

## FICHA DE ASIGNATURA

**Asignatura: Ciberpolítica y Ciberdemocracia (Internet, democracia y neo-representación mediática de la política)**

**Código: 603054**

**HORARIO:**

**GRUPO A: Miércoles, 16-18 horas**

**GRUPO B: Jueves, 16-18 horas**

**Módulo: 1 (Periodismo y sistemas comunicativos). Materia: 1.2. (Política y cultura en textos y medios)**

**Carácter: Obligatorio**

**Créditos ECTS: 6**

**Presenciales: 2. No presenciales: 4**

**Duración: Semestral . Semestre: 1º**

**Idioma: español**

**Profesor: José Luis Dader García.** Departamento de Periodismo I.

**E-mail: [dader@ucm.es](mailto:dader@ucm.es) Despacho: 216-2 (2ª planta, edificio principal) Tfno: 913942047**

**TUTORÍAS: Miércoles y Jueves 10.30-13h.**

**Breve descriptor:**

Formación avanzada para el conocimiento y análisis de la ciberpolítica como realidad que está cambiando la cultura de la política en las sociedades democráticas, en el conjunto de valores e intereses que puedan conformar un bien público compartido por los ciudadanos y en el análisis de la capacidad del periodista para contribuir a la mejor consolidación de la ciberdemocracia

**Requisitos: Ninguno**

**Objetivos o resultados de aprendizaje:**

- Introducir en el estudio académico sobre los nuevos fenómenos de comunicación política a través de Internet.
- Analizar las nuevas formas de tecnopolítica y la espectacularización y neosentimentalidad mediática en campañas electorales y comunicación política general.
- Reflexionar sobre las consecuencias sociopolíticas de esos nuevos usos para el ejercicio cotidiano de la comunicación política democrática, mostrando las posibilidades de evolución de la propia teoría de la democracia, mediante el empleo de la comunicación virtual.
- Analizar las dificultades sociopolíticas de desarrollo de la ciberdemocracia y la Administración frente a los augurios más optimistas.

- Indagar en el papel de los medios de comunicación de masas y del periodismo en la expansión y fomento de la comunicación política virtual.
- Incentivar la reflexión crítica sobre las limitaciones de las tendencias dominantes del marketing político y la espectacularización del discurso periodístico sobre la política a través de la comunicación digital y mediática.

### **COMPETENCIAS GENERALES**

- Integrar saberes adquiridos, afrontar su complejidad y demostrar capacidad de formular juicios sobre las responsabilidades sociales y éticas del ejercicio comunicativo del Periodismo y con los debates sociales que genera.
- Aptitud para desarrollar vías de trabajo que permitan la interacción entre investigación y práctica, generando proyectos integrados en programas de investigación que favorezcan la multidisciplinariedad y se articulen sobre la realidad social y comunicativa del Periodismo.
- Capacidad para la observación de fenómenos y problemas, para expresar ideas y plantearse hipótesis, para crear un corpus teórico propio basado en el análisis y la síntesis de otros estudios y teorías, para desarrollar metodologías adecuadas para la investigación y para llegar a conclusiones pertinentes, claras, precisas, que enriquezcan el campo de estudio abordado y que contribuyan al avance del conocimiento en cualquier ámbito fenomenológico del Periodismo y la Comunicación.
- Aptitud para la ideación y desarrollo de proyectos de investigación adaptados al contexto comunicativo y discursivo del Periodismo, así como a observaciones fenomenológicas de la comunicación periodística

### **COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:**

- CE 1.** Capacidad para el análisis, la investigación y creación de nuevos modelos narrativos en la comunicación periodística y su adaptación a los diferentes medios y modelos comunicativos
- CE 3.** Capacidad para situar los procesos y fenómenos comunicativos que se investiguen (políticos, económicos, culturales, ideológicos, sociales, históricos, etc.) en los correspondientes niveles potenciales de causas y sus posibles efectos.
- CE 4.** Capacidad para utilizar estrategias y métodos de investigación comunicativa y periodística aplicados a asuntos científicos, socioeconómicos, políticos, culturales e históricos y su relación con las diferentes corrientes profesionales del periodismo en la sociedad de la información y del conocimiento.

### **CONTENIDOS TEMÁTICOS**

1. Transformación contemporánea del entorno mediático de las campañas electorales y procesos de comunicación política: La fusión entre mediocracia y tecnopolítica virtual.

Exposición Prof.: PPT1: "Tecnopolítica y convergencia mediática para las campañas de la sensiocracia".

2. Democracia electrónica, Ciberdemocracia y Democracia Deliberativa. El papel de las nuevas tecnologías en la reformulación y posibilidades de aplicación comunicacional de la teoría política contemporánea.

Exposición Prof.: Resumen art. De Chadwick "Web 2.0: New Challenges..." y PPT2: "Web 2.0. y nuevos desafíos para el estudio de la e-democracia".

3. La cibercomunicación específica de campañas electorales (I): Webs, páginas personales y blogs de partidos y candidatos. Criterios de análisis comparado, descripción de innovaciones y crítica de insuficiencias cívicas y técnicas.

Exposición Prof.: PPT3: "Una metodología para el análisis de webs de partidos políticos aplicada a las campañas de 2008 y 2011".

4. La cibercomunicación específica de campañas electorales (II): Herramientas tecnopolíticas adicionales promovidas por partidos y candidatos: Canales de vídeos, marketing viral, blogosferas partidistas, comunidades virtuales.

Exposición Prof.: PPT4 y 5: "La tecnopolítica en la campaña de Barack Obama 2007-2008 y novedades destacadas en el proceso

electoral estadounidense de 2012”.

5. Las plataformas cívicas y periodísticas para el activismo social, la observación crítica y la educación ciudadana: Plataformas de movilización cívica, webs de indagación en bases de datos, de contraste de propuestas políticas, de interpelación analítica a partidos políticos y candidatos, de pedagogía democrática para las campañas y la actividad política general.

Exposición Prof. PPT6: “Proyectos cívicos de ciberdemocracia. Plataformas de incentivación crítica política”

6. (SUJETO A DISPONIBILIDAD DE TIEMPO) E-Administración, “Gobierno Abierto”, “Datos Abiertos” y prácticas de participación y deliberación cívica a través de plataformas institucionales de relación Gobierno-Ciudadanía.

Exposición Prof. PPT7: “Gobierno Abierto: Concepto, componentes y algunos ejemplos”.

7. (SUJETO A DISPONIBILIDAD DE TIEMPO) La cibercomunicación entre Parlamentos y Ciudadanos: Descripción y análisis de webs parlamentarias, páginas personales y blogs de candidatos, y opciones de correo electrónico entre parlamentarios y ciudadanos, desde los paradigmas de una Democracia Deliberativa y/o Interpelativa.

Exposición Prof.: PPT8 “Ciberparlamento, ciudadanía y tecnopolítica: Una interacción virtual”

**Otros temas transversalmente desarrollados o incluidos en los anteriores:**

8. El uso de Internet para la participación política ciudadana. El caso español en perspectiva internacional y el impacto de Internet en las manifestaciones mediáticas de las campañas electorales recientes (2008-2011).

9. Ciberpolítica y humor: Las webs de humor político, la videomanía de sátira política y su difusión ‘viral’, los formatos televisivos de humor político, infoentretenimiento y ‘noticias verdaderamente falsas’.

10. La cibercomunicación política electoral y permanente de estrategias tecnopolíticas integrales: El fenómeno de la ‘campaña permanente’ y las estrategias del ‘spin doctoring’ electrónico, los recursos de las ‘flash mobs’, movilización y propaganda por SMS, RSS, etc., la integración de las acciones tecnovirtuales con la cobertura mediática convencional (acciones en la Red para generar noticias).

11. La cibercomunicación ciudadana y alternativa de implicación política: Blogs y webs de movimientos sociales de coordinación y movilización política, la blogosfera periodística y ciudadana no integrada política o institucionalmente, webs de investigación periodística bajo mecenazgo popular o de fundaciones, otras webs de cibercomunicación entre instituciones y ciudadanos.

12. El papel del periodismo y de la ciudadanía crítica ante la transformación tecnopolítica y la espectacularización neosentimental de la representación mediática de la política. La brecha digital entre élites consumidoras de comunicación política digital enriquecida y masas populares consumidoras de información política trivial y empobrecida.

