma de la Avenida Diagonal de Barcelona).....	79
JOSEP MARIA RENU VILAMALA	
1. GÉNESIS DE LA CONSULTA CIUDADANA	86
2. SÍNTESIS DEL PROCESO	87
3. EL RESULTADO DE LA CONSULTA	96

Capítulo 4

Ciber-gobernanza desde una <i>Cidade Dixital</i>: Ourense 2012	101
MÓNICA LÓPEZ VISO	
MARIO ORTIZ GARCÍA	
1. INTRODUCCIÓN.....	101
2. CIBERGOBERNANZA.....	102
3. LOCALIZACIONES (MEDIO) URBANAS. RE-ANCLAJES.....	110
4. REFLEXIONES FINALES	116

SEGUNDA PARTE

LA COMUNICACIÓN POLÍTICA Y LAS REDES SOCIALES

Capítulo 5

Medios de comunicación y redes sociales en las democracias actuales: ¿Complementariedad o sustitución? Una aproximación al caso español.....	121
PALMIRA CHAVERO	
1. INTRODUCCIÓN.....	121
2. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LAS DEMOCRACIAS ACTUALES.....	122
3. UNA APROXIMACIÓN EMPÍRICA AL DEBATE.....	126
4. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN.....	142

Capítulo 6

Continuidad y cambio en la cobertura de una campaña electoral: De la prensa de referencia a Twitter en las elecciones del 20N.....	147
ANTÓN R. CASTROMIL	

1. ¿QUÉ HAY DE NUEVO, VIEJO? DE LA CAMPAÑA A LA CIBERCAMPAÑA	147
2. LA POLÍTICA “PATAS ARRIBA”	149
3. LA CAMPAÑA ELECTORAL DE 2011 EN ESPAÑA.....	158
4. CONTINUIDAD Y CAMBIO EN EL 20N.....	161
5. CONCLUSIONES: ALGO DE CAMBIO, ALGO DE CONTINUIDAD.....	177

Capítulo 7

Midiendo la eficacia de las cibercampañas en internet.....	181
MONTSE FERNÁNDEZ CRESPO	

Capítulo 8

El poder latente de la prensa en el mundo virtual.....	191
JUAN PIZARRO MIRANDA	

1. EL PÚBLICO DE INTERNET.....	191
2. ELI PARISER, FILTROS TRADICIONALES VS FILTROS AUTOMÁTICOS	192
3. LA VIRALIDAD Y SUS CASUALIDADES.....	194

Capítulo 9

Instituciones, empresas, y personas: ¿qué cambia en la era de las redes digitales?	201
OLGA GIL	

1. INTRODUCCIÓN. EL PROBLEMA DE LA ACCIÓN COLECTIVA.....	201
2. LA TEORÍA: BREVE DIGRESIÓN SOBRE LA BIBLIOGRAFÍA DE LA ACCIÓN COLECTIVA.....	203
3. LAS MODIFICACIONES DE LA TEORÍA.....	203

10	Índice
4. REVISIÓN DE CASOS: INSTITUCIONES, EMPRESAS Y PERSONAS ...	205
5. DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LAS EMPRESAS	207
6. DUBUQUE, UN LABORATORIO DE REDES DISTRIBUIDAS Y ENSAYOS DEMOCRÁTICOS	207
7. JUNTO AL CONCEPTO DE INTERNET DE LAS COSAS, SE INTRODUCE LA IDEA DE INTERNET CON LAS COSAS, SUGERIDA POR RUSSELL DAVIES.	209
8. DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LAS PERSONAS: LA SOCIEDAD CIVIL.....	209
9. EL CASO DE LA PRIMAVERA ÁRABE.....	210
10. LAS IDEAS Y LOS VALORES	211
11. INNOVACIONES, REDES Y COMUNICACIONES	212
12. CONCLUSIONES.....	213

TERCERA PARTE
LA MOVILIZACIÓN POLÍTICA Y LAS REDES SOCIALES

Capítulo 10

De la política de partidos a la política de multitudes	217
RAMÓN COTARELO	

1. INTRODUCCIÓN.....	217
2. LA POLÍTICA DE PARTIDOS	221
3. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	226
4. INTERNET	236
5. CONCLUSIÓN	254

Capítulo 11

Internet y nuevos repertorios de acción colectiva en Europa. ¿Invalida el 15M el malestar mediático?	257
ÓSCAR G. LUENGO	

1. INTRODUCCIÓN.....	257
----------------------	-----

Índice	11
2. ¿CÓMO PUEDEN AFECTAR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN A LA CULTURA POLÍTICA?	258
3. ASPECTOS METODOLÓGICOS	263
4. INTERNET Y ACTIVISMO POLÍTICO EN EUROPA	266
5. CONCLUSIONES.....	275
<i>Capítulo 12</i>	
Ciberparticipación política de la juventud: El caso <i>Spanish Revolution</i>	279
MARÍA ÁNGELES RUBIO GIL	
1. DESAFECCIÓN POLÍTICA JUVENIL.....	279
2. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y DEMOCRACIA DIGITAL: EL NACIMIENTO DEL 15M	281
3. DEL MITO A LA REALIDAD DE LA DEMOCRACIA ELECTRÓNICA .	284
4. PARTICIPACIÓN POLÍTICA <i>ONLINE/OFFLINE</i>	286
5. LA JUVENTUD EN EL ACCESO A LA INFORMACIÓN POLÍTICA EN LA RED.....	290
6. LAS REDES SOCIALES COMO INSTRUMENTO DE SOCIALIZACIÓN, ADSCRIPCIÓN Y ACTIVISMO JUVENIL.....	293
7. CONCLUSIONES.....	296
L@s autor@s	299
Bibliografía	305