



La búsqueda digital del voto : cibercampañas electorales en España 2015-2016 /

Dader, José Luis
Campos, Eva (
Campos Domínguez)
Abejón, Paloma

Tirant lo Blanch,
2017.

Monografía

Las actividades en internet de partidos políticos y ciudadanos durante las campañas electorales forman parte esencial ya de la estrategia y logística comunicacional desplegadas en las democracias avanzadas. La planificación por los partidos y candidatos de su búsqueda digital del voto ha dado lugar al nuevo fenómeno de la "gestión computacional de campañas". El cual engloba aspectos tan diversos como microsegmentación de perfiles electorales, geolocalización de usuarios de plataformas digitales para la inserción focalizada de reclamos persuasivos, orquestación de militantes y simpatizantes en "acciones de desborde" de ciberactivismo digital, multiplicidad de intervenciones cotidianas en diferentes redes sociales virtuales y la coordinación entre las acciones "online" y "offline". España ha vivido de manera intensa esa transformación durante el ciclo electoral de 2015 y 2016, por lo que los autores del presente libro han querido levantar acta de sus principales evidencias: ¿Qué características ha tenido el uso de sitios web, Facebook y Twitter de los seis principales partidos y candidatos de ámbito nacional? ¿Qué estrategias y planificación declaran haber desplegado los responsables de la campaña digital de esos mismos partidos? ¿Qué papel está jugando, en definitiva, la más novedosa cibercomunicación electoral en la vida pública española?

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhemF0ei5yZW4vMTk1NTkzMDU>

Título: La búsqueda digital del voto : cibercampañas electorales en España 2015-2016 José Luis Dader, Eva Campos Domínguez (coords.) ; Paloma Abejón ... [et al.] (autores) ; Cristina González, Cristina Renedo, José Manuel Sánchez Duarte (codificadores auxiliares en Análisis de contenido).

Editorial: Valencia Tirant lo Blanch 2017.

Descripción física: 509 p. 22 cm

Tipo Audiovisual: Campañas electorales en Internet

Mención de serie: Comunicación política y estrategias de campaña 4

Nota general: En la cubierta: ALICE, Asociación Latinoamericana de Investigación en Campañas Electorales.

ISBN: 978-84-9169-184-6

Materia: Comunicación en política Campañas electorales Redes sociales en Internet Marketing en Internet
Sociología política Proceso de datos

Autores: Dader, José Luis Campos, Eva (Campos Domínguez) Abejón, Paloma

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es