**Seminarios:**

- La asignatura contará con la celebración de dos seminarios en el mes de enero de presentación de los trabajos realizados en equipo.
- Coyunturalmente podría convocarse algún seminario adicional en caso de contar con expertos invitados a una sesión organizada al efecto.
- La asistencia a los seminarios tendrá carácter voluntario, pero la asistencia y participación permitirá obtener hasta un 5% de nota adicional respecto a la obtenida por vía ordinaria.

### ESTIMACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO DEL TRABAJO DEL ALUMNO

ACTIVIDAD	%
Clases teóricas (Clases presenciales (14 semanas x 2 h.) 28 horas)	25
Seminarios	10
Trabajo personal (estudio y lectura de textos obligatorios y complementarios)	30
Elaboración de trabajos	28
Tutorías presenciales y virtuales	3
Aprendizaje interactivo (actividades Campus Virtual)	2
Asistencia a actividades académicas y culturales relacionadas	2

### METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

#### Normativa general

- La asistencia a un mínimo del 50% de las sesiones de clase será requisito imprescindible para aprobar. Dicha asistencia se computará mediante hoja de firmas.
- La participación en parte de las clases podrá requerir la lectura previa de algún artículo marcado con antelación.
- Los participantes elaborarán en grupos de 5 componentes como máximo un trabajo de descripción y análisis de un sitio web de contenido político elegido a voluntad (con notificación previa para evitar solapamientos). La metodología y enfoque será de carácter libre. En las últimas sesiones de seminario del mes de enero se realizará una exposición pública de los mismos.
- Al final del curso cada alumno presentará un trabajo individual de entre 12 y 15 páginas con una síntesis, reflexión general y propuestas personales, respecto a todos los temas tratados durante las clases

**ADVERTENCIA IMPORTANTE:** En todos los trabajos de la asignatura y en cualquiera de las convocatorias queda terminantemente prohibida la actividad total o parcial del “plagio” (utilización literal o parafraseada de textos de otros autores que no son citados como fuente expresa y se pretenden hacer pasar como opinión o reflexión propia, ocultando o camuflando su procedencia). Para evitar esto habrá que aplicar las normas académicas usuales de citación y referencia cuando se presenten citas o ideas tomadas de textos ajenos o fuentes documentales. **El descubrimiento de cualquier plagio total o parcial implicará el suspenso directo de la materia para las dos convocatorias a que da derecho la matrícula y la propuesta al Consejo del Master de la expulsión automática del alumno y rechazo de la posibilidad de matriculación en una edición posterior. Todo ello sin perjuicio de otras iniciativas, como comunicación al Rectorado para apertura de expediente o comunicación a los autores plagiados por si estiman oportuno emprender acciones civiles o penales.**

- El examen final contará sólo en la proporción fijada en el apartado siguiente pero para aprobar la asignatura será necesario obtener un mínimo de 3/10 en el examen final. Esta exigencia rige tanto para la primera como para la segunda convocatoria (septiembre).
- -En la evaluación de la primera convocatoria generará nota de “No Presentado” (aunque el resto de calificaciones otorgaran una nota suficiente) la no-presentación del trabajo individual de reflexión general antes mencionado.
- -En la segunda convocatoria (examen de septiembre) la exigencia de presentación se extenderá a los dos trabajos planteados para dicha convocatoria.

### PORCENTAJES DE EVALUACIÓN (En la primera convocatoria de Febrero)

Concepto	%
Asistencia a clases	(*) 12
Intervenciones en clase	13
Trabajo individual obligatorio	(**) 20
Trabajo en equipo	15
Examen final	(***) 40
Asistencia a actividades extralectivas	(****) 0

Calificación Final: 0-10

(\*): Obligatorio un mínimo del 50%.

(\*\*): El Trabajo individual es de entrega obligatoria para poder aprobar

(\*\*\*) Para tener derecho a aprobar mediante la reunión de los diferentes componentes será preciso también haber obtenido al menos un 3 sobre 10 en el examen final

(\*\*\*\*): Hasta un 5% de puntuación extra por la asistencia a los seminarios o, previo acuerdo, por participación en actividades externas directamente relacionadas con los contenidos de la asignatura.

**Calificación en la segunda convocatoria (Septiembre):**

1. Trabajo individual de reflexión global: 25%

2. Trabajo individual de recensión de un libro o varios artículos de la bibliografía \* 25%

3. Examen 50%

(\*): Si se eligen diversos artículos, la extensión acumulada habrá de ser de un mínimo de 3 y que a su vez acumulen un mínimo de 40 páginas. Del listado de opciones quedan excluidos los utilizados para debate y exposición en clase.

En esta convocatoria será obligatoria la entrega de los dos trabajos y obtener un mínimo de 3/10 en el examen

**BIBLIOGRAFÍA**

ALDRICH, John / GIBSON, Rachel / CANTIJOCH, Marta / KONITZER, Tobias (2013): "Getting Out the Vote in the Social Media Era: Are Digital Tools changing the extent, nature and impact of Party Contacting in Elections?", Annual Meeting of the American Political Science Association, Chicago. August 28th – Sept 1st. [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2301063](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2301063)

AMMANN, Sky (2010): "A Political Campaign Message in 140 Characters or Less: The Use of Twitter by U.S. Senate Candidates in 2010", Working Paper available at <http://ssrn.com/abstract=1725477>

ANDERSON, David / CORNFIELD, Michael (2002): The Civic Web: Online Politics and Democratic Values. Lanham (MD). Rowman and Littlefield Pub. Inc.

ANDUIZA, Eva / CRISTANCHO, Camilo / CANTIJOCH, Marta (2012): "La exposición a información política a través de Internet", ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura, Vol. 188 - 756 julio-agosto, pp. 673-688.

ANDUIZA, Eva / JENSEN, Michael / JORBA, Laia (eds.) (2012): Digital Media and Political Engagement Worldwide: A Comparative Study. Cambridge. Cambridge University Press.

ANDUIZA, Eva / CANTIJOCH, Marta / GALLEGO, Aina / SALCEDO, Jorge (2010): "Internet y participación política en España", Opiniones y Actitudes, nº 63. Madrid. CIS.

ARAGÓN P., KAPPLER K., KALTENBRUNNER A., LANIADO D., & VOLKOVICH Y. (2013): "Communication dynamics in Twitter during political campaigns: The case of the 2011 Spanish National Election", Policy & Internet, 5, 9-69.

BAELLA, Alfonso (2009): Yo quiero ser Presidente: Como usar Internet para ganar una elección. La estrategia electrónica de Barack Obama. Lima. Lettera Gráfica.

BALCELLS, Joan / CARDENAL, Ana Sofía (2013): "Internet y competición electoral: el caso de Esquerra Republicana de Catalunya", REIS, nº 141, pp. 3-28.

BARRERO, David/ CRIADO, Ignacio/ RAMILO, Carmen (2006) "Política y Web 2.0", III Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad. Accesible en: [http://www.uam.es/personal\\_pdi/derecho/icriado/PDF/BarreroCriadoRamilo\\_Cibersociedad2006\\_Web2\\_0\\_Politica.pdf](http://www.uam.es/personal_pdi/derecho/icriado/PDF/BarreroCriadoRamilo_Cibersociedad2006_Web2_0_Politica.pdf)

BHATNAGAR, Subhash (2004): E-Government, from Vision to Implementation: A Practical Guide with Case Studies. New Delhi. Sage.

BEAS, Diego (2011): La reinención de la política. Obama, Internet y la nueva esfera pública. Barcelona. Península.

BENTIVEGNA, Sara (2006): Campagne Elettorali in Rete. Roma. Laterza.

BENTIVEGNA, Sara (2003): Politica e Nuove Tecnologie della Comunicazione. Roma. Laterza. 2003.

BERROCAL, Salomé / CAMPOS, Eva (2011): "Los políticos españoles en Youtube. El infoentretenimiento político en Internet", XVII Congreso Internacional de la Sociedad Española de Periodística, Valladolid, 5-6 de mayo.

BIMBER, Bruce (2014): "Digital media in the Obama campaigns of 2008 and 2012: Adaptation to the personalized political communication environment", Journal of Information Technology & Politics, 11 (2), 130-150.



