

ÍNDICE

	<i>Págs.</i>
PRÓLOGO	XIII
PRESENTACIÓN.....	XVII
PRIMERA PARTE: CUESTIONES TEÓRICAS	
CÁPITULO 1. GOBIERNO ELECTRÓNICO, CIBERPOLÍTICA Y DEMOCRACIA. (JOSÉ ANTONIO OLMEDA)	
1. Introducción	3
2. Difusión del gobierno electrónico.....	6
Los procesos de difusión en el ámbito de las políticas públicas	7
La extensión del gobierno y la administración electrónicas	9
El rostro autocrático del gobierno electrónico	15
3. ¿Hacia una tercera transformación de la democracia?.....	18
CÁPITULO 2. ACCOUNTABILITY Y TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN FINANCIERA PÚBLICA EN LA WEB. (MANUEL PEDRO RODRÍGUEZ BOLÍVAR)	
1. Introducción	27
2. Rendición de cuentas (<i>accountability</i>) y transparencia de la información.	30
3. Experiencias empíricas en la divulgación de información financiera pública	34
3.1. Códigos de buenas prácticas: Metodología de investigación.....	34
3.2. Investigaciones en el ámbito de la información financiera y presu pues-taria.....	40
4. Conclusiones y discusiones.....	48
CÁPITULO 3. PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LAS CIBERCAMPAÑAS ELECTORALES. DEBATES TEÓRICOS Y UNA APROXIMACIÓN TIPOLÓGICA. (VÍCTOR SAMPEDRO, JOSÉ MANUEL SÁNCHEZ DUARTE, EVA CAMPOS)	
1. Introducción	51
2. Participación y acción política en Red	54
3. Partidos políticos y campaña electoral en la red. España y los países del sur de Europa	57

	<i>Págs.</i>
4. Diseño de la investigación	60
5. Tipologías de usuarios tecno-políticos en cibercampaña	63
6. Discusión y resultados	78
CÁPITULO 4. DEMASIADOS TALONES PARA UN SOLO AQUILES. LOS RIESGOS DEL VOTO ELECTRÓNICO. (JOSEP M ^a RENUI VILAMALA)	
1. Aproximándonos al objeto de estudio	81
1.1. Malentendido n ^o 1: el voto electrónico es sólo a través de internet	82
1.2. Malentendido n ^o 2: el voto electrónico es sólo para entornos no controlados	83
1.3. Malentendido n ^o 3: el voto electrónico es sólo para elecciones políticas	84
1.4. ¿Qué motivos justifican la introducción del voto electrónico? ..	85
2. El voto electrónico desde la técnica, el derecho y la ciencia política...	89
3. Los «talones de Aquiles» del voto electrónico.....	91
3.1. La conveniencia político-electoral y los efectos del optimismo tecnológico	91
3.2. La supuesta reducción de los costes económicos generales	91
3.3. ¿Genera más y mejor participación electoral?	93
3.4. El problema de eliminación de los votos nulos	94
3.5. La persistente brecha democrática	95
3.6. La seguridad y las garantías del sufragio.....	96
3.7. La necesaria verificabilidad individual y colectiva.....	98
3.8. Sobre la aceptación ciudadana.....	100
3.9. ¿Cómo observaremos la elección?.....	102
4. Algunas consideraciones finales (aunque no definitivas...).....	104
CÁPITULO 5. SUBJETIVIDAD INSTANTÁNEA EN LA FICCIÓN DEL NUEVO ESPACIO PÚBLICO. (LEYRE BURGUERA AMEAVE)	
1. Comunicación política hoy: la construcción del espacio político	107
2. ¿Hacia una opinión pública discursiva o agregativa?.....	110
3. De la mediocracia a la cibercracia: la pérdida del mundo común	115
4. A modo de conclusión: el ciberespacio ¿tiene status de realidad?	119
CÁPITULO 6. DEMOCRACIA E INTERNET. APUNTES PARA LA REFLEXIÓN. (SEBASTIÁN ZAMBELLI)	
1. Democracia e internet.....	125
2. <i>Isegoría</i> , <i>isonomía</i> e internet	125
3. <i>Isomoiría</i>	129
4. Conclusión a modo de reflexión	133

SEGUNDA PARTE: LAS FORMAS DE ACTIVISMO

CÁPITULO 7. ¿LA CIBERUTOPÍA ERA ESTO? SOFACTIVISMO, TRIBALISMO, NUEVA CENSURA Y TRIVIALIZACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO. (LUIS ARROYO)	
1. «Sofactivismo»	141
2. Tribalismo.....	146
3. Nueva censura.....	147
4. Trivialización del espacio público.....	150
5. ¿Ciberpolítica? Política a secas.....	153
CÁPITULO 8. LAS CIBERORGANIZACIONES. LOS CIBERPARTIDOS. (RAMÓN COTARELO)	
1. WikiLeaks	158
2. Anonymous	160
3. Movimiento 15-M.	164
4. El Partido pirata	167
5. El MoVimiento 5 estrellas	171
6. Los frentes	173
7. Conclusión	176
CÁPITULO 9. ACTIVISMO DIGITAL EN