## GUÍA DOCENTE

- BIMBER, Bruce (2003): *Information and American Democracy. Technology in the Evolution of Political Power*. New York. Cambridge University Press.
- BIMBER, Bruce / DAVIS, Richard (2003): *Campaigning Online: The Internet in U.S. Elections*. New York. Oxford University Press.
- BLEGIN JENSEN, Tina / DYRBY, Signe (2013): "Exploring Affordances of Facebook As a Social Media Platform in Political Campaigning" ECIS 2013 Completed Research. Paper 40. [http://aisel.aisnet.org/ecis2013\\_cr/40](http://aisel.aisnet.org/ecis2013_cr/40)
- BOR, Stephanie (2014): "Using Social Network Sites to Improve Communication Between Political Campaigns and Citizens in the 2012 Election", *American Behavioral Scientist*, Vol. 58(9) 1195–1213.
- BORGE, Rosa / CARDENAL, Ana Sofía / MALPICA, Claudia (2012): "El impacto de Internet en la participación política: Revisando el papel del interés político", *Arbor: Ciencia, Pensamiento y Cultura*, ISSN 0210-1963, Volumen 188, Número 756, pp. 733 – 750.
- BORONAT, David / PALLARÉS, Ester (2006): "Estudi comparatiu sobre la persuabilitat de les presències online dels partits polítics catalans en la campanya electoral autonòmica del 2006". Empresa Multiplica. Octubre. [www.multiplica.com](http://www.multiplica.com)
- BRADER, Ted (2005): *Campaigning for Hearts and Minds: How Emotional Appeals in Political Ads Works*. Chicago. University of Chicago Press.
- CABEZUELO, Francisco / PÉREZ ORTIZ, Guadalupe (2008): "La comunicación institucional de la Unión Europea en Internet y el blog de Margaret Wallström", pp. 131-140, en FLORES, Jesús (ed.): *Blogalaxia y periodismo en la Red. Estudios, análisis y reflexiones*. Madrid. Fragua.
- CAIRO, Heriberto (ed.) (2002): *Democracia digital. Límites y oportunidades*. Madrid. Trotta.
- CALDERON, César / LORENZO, Sebastián (2010): *Open Government / Gobierno Abierto*. Madrid. Alción Editores.
- CAMPOS, Eva (2010): "Información e interacción en las sedes virtuales de los parlamentos españoles (2004-2008)", *Textual & Visual Media*, nº 3: 43-62.
- CAMPOS, Eva (2009): "El desarrollo de la ciberdemocracia en el Congreso de los Diputados: La comunicación e interacción entre ciudadanos y parlamentarios a través de Internet (2004-2009). Tesis Doctoral. Madrid. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense.
- CANTIJOCH, Marta / SAN MARTIN, Josep (2007): "La oferta participativa de las webs parlamentarias", VIII Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración. Valencia.
- CANTIJOCH, Marta / GALANDINI, Silvia / GIBSON, Rachel (2014): "Civic Websites and Community Engagement: A Mixed Methods Study of Citizen Empowerment Initiatives", Annual meeting of the American Political Science Association, Washington DC, August 28 – Sept 1st.
- CASERO RIPOLLÉS, Andreu (2007): "E-campaña 2007: Internet en las elecciones autonómicas valencianas". VIII Congreso AECPA
- CARVAJAL, Txema (2008): "El efecto 'Youtube' y las webs españolas de televisión", pp. 505-516, en FLORES, Jesús (ed.): *Blogalaxia y periodismo en la Red. Estudios, análisis y reflexiones*. Madrid. Fragua.
- CASTELLS, Manuel (2009): *Comunicación y Poder*. Madrid. Alianza. [Sobre el papel de las redes virtuales en la comunicación política].
- CHADWICK, Andrew (2013): *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford. Oxford University Press.
- CHADWICK, Andrew (2012): "Recent Shifts in the Relationship between the Internet and Democratic Engagement in Britain and the United States: Granularity, Informational Exuberance and Political Learning", pp. 39-55 en ANDUIZA, Eva / JENSEN, Michael / JORBA, Laia (eds.): *Digital Media and Political Engagement Worldwide: A Comparative Study*. Cambridge. Cambridge University Press.
- CHADWICK, Andrew (2009): "Web 2.0: New Challenges for the Study of E-Democracy in an Era of Informational Exuberance", I / S. A *Journal of Law and Policy*, vol. 5:1, pp. 10-42.
- CHAMPEAU, Serge / INNERARITY, Daniel (2012): *Internet y el futuro de la democracia*. Barcelona. Paidós.
- COLEMAN, Stephen / BLUMLER, Jay (2009): *Internet and Democratic Citizenship. Theory, Practice and Policy*. New York. Cambridge University Press.
- COLOMBO, Clelia (2007): *E-Participación. Las TIC al servicio de la innovación democrática*. Barcelona. UOC.
- COLOMBO, Clelia / GALAIS, Carol / GALLEGO, Aina (2012): "El uso de Internet y las actitudes políticas: Datos cuantitativos y

- cuantitativos de España”, Arbor : Ciencia, Pensamiento y Cultura, ISSN 0210-1963, Volumen 188, Número 756, pp. 751 – 766.
- CONGOSTO, Mari Luz / Fernández, Montse / Moro, Esteban (2011): “Twitter y política. Información, opinión y ¿predicción?”, en VV. AA. (2011): *Comunicación política 2.0*. Madrid. Evoca Comunicación.
- COROJAN, Ana / CAMPOS, Eva (2011): “Gobierno Abierto: Alcance e Implicaciones”, Documento de Trabajo 03/2011. *Fundación Ideas*. [www.fundacionideas.es](http://www.fundacionideas.es)
- COSENZA, Giovanna (2013): “I politici italiani su Twitter, fra esagerazioni, pasticci e qualche buon risultato”, *Comunicazione Politica*, nº 3, 299-317.
- COTARELO, Ramón (2012): “La dialéctica de lo público, lo privado y lo secreto en la ciberpolítica”, en COTARELO / CRESPO (eds.) op. cit.
- COTARELO, Ramón (2010): *La política en la era de Internet*. Valencia. Tirant lo Blanc.
- COTARELO, Ramón / CRESPO, Ismael (eds.) (2012): *La comunicación política y las nuevas tecnologías*. Madrid. Los Libros de la Catarata.
- COTINO, Lorenzo (ed.) (2007): *Democracia, participación y voto a través de las nuevas tecnologías* [Sobre todo: Bloque III: “El voto Electrónico, sus garantías y posibilidades de regulación”]. Granada. Comares.
- CREMADES, Javier (2007) *Micropoder: La fuerza del ciudadano en la era digital*. Madrid. Espasa Calpe.
- CRIADO, Ignacio / MARTÍNEZ FUENTES, Guadalupe (2010): “Liderazgo y comunicación en la era del blogging político. Aproximación teórica, evidencia empírica y propuesta analítica”, *Razón y Palabra*, nº 70, [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx)
- DADER, José Luis (2012): “La transformation de la politique sur Internet: De la politique-spectacle a la cyberdemocratie d’activisme citoyen”. *Revue NETCOM*, Vol 26 (1 y 2). [Revista de la Geography of the Global Information Society / Université de Montpellier-Francia], pp. 15-36.
- DADER, José Luis (2009): “Ciberpolítica en los websites de partidos políticos. La experiencia de las elecciones de 2008 en España ante las tendencias transnacionales”, *Revista Sociología e Política*, vol. 17, nº 34, pp. 45-62.
- DADER, José Luis (2006): "Cibercomunicación y pseudoperiodismo en el 11-M: Patologías de crisis en una democracia débil". *Comunicación y Pluralismo* (Facultad de Comunicación Universidad Pontificia de Salamanca), Nº 1:35-62. Enero-Junio.
- DADER, José Luis (2006): “Comunicación política en la Red: Desde las cibercampañas a la transparencia virtual de la Administración”, Jornadas sobre Autoría y Contenidos en la Red. 27-29 de Mayo. Valencia. *Universidad Menéndez Pelayo*. CD-Rom.
- DADER, José Luis, (2003): “Ciberdemocracia y comunicación política virtual: El futuro de la ciudadanía electrónica tras la era de la televisión”, en Berrocal, Salomé (coord.) *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Madrid. Ariel.
- DADER, José Luis, (2003): “Ciberdemocracia y ciberparlamento: El uso del correo electrónico entre los parlamentarios españoles y los ciudadanos comunes (1999-2001)”. *TELOS. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, nº 55. Abril-Junio.
- DADER, José Luis / CAMPOS, Eva (2006): "Internet parlamentario en España (1999-2005): los recursos para el contacto ciudadano y su uso, con una comparación europea". *ZER. Revista de Estudios de Comunicación*. Universidad del País Vasco. Vol. 11:20, pp. 105-132.
- DADER, José Luis / CAMPOS, Eva / QUINTANA, Nuria (2013): “Las webs de los partidos en la campaña de 2011: Una panorámica cualitativa de su actividad y un análisis cuantitativo de su transparencia”, en CRESPO, Ismael (ed.) (2013): *Partidos, medios y electores en procesos de cambio. Las elecciones generales españolas de 2011*. Valencia. Tirant Humanidades.
- DADER, José Luis / CHENG, Lifen (2011): “Análisis cuantitativo y cualitativo de las webs de partidos”, en SAMPEDRO, Víctor (ed.) (2011): *Cibercampaña, cauces y diques para la participación. Las elecciones generales de 2008 y su proyección tecnopolítica*. Madrid. Editorial Complutense. E-Book.
- DADER, Jose Luis / CHENG, Lifen / CAMPOS, Eva / QUINTANA, Nuria / VIZCAÍNO-LAORGA, Ricardo (2014): 2008 y 2011”, *Revista Trípodos*, Nº 34: 115-152.
- DADER, Jose Luis / VIZCAINO, Ricardo/ CAMPOS, Eva / CHENG, Lifen (2011): “Las webs de los partidos españoles durante la campaña para las Elecciones Generales de 2008: Pautas de *cibermarketing* con pocos signos de *ciberdemocracia*”, en SAMPEDRO, Victor (ed.) (2011): *Cibercampaña, cauces y diques para la participación. Las elecciones generales de 2008 y su proyección tecnopolítica*. Madrid. Editorial Complutense. E-Book.

- DAHLBERG, Lincoln / SIAPERA, Eugenia (eds.) (2007): *Radical Democracy and the Internet. Interrogating Theory and Practice*. New York. Palgrave. MacMillan.
- DAVIS, Aeron (2002): *Public Relations Democracy: Public Relations, Politics, and the New Mass Media in Britain*. Manchester. Manchester University Press.
- DAVIS, Richard (1999): *The Web of Politics. The Internet's Impact on the American Political System*. New York. Oxford University Press.
- DE LANDTSHEER, Christ'l, et al. (2001): "La facilidad de utilización de los "web sites" de partidos políticos. Estudio de algunos países de Europa del Este y Occidental", en "Medios interpersonales y comunicación política: Comunicación política y redes electrónicas", en *Cuadernos de Información y Comunicación (CIC)*, nº 6, pp. 107-140.
- DELANY, Colin (2012): *How Campaigns Can Use Internet to Win in 2012*. E-Politics, abril, 2012, <http://www.epolitics.com/wp-content/plugins/winning-in-2012.pdf>
- DELANY, Colin (2009): *Learning from Obama: Lessons for Online Communication and Beyond*. E-Politics, agosto, 2009, [www.epolitics.com/learning-from-obama.pdf](http://www.epolitics.com/learning-from-obama.pdf)
- DELTELL, Luis (2012): "Estrategias de comunicación política en la redes sociales durante la campaña electoral del 2011 en España: el caso de Equo", [http://eprints.ucm.es/15544/1/equo\\_LIBROeprint.pdf](http://eprints.ucm.es/15544/1/equo_LIBROeprint.pdf)
- DÍAZ VÁZQUEZ, Luis Carlos (2008): "Una elección en tres dimensiones: el relato de los infoc Ciudadanos" [Venezuela, 2006], pp. 141-148, en FLORES, Jesús (ed.): *Blogalaxia y periodismo en la Red. Estudios, análisis y reflexiones*. Madrid. Fragua.
- DRAKE, William / KALATHIL, Santhi / BOAS, Taylor (2000): "Dictatorships in the Digital Age: Some considerations of the Internet in Cuba and China". *IMP. The Magazine of the Information Impact*. (Carnegie Endowment for International Peace). October.
- EDELMAN, Murray (1991): *La construcción del espectáculo político*. Buenos Aires. Manantial.
- ESPINO, Germán (2012): *¿Cyberrevolución en la política? Mitos y verdades sobre la ciberpolítica en México*. México, D.F. Fontamara-UAQ.
- ESTEVE, Marc (2015): *Are Social Media Challenging Politics? Interaction in Catalan Parties' Facebook Pages and among Catalan MPs' Twitter Accounts* [Tesis Doctoral]. Barcelona. Universidad Abierta de Cataluña (UOC).
- ESTEVE, Marc (2015): "El movimiento YoSoy132: tuits y votos en la elección presidencial mexicana de 2012", *Revista de Estudios Latinoamericanos*, 35, 105-128.
- ESTEVE, Francisco / CAVADAS, María José (2008): "La E-Administración como información de servicio", pp. 109-119, en FLORES, Jesús (ed.): *Blogalaxia y periodismo en la Red. Estudios, análisis y reflexiones*. Madrid. Fragua.
- FARRELL, Henry (2012): "The Consequences of the Internet for Politics", *Annual Review Political Science*, 15:35-52.
- FERNÁNDEZ CABANA, Mercedes / RÚAS-ARAUJO, José / ALVES PÉREZ, Teresa (2014): "Psicología, lenguaje y comunicación: análisis con la herramienta LIWC de los discursos y tweets de los candidatos a las elecciones gallegas de 2012", *Anuario de Psicología/The UB Journal of Psychology*, vol. 44, nº 2, 169-184.
- FERNÁNDEZ CRESPO, Montserrat (2013): "Predicción electoral mediante análisis de redes sociales", [Tesis Doctoral] Madrid. Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset. <http://eprints.ucm.es/22019/1/T34588.pdf>
- FERNÁNDEZ CRESPO, Montserrat (2008): *Internet, blogs y política 2.0. Análisis comparativo de los blogs de candidatos del PP y del PSOE en las elecciones locales 2007 en España*. Galapagar (Madrid). Fundación Jaime Vera.
- FERRÉ-PAVÍA, Carme / GAYÀ-MORLÀ, Catalina (2011): "Infotainment and Citizen's Political Perceptions: Who's Afraid of 'Polonia'?" *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, Vol. 3:1, pp. 45-61.
- FERRERAS, Eva María (2011): "Los social media y la información política. Estudio de Caso: Las protestas de Egipto a través de Twitter", *XVII Congreso Internacional de la Sociedad Española de Periodística*, Valladolid, 5-6 de mayo.
- FOOT, Kirsten / SCHNEIDER, Steven/ XENOS, M. (2002): "Online Campaigning in the 2002 U.S. Elections". Working Paper v. 2. (Versión previa presentada a la Internet Research 3.0 Conference, Maastricht, the Netherlands, October, 2002).
- FISHKIN, James (2009): *When the People Speak. Deliberative Democracy and Public Consultation*. Oxford. Oxford University Press.
- FRAU-MEIGS, Divina (2001): "La démocratie entre représentation et participation @ Internet.gov", en SERFATY, Vivian (ed.) *L'Internet en politique des États-Unis à L'Europe*. Strasbourg. Presses Universitaires de Strasbourg.

- FUNG, Archon et al (2003): *Democracia en profundidad : nuevas formas institucionales de gobierno participativo con poder decisión* (v.o. ed. London. Verso. 2003). Bogotá. Facultad de Derecho. Universidad Nacional de Colombia.
- GARCÍA ORTA, María José (2011): "A la caza del voto joven: las redes sociales en las nuevas campañas 2.0", *XVII Congreso Internacional de la Sociedad Española de Periodística, Valladolid*, 5-6 de mayo.
- GERODIMOS, Roman / Justinussen, Jákup (2015): "Obama's 2012 Facebook Campaign: Political Communication in the Age of the Like Button". *Journal of Information Technology and Politics*, Vol. 12:2, pp. 113-132.
- GIANSANTE, Gianluca (2015): *La comunicación política online. Cómo utilizar la web para construir consenso y estimular la participación*. Barcelona. UOC.
- GIBSON, Rachel (2013): "Party Change, Social Media and the Rise of 'Citizen-initiated' Campaigning", *Party Politics*, 1-15. DOI: 10.1177/1354068812472575 <http://ppq.sagepub.com/content/early/2013/01/30/1354068812472575>
- GIBSON, Rachel (2012): "From Brochureware to 'MyBo': An Overview of Online Elections and Campaigning", *Politics*, Vol. 32:2, pp. 77-84.
- GIBSON, Rachel / CANTIJOCH, Marta (2011): "Comparing online elections in Australia and the UK: Did 2010 finally produce 'the' internet election?" *Communication, Politics & Culture* 44(2): 4.
- GIBSON, Rachel / RÖMMELE, Andrea / WARD, Stephen (2004): *Electronic Democracy: Mobilization, Organization and Participation via New ICT's*. London. Routledge.
- GIBSON, Rachel / WARD, Stephen (2002): "Virtual campaigning: Australian parties and the impact of the Internet". *Australian Journal of Political Science*. Vol. 1, n.º 37, pág. 99-129.
- GIBSON, Rachel / WARD, Stephen (2000): "A proposed methodology for studying the function and effectiveness of party and candidate web sites". *Social Science Computer Review*. Vol. 3, n.º 18, pág. 301-319.
- GIBSON, Rachel et al. (2013): "Party organizational change and ICTs: The growth of a virtual grassroots?", *New Media & Society*, 15-31. <http://nms.sagepub.com/content/15/1/31>
- GIL DE ZÚÑIGA, Homero / PUIG-I-ABRIL, Eulàlia / ROJAS, Hernando (2009): "Weblogs, Traditional Sources Online and Political Participation: and Assessment of How the Internet is Changing the Political Environment", *New Media & Society* Vol. 11(4), pp. 553-574.
- GÓMEZ DIAGO, Gloria (2008): "Propuesta de definición de blogs políticos a través de la identificación de cuatro características", pp. 121-129, en FLORES, Jesús (ed.): *Blogalaxia y periodismo en la Red. Estudios, análisis y reflexiones*. Madrid. Fragua.
- GONZALO, Miguel Angel (2009): "Situación de la 'blogosfera' parlamentaria". En: *Revista de las Cortes Generales*, núm. 76. Madrid: Cortes Generales, pp. 329-357.
- GREER, Jennifer / LaPOINTE, Mark (2004): "Cybercampaigning Grows Up: A Comparative Content Analysis of websites for U.S. Senate and Gubernatorial Races, 1998-2000", en GIBSON, Rachel / RÖMMELE, Andrea / WARD, Stephen (eds.) (2004): *Electronic Democracy. Mobilisation, Organization and Participation via New ICT's*. Abingdon, Oxon (GB). Routledge.
- GUSTAFSSON, Nils (2012): "The subtle nature of Facebook politics: Swedish social network site users and political participation", *New Media & Society*, ISSN 1461-4448, 11/2012, Volumen 14, Número 7, pp. 1111 – 1127.
- GUTIÉRREZ-RUBÍ, Antoni (2014): *Tecnopolítica*. Barcelona. Grafiko.cat, <http://www.gutierrez-rubi.es/wp-content/uploads/2014/11/Tecnopol%C3%ADtica.pdf>
- HACKER, Kenneth / VAN DJICK, Jan (2000): *Digital Democracy. Issues, Theory and Practice*. Thousand Oaks, CA. Sage.
- HAN, Lori Cox (2001): *Governing from Center Stage: White House Communication Strategies during the Television Age of Politics*. Cresskill, NJ. Hampton Press.
- HARFOUSH, Rahaf (ed. 2010): *Yes, We Did. Cómo construimos la marca Obama a través de las redes sociales* (v.o. 2009). Madrid. Gestión 2000.
- HARTO, Fernando (2006): "Tipologías y modelos de democracia electrónica", *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*, nº 2.
- HENDRICKS, John / DENTON, Robert (eds.) (2010): *Communicator-in-Chief: How Barack Obama Used Media Technology to Win the White House*. Lanham, MD. Lexington Books.
- HERRANZ DE LA CASA, José María / CABEZUELO, Francisco (2011): "La comunicación de las organizaciones sociales en la era de la

- ciberdemocracia: ¿Fuentes del periodismo político y/o protagonistas de la información política?”. *XVII Congreso Internacional de la Sociedad Española de Periodística, Valladolid, 5-6 de mayo.*
- HILDRETH, Anne et al. (2005): "The Limitation of E-Democracy", en MCKINNEY, Mitchell / KAID, Lynda et al. *Communicating Politics. Engaging the Public in Democratic Life.* New York. Peter Lang Pub.
- HINDMAN, Matthew (2009): *The Myth of Digital Democracy.* Princeton, NJ. Princeton University Press. [Último capítulo sobre métodos tecnológicos de analizar webs políticas. Otros caps. Sobre blogs, etc.]
- HOFMANN, Andrés / RAMÍREZ ALUJAS, Álvaro / BOJÓRQUEZ, José Antonio (2013): *La promesa del gobierno abierto.* Infodf. Creative Commons. <http://www.lapromesadelgobiernoabierto.info/index.php/articles/completo-flip>
- IASUALAITIS, Sylvia (2012): "Modalidades de Participação Política em Websites Eleitorais: Uma Análise de Fóruns de Discussão com uma Proposta Metodológica", *Revista Debates*, Porto Alegre, v.6, n.2, p. 173-200, Mayo-Agosto.
- IRELAND, Emilienne / NASH, Phil T. (2003): *Winning Campaigns Online. Strategies for Candidates and Causes.* Washington, D.C. Science Winters Press. 2cond. Ed.
- ISSENBERG, Sasha (2012): *The Victory Lab: The Secret Science of Wining Campaigns.* New York. Random House.
- ISSENBERG, Sasha (2012): "How President's Obama Campaign used Big Data to Rally Individual Voters". Parts 1-3. *MIT Technology Review*, December, 19. [www.technologyreview.com/featuredstory/509026/how-obamas-team-used-big-data-to-rally-voters/](http://www.technologyreview.com/featuredstory/509026/how-obamas-team-used-big-data-to-rally-voters/)
- IZQUIERDO, Luis (2012): "Las redes sociales en la política española: Twitter en las elecciones de 2011", *Estudos em Comunicação*, 11, 149-164.
- IZQUIERDO, Luis (2011): "Los blogs parlamentarios [de periodistas]. Un nuevo espacio para la política", *XVII Congreso Internacional de la Sociedad Española de Periodística, Valladolid, 5-6 de mayo.*
- JENSEN, Michael / ANDUIZA, Eva (2012): "Online Political Participation in The United States and Spain", pp. 80-101, en ANDUIZA, Eva / JENSEN, Michael / JORBA, Laia (eds.): *Digital Media and Political Engagement Worldwide: A Comparative Study.* Cambridge. Cambridge University Press.
- JIMÉNEZ GUERRA, Pedro et AL. (2009): *La democracia electrónica. Retos y perspectivas multidisciplinares.* Madrid. Instituto España.
- JONES, Jeffrey (2005): *Entertaining Politics. New Political Television and Civic Culture.* New York. Rowman and Littlefield.
- KALATHIL, Santhi / BOAS, Taylor (2003): *Open Networks, Closed Regimes: The Impact of the Internet on the Authoritarian Rule.* Washinton D.C. Carnegie Endowment for International Peace.
- KARLSEN, Rune (2013): Obama's Online Success and European Party Organizations: Adoption and Adaptation of U.S. Online Practices in the Norwegian Labor Party. *Journal of Information Technology and Politics*, Vol. 10:2.
- KARPF, David (2012): *The MoveOn Effect: The Unexpected Transformation of American Political Advocacy.* New York. Oxford University Press.
- KARPF, David (2009): "Unexpected Transformations: The Internet's Effect on Political Associations in American Politics". Tesis Doctoral. Philadelphia. University of Pennsylvania in Candidacy for the Degree of Doctor of Philosophy.
- KAMARK, Elaine C. / NYE, Joseph (eds) (2002): *Governance.Com. Democracy in the Information Age.* Washington. Brookings Institution Press.
- KREISS, Daniel (2014): "The Virtues of Participation without Power: Campaigns, Party Networks, and the Ends of Politics", *The Sociological Quarterly* 55 (2014) 537–554.
- KREISS, Daniel (2012): *Taking Our Country Back: The Crafting of Networked Politics from Howard Dean to Barack Obama.* New York. Oxford University Press.
- KRUIKEMEIER, Sanne et al. (2013): "Unraveling the effects of active and passive forms of political Internet use: Does it affect citizens' political involvement?", *New Media & Society*, 0(0), 1-18.
- LACHAPELLE, Guy / MAAREK, Philippe (eds.) (2015): *Political Parties in The Digital Age: The impact of new technologies in politics.* Berlin. De Gruyter.
- LARSSON, Anders Olof (2011): "'Extended infomercials" or "politics 2.0?": A study of Swedish political party Web sites before, during and after the 2010 election", *First Monday* (ISSN 1396-0466), vol. 16:4. <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:uu:diva-162336>
- LARSSON, Anders / KALSNES, Bente (2014): "'Of course we are on Facebook': Use and non-use of social media among Swedish and

- Norwegian politicians”, *European Journal of Communication*, 29 (6), 653-667, <http://ejc.sagepub.com/content/early/2014/05/14/0267323114531383>
- LAVRUSIC, Vadim (2010): “10 Commandments of Twitter Etiquette”, <http://lavrusic.com/2010/04/07/10-commandments-of-twitter-etiquette/> [Traducción en: “Los 10 mandamientos para el correcto uso de Twitter”, [www.tendencias21.net/Los-10-mandamientos-para-el-correcto-uso-de-Twitter\\_a4428.html](http://www.tendencias21.net/Los-10-mandamientos-para-el-correcto-uso-de-Twitter_a4428.html)].
- LEUSCHNER, Katherine (2012): *The Use of the Internet and Social Media in U.S. Presidential Campaigns: 1992-2012* [Trabajo Degree Bachelor of Arts]. Harringtonburg, VA. James Madison University.
- LÉVY, Pierre (ed. 2002): *Ciberdemocracia. Ensayo sobre filosofía política*. Barcelona. UOC.
- LILLEKER, D. / JACKSON, N (2011): *Campaigning, Elections and the Internet: US, UK, Germany and France*. Abingdon, Oxon (GB). Routledge.
- LILLEKER, D. / JACKSON, N (2011): “Towards a more participatory style of election campaigning? The impact of Web 2.0 on the UK 2010 General Election”, [http://microsites.oii.ox.ac.uk/ipp2010/system/files/IPP2010\\_Lilleker\\_Jackson\\_Paper\\_0.pdf](http://microsites.oii.ox.ac.uk/ipp2010/system/files/IPP2010_Lilleker_Jackson_Paper_0.pdf)
- LILLEKER, Darren / Malagón, Casilda (2010): “Levels of Interactivity in the 2007 French Presidential Candidate’s Website”, *European Journal of Communication*, Vol. 25:1, pp. 25-42.
- LYNCH, K., & HOGAN, J. (2012): “How Irish political parties are using social networking sites to reach generation Z: An insight into a new online social network in a small democracy”, *Communication*, 13, 83–98.
- LLAURADÓ, Joseph Maria (2000): *Democracia digital, informació, participació, transparència*. Palma de Mallorca. Universitat de las Islas Baleares.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (ed.) (2011): *Política binaria y spam electoral*. Valencia. Tirant lo Blanch.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (2011): “Videopolítica e Internet”, en LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (ed.), op. cit.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo / LARA, Tíscar / SÁNCHEZ DUARTE, José Manuel (2011): “Los weblogs como mecanismos de reafirmación ideológica. La blogosfera española ante las elecciones generales de 2008”, en SAMPEDRO, Víctor (ed.), *Cibercampaña, cauces y diques para la participación. Las elecciones generales de 2008 y su proyección tecnopolítica*. Madrid. Editorial Complutense.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo / LARA PADILLA, Tíscar / SÁNCHEZ DUARTE, José Manuel (2010). “El seguimiento de la campaña de las Elecciones Generales de 2008 en los blogs de El País y El Mundo”. Comunicación en el *II Congreso Internacional de la AE-IC Málaga* del 3 al 5 de febrero de 2010. Universidad de Málaga.
- LÓPEZ REY, José / SAMPEDRO, Víctor / MUÑOZ, Celia (En prensa): “Consumo de información y usos políticos de los internautas en la campaña electoral de 2008”, en SAMPEDRO, Víctor (ed.), *Consumos y usos tecnopolíticos en las Elecciones Generales 2008*.
- LUPIA, Arthur y PHILPOT, Tasha S. (2005): “Views from inside the Net: How Websites Affect Young Adults' Political Interest”, *The Journal of Politics*, Vol. 67, No. 4, Nov.
- MANCERA, Ana / PANO, Ana (2014): “Las redes sociales como corpus de estudio para el Análisis del discurso mediado por ordenador”, *Humanidades Digitales: desafíos, logros y perspectivas de futuro. Janus*, Anexo 1, pp. 305-315.
- MANCERA, Ana / PANO, Ana (2013): “Nuevas dinámicas discursivas en la comunicación política en Twitter”, *CLAC, Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, nº 56, pp. 53-80.
- MARGOLIS, Michael et al. (2010): *The prospect of internet democracy*. Burlington (USA): Ashgate.
- MARGOLIS, Michael / RESNICK, David (2000): *Politics as Usual: The Cyberspace 'Revolution'.* Thousand Oaks, CA. Sage.
- MARTÍN JIMÉNEZ, Alfonso / SCRETI, Francesco (2009): “Las páginas web de tres partidos políticos (PSOE, PP e IU) durante la campaña electoral de las elecciones generales españolas de 2008. Análisis semiótico-lingüístico y retórico”, *Tonos. Revista Electrónica de Estudios Filológicos*, nº 17, <http://www.um.es/tonosdigital/znum17/secciones/estudios-12-webpartidos.htm>
- MAZZOLENI, Giampietro / STEWART, Julianne / HORSFIELD, Bruce (eds.) (2003): *The Media and Neo-Populism*. Westport, CT. Greenwood Press.
- McALLISTER, Ian / GIBSON, Rachel (2011): “How the Internet Is Driving the Political Knowledge Gap.” In SSRN eLibrary, [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1901895](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1901895)
- MESO, Koldobika / PALOMO, Bella (2011): “Políticos en el blog. Estudio del caso del Congreso de los Diputados”, *XVII Congreso Internacional de la Sociedad Española de Periodística*, Valladolid, 5-6 de mayo.

- MEZZARROBA, Orides / GALINDO, Fernando (2010): *Democracia electrónica*. Zaragoza. Prensas Universitarias de Zaragoza.
- MOROZOV, Evgeny (2012): *El desengaño de Internet. Los mitos de la libertad en la Red*. Barcelona. Destino.
- MOURAD, Rafael (2008): *Guía básica para entender la política 2.0. 100 ideas prácticas y 34 recomendaciones para una cibercampaña*. <http://polibyte.wordpress.com> <http://www.marketingpoliticoenlared.com/sites/default/files/DDOZEN/DDOZEN-EBOOK-guia-basica-para-entender-la-politica-20-r-mourad.pdf>
- MOYA, Miguel (2014): *Análisis comunicacional del uso que los diputados españoles hacen de Twitter: evaluación e implicaciones prácticas* [Tesis Doctoral]. Madrid. Universidad Carlos III. [http://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/20431/Tesis\\_Miguel\\_Moya.pdf?sequence=1](http://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/20431/Tesis_Miguel_Moya.pdf?sequence=1)
- NIELSEN, Rasmus Kleis (2012): *Ground Wars. Personalized Communication in Political Campaigns*. Princeton (NJ). Princeton University Press.
- NIELSEN, Rasmus Kleis / VACCARI, Cristian (2013): "Do People "Like" Politicians on Facebook? Not Really. Large-Scale Direct Candidate-to-Voter Online Communication as an Outlier Phenomenon", *International Journal of Communication* 7: 2333–2356.
- NOGALES, David (2008): "Bloggerdisidentes", pp. 157-166, en FLORES, Jesús (ed.): *Blogalaxia y periodismo en la Red. Estudios, análisis y reflexiones*. Madrid. Fragua.
- NORIEGA, José Manuel (2009): "Actitudes de los políticos en Internet: Viejos mensajes frente a nuevas relaciones", pp. 115-136, en ZAMORA, Rocío (ed.) (2009): *El candidato marca. Cómo gestionar la imagen del líder político*. Madrid. Fragua.
- OATES, Sarah / OWEN, Diana / GIBSON, Rachel (eds.) (2006): *The Internet and Politics. Citizens, Voters and Activists*. Oxon (UK). Routledge.
- OPOKU, Robert A. / WILLIAMS, Edem B. (2010): "Stakeholder management online: an empirical analysis of US and Swedish political party web sites", *Journal of Information, Communication & Ethics in Society*, ISSN 1477-996X, 2010, Volumen 8, Número 3, pp. 249 – 269.
- OTERO, Teresa / LOZANO, Ana Alicia (2014): "Relaciones Públicas on-line: Líderes de opinión en la comunicación por correo electrónico de la campaña electoral de Barack Obama (2012)", pp. 175-192, en CARRETON, Carmen / MATILLA, Kathy (eds.) *Las relaciones en la comunidad y en las redes sociales*. Zaragoza. Universidad San Jorge.
- OWEN, Diana (2014): "New Media and Political Campaigns", en KENSKI, Kate / JAMIESON, Kathleen Hall (eds.), *The Oxford Handbook of Political Communication. Theory and Research*. New York. Oxford University Press. <https://blogs.commons.georgetown.edu/cctp-505-fall2011/files/Owen.New-Media-and-Campaigns.pdf>
- PADRÓ-SOLANET, Albert / CARDENAL, Ana Sofía (2008): "Partidos y política en Internet: Un análisis de los websites de los partidos políticos catalanes". *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*, (UOC). Nº 6, febrero.
- PÉREZ LUÑO, Enrique (2004): *¿Ciberciudadaní@ o ciudadaní@.com?* Barcelona. Gedisa.
- PEYTIBI, Xabier / RODRÍGUEZ, José A. / GUTIÉRREZ-RUBÍ, Antoni (2008): "La experiencia de las elecciones generales de 2008" [en el uso de Internet]. *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*, nº 7.
- PINEDA, Migdalia (2010): "Las nuevas prácticas ciudadanas en Internet y las oportunidades para políticas de comunicación participativas", *Revista Estudios Culturales*, nº 6, pp. 31-46.
- POLLETA, Francesca (2006): *It Was like a Fever: Storytelling in Protest and Politics*. Chicago. Chicago University Press.
- PUCHADES, Francisco Javier (2011): "El uso de las tecnologías de la información y la comunicación en la relación directa entre ciudadanos y representantes políticos. El caso de las Cortes Valencianas 2010", *XVII Congreso Internacional de la Sociedad Española de Periodística*, Valladolid, 5-6 de mayo.
- RAMÍREZ QUERALT, Anunciación (2008): "Sagunt TV: La apuesta por la televisión municipal en Internet", pp. 477-483, en FLORES, Jesús (ed.): *Blogalaxia y periodismo en la Red. Estudios, análisis y reflexiones*. Madrid. Fragua.
- RAMOS, Irene / CAMPOS, Eva (eds.) (2012): *Citizenship in 3D. Digital Deliberative Democracy. An Exploratory Analysis*. Madrid. Fundación Ideas.
- RAYNAULD, Vincent (2013): *The perfect political storm? The Tea Party movement, the redefinition of the digital political mediascape, and the birth of online politicking 3.0* [Tesis Doctoral] Ottawa, Ontario. Carleton University. [https://curve.carleton.ca/system/files/etd/9b134faa-6804-4e0f-a5a8-2f68f23b26c0/etd\\_pdf/ed96279414432397b1d82ffa428cf799/raynauld-theperfectpoliticalstormtheteapartymovement.pdf](https://curve.carleton.ca/system/files/etd/9b134faa-6804-4e0f-a5a8-2f68f23b26c0/etd_pdf/ed96279414432397b1d82ffa428cf799/raynauld-theperfectpoliticalstormtheteapartymovement.pdf)

- RESINA, Jorge (2010): "Ciberpolítica, redes sociales y nuevas movilizaciones en España: el impacto digital en los procesos de deliberación y participación ciudadana", *Rev. Mediaciones Sociales*, nº 7, pp. 143-164.
- REUNIÓN DE OVEJAS ELECTRÓNICAS (ROE) (2006): *Ciberactivismo. Sobre usos políticos y sociales de la Red*. Barcelona. Virus.
- RÍOS, David et al. (2008): *La democracia electrónica*. Madrid. Lid.
- RODOTA, Stefano (2007): "Democracy, Innovation and the Information Society", pp. 17-26, en GOUJON, P. et al. (eds.): *The Information Society: Innovations, Legitimacy, Ethics and Democracy*. Boston. Springer.
- ROGINSKY, Sandrine (2014): "Social Network Sites: An Innovative Form of Political Communication? A Socio-Technical Approach To Media Innovation", *The Journal of Media Innovations*, 1-2, 97-125.
- RUBIO, Rafael (2011): "Las nuevas tecnologías en la campaña electoral", Seminario *Libertad en Internet. Garantías y Amenazas*. Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Valencia, 28-29 Septiembre.
- RUBIO, Rafael (2009): "Quiero ser como Obama. Me pido una red social", *Cuadernos de Pensamiento Político* (Fundación FAES), nº 21:123-154.
- SACO, Diana (2002): *Cybering Democracy: Public Space and the Internet*. Minneapolis. University of Minnesota Press.
- SALCEDO MALDONADO, Jorge Luis (2012): *Making Ideas Spread. New Media, Social Networks and Political Communication, Advocacy and Campaigns*, Centre Maurits Coppieters, Brussels. CMC Papers, 2012:3. [http://www.academia.edu/2417135/Making\\_Ideas\\_Spread\\_New\\_Media\\_Social\\_Networks\\_and\\_Political\\_Communication](http://www.academia.edu/2417135/Making_Ideas_Spread_New_Media_Social_Networks_and_Political_Communication)
- SALVAT, Guiomar (2010): "De la burocracia a la proximidad: La Administración Pública en la sociedad de la información", *TELOS*, nº 84, pp.112-121.
- SALZMAN, Ryan / ALBARRAN, Alan (2011): "Internet Use in Latin America", *Palabra Clave* (Universidad La Sabana, Bogotá), vol. 14:2, 297-313.
- SAMPEDRO, Víctor (ed.) (2011): *Cibercampaña, cauces y diques para la participación. Las elecciones generales de 2008 y su proyección tecnopolítica*. Madrid. Editorial Complutense.
- SAMPEDRO, Víctor (ed.) (2005): *13-M. Multitudes on Line*. Madrid. Los Libros de la Catarata.
- SAMPEDRO, Víctor et al. (2011): "Spain's 2008 cyber-campaign: Only for a very active minority", *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, Vol. 3:1, pp. 3-19.
- SAMPEDRO, Víctor / SÁNCHEZ DUARTE, José Manuel / Campos, Eva (2014): "Participación ciudadana en las cibercampañas electorales: Debates teóricos y una aproximación tipológica", en COTARELO, Ramón / OLMEDA, José Antonio (eds.) (2014): *La democracia del siglo XXI. Política, medios de comunicación, internet y redes sociales*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. [http://www.ciberdemocracia.es/wp-content/uploads/SAMPEDRO\\_DUARTE.pdf](http://www.ciberdemocracia.es/wp-content/uploads/SAMPEDRO_DUARTE.pdf)
- SAMPEDRO, Víctor / SEOANE, Francisco (2009): "Las elecciones generales españolas de 2008: 'Bipolarización antagónica' fomentada por intereses político-mediáticos y las nuevas tecnologías", *Revista Sociología e Política*, vol. 17, nº 34, pp. 129-135.
- SAMPEDRO, Víctor / TUCHO, Fernando / VIZCAÍNO, Ricardo (2008): "Las webs de los partidos: virtualidad y propaganda, censura y desinformación" pp. 245-278, en SAMPEDRO, Víctor (ed.) (2008): *Medios y Elecciones 2004. La campaña electoral y las otras "campañas"*. Madrid. Centro de Estudios Ramón Areces.
- SÁNCHEZ DUARTE, José Manuel / HARO, Carmen (2011): "Nuevas formas de participación ciudadana en la información", *XVII Congreso Internacional de la Sociedad Española de Periodística*, Valladolid, 5-6 de mayo.
- SCHNEIDER, Steven/ FOOT, Kirsten (2002): "Online Structure for Political Action. Exploring Presidential Campaign Websites from the 2000 American Election", *The Public*, vol. 9:2, 1-18.
- SCHULZKE, Marcus (2012): "Campaigning in the Digital World: Obama's Use of Dynamic Advertisements", *Journal of Information Technology and Politics*, Vol. 9:4.
- SEIZOV, Ognyan (2014): *Political Communication Online: Structures, Functions, and Challenges*. New York. Routledge.
- SHIFMAN, Limor (2012): "An anatomy of a YouTube meme", *New Media and Society*, n1 14: 187-203.
- SHIFMAN, Limor (2006): "Celebrating De(mock)cracy: On-Line Political Humor". Tesis Doctoral. Oxford. Oxford Internet Institute.
- SKOVSGAARD, M., & ARJEN, V.D. (2013): "Dodging the gatekeepers: Social media in the campaign mix during the 2011 Danish elections", *Information, Communication & Society*, 16 (5), 737-56.

- SLIMOVICH, Ana (2012): "Apuntes sobre las discursividades políticas en el Facebook de Mauricio Macri", *Anclajes* [Revista de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP. La Plata. Argentina] nº 72, pp. 1-8.
- SMITH, Marc et al. (eds.) (ed. 2003): *Comunidades en el ciberespacio* (v.o. 1999). Barcelona. Ed. UOC (Universitat Oberta de Catalunya).
- SOLO, ASHU (eds.) (2014): *Political Campaign in the Information Age*. Hershey (PA, USA). IGI Global. [Arts. de Lilleker y otros].
- SONÍ-SOTO, Araceli (2011): "Mitos y símbolos en la campaña de Barack Obama", *Palabra Clave*, Vol. 14:1, pp. 67-82.
- STROMER-GALLEY, Jennifer (2014): *Presidential Campaigning in the Internet Age*. New York. Oxford University Press.
- STROMER-GALLEY, Jennifer / WICHOWSKI, Alexis (2010): "Political Discussion Online", en CONSALVO, Mia / ESS, Charles (eds.): *The Handbook of Internet Studies*. Oxford (UK). Blackwell.
- STIEGLITZ, Stefan / BROCKMANN, Tobias (2013): "The Impact of Smartphones on E-Participation", 46th Hawaii International Conference on System Sciences, *IEE Computer Society*, pp. 1734-1742. DOI 10.1109/HICSS.2013.623
- SUBIRATS, Joan (2011): *Otra sociedad, ¿otra política?: De "no nos representan" a la democracia de lo común*. Barcelona. Icaria.
- SUNSTEIN, Cass (ed. 2003): *Republica.com: Internet, democracia y libertad* (v.o. 2002). Barcelona. Paidós.
- TASCÓN, Mario / QUINTANA, Yolanda (2012): *Ciberactivismo. Las nuevas revoluciones de las multitudes conectadas*. Madrid. Los Libros de la Catarata.
- TÚÑEZ, Miguel / SIXTO, José (2011): "Redes sociales, política y Compromiso 2.0: La comunicación de los diputados españoles en Facebook", *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 66: 210-234.
- TWITTER (2014): *The Twitter Government and Elections Handbook* [e-book], <https://g.twimg.com/elections/files/2014/09/16/TwitterGovElectionsHandbook.pdf>
- UNIÓN INTERPARLAMENTARIA / NACIONES UNIDAS (2009): *Directrices para sitios web parlamentarios*. Ginebra. Centro Global para TIC.
- VACCARI, Cristian (2012): "From Echo Chamber to Persuasive Device? Rethinking the Role of the Internet in Campaigns." *New Media and Society*, 14, pp. 1 - 20
- VACCARI, Cristian (2010): "'Technology Is a Commodity': The Internet in the 2008 United States Presidential Election", *Journal of Information Technology & Politics*, 2010(7): 318 – 339.
- VACCARI, Cristian (2008): "Italian Parties' Websites in the 2006 Elections", *European Journal of Communication*, vol. 23(1): 69-77.
- VACCARI, Cristian / VALERIANI, Augusto (2013): "Follow the leader! Dynamics and Patterns of Activity among the Followers of the Main Italian Political Leaders during the 2013 General Election Campaign", Conference Paper, conference "Social Media and Political Participation", New York. University Florence, 10-11 Mayo. [http://www.lapietradialogues.org/publications\\_det.php?id=81](http://www.lapietradialogues.org/publications_det.php?id=81)
- VALERA, Lidia (2013): "Eficacia y cinismo político en Facebook", *F@ro: revista teórica del Departamento de Ciencias de la Comunicación*, [Rev. Dpto. Ciencias de la Comunicación. Univ. Playa Ancha, Chile], Vol. 1, Nº. 17, pp. 56-72.
- VALERA, Lidia (2013): "El flujo del discurso partidista de campaña en viejos y nuevos medios. Una propuesta metodológica", pp. 337-352 en VICENTE MARIÑO, (ed.): *Investigar la Comunicación hoy Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas. Vol. II* [Comunicaciones del Simposio Internacional sobre Política Científica en Comunicación. Segovia. Universidad de Valladolid.
- VALERA, Lidia (2012): "Blogs ciudadanos en las elecciones españolas de 2008: Asimilación de la agenda y reproducción de la lógica partidista", *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* [Sevilla], nº 21, pp. 207-229.
- VALERA, Lidia (2011): "Los nuevos medios de comunicación política: sitios web, blogs, redes sociales, videopolítica y microblogging", *XVII Congreso Internacional de la Sociedad Española de Periodística*, Valladolid, 5-6 de mayo.
- VALERA, Lidia / LÓPEZ, Guillermo (2014): "Agenda y marcos en las webs de PP y PSOE en la cibercampaña de 2011", *Revista Latina de Comunicación Social*, Nº. 69, 1, 2014, 26 págs.
- VARELA, Juan (2011): "Los políticos en campaña: Uso instrumental de las NTIC y control de la información", en LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (ed.), op. cit.
- VERGEER, Maurice / HERMANS Liesbeth / SAMS, Stevens (2011): "Online social networks and micro-blogging in political campaigning: The exploration of a new campaign tool and a new campaign style", *Party Politics*, 19(3) 477–501.

VOERMAN, Gerry / BOOGERS, Marcel (2008): "The Netherlands: Digital Campaigning in the 2002 and 2003 Parliamentary Elections", en WARD, OWEN et al. op.cit.

WARD, Stephen / OWEN, Diana / DAVIS, Richard / TARAS, David (eds.) (2008): *Making a Difference. A Comparative View of the Role of the Internet in Election Politics*. Lanham, MD. Lexington Books.

VV.AA. (2013): Bloque de Capítulos sobre "TERCERA PARTE: La campaña en los medios y las redes sociales", pp. 333-562, en CRESPO, Ismael (ed.) (2013): *Partidos, medios y electores en procesos de cambio. Las elecciones generales españolas de 2011*. Valencia. Tirant Humanidades. [La sección de capítulos seleccionada incluye trabajos sobre el uso de Twitter por Rajoy, Pérez Rubalcaba y líderes de partidos minoritarios durante la campaña de 2011; Consumo de noticias electorales en la prensa online, etc.].

VV.AA. (2001): "Ciberdemocracia". Número monográfico de *Cuadernos de Información y Comunicación (CIC)*. Nº 6. Madrid. Departamento Periodismo III. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense.

ZUGASTI, Ricardo / PÉREZ GONZÁLEZ, Javier (2015): "La interacción política en Twitter: el caso de @ppopular y @ahorapodemos durante la campaña para las Elecciones Europeas de 2014", *Ámbitos*, nº 28, pp. 38-49.

#### Otros recursos:

- Ciberdemocracia. Grupo de Investigación sobre Ciberpolítica y Elecciones. Trabajos diversos, <http://www.ciberdemocracia.es/>
- Ciberpolítica. Página de [www.ciberpolitica.net/](http://www.ciberpolitica.net/)
- Epolitics. Página dedicada a herramientas y tácticas de Internet en la política [www.epolitics.com/](http://www.epolitics.com/)
- Giansansante, Gianluca. Página personal sobre Comunicación Política general y digital, <http://gianlucagiansante.com/es/>
- Gutiérrez-Rubí, página de Comunicación Política, campañas e Internet <http://www.gutierrez-rubi.es/>
- Open Data Congreso [www.opendatacongreso.org/](http://www.opendatacongreso.org/)
- Oxford Internet Institute (University of Oxford-UK): <http://www.oii.ox.ac.uk/contact/>
- Más Poder Local. Revista de Comunicación Política de la Fundación Ortega-Marañón <http://www.maspoderlocal.es/>
- Personal Democracy Forum: <http://personaldemocracy.com/>
- Web Politic@as: Management político e Internet: <http://webpoliticas.blogspot.com.es/>

#### METODOLOGÍA DOCENTE

- Debate en clase a partir de lecturas previas programadas.
- Exposición del profesor mediante diferentes ayudas visuales de teoría y análisis de casos prácticos.
- Exposiciones de los alumnos de sus trabajos prácticos.
- Aportaciones de conferenciantes invitados.
- Discusión y solución de preguntas en aula, al hilo de las exposiciones.

#### Normativa para la elaboración del trabajo final de la asignatura

El trabajo final consistirá en un ensayo de orientación personal, de reflexión general y síntesis sobre todos los temas y cuestiones tratados a lo largo del curso (**entre 12 y 15 páginas**). Se valorará por igual la demostración de conocimientos sobre los enfoques abordados como la originalidad o creatividad personal en cuanto a argumentación crítica y eventuales propuestas, manejo de bibliografía, etc. (Véase la **ADVERTENCIA IMPORTANTE** en pág. 4 de esta guía docente).

El segundo trabajo, necesario para la convocatoria de septiembre, (recensión –resumen y comentario personal- de un libro o de un grupo de artículos) deberá tener una extensión entre 8 y 12 páginas.

#### LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN (TFM):

- Comunicación política, ciberpolítica y ciberdemocracia
- Análisis y modelos de la sociedad de la información
- Análisis fenomenológico de cuestiones y procesos de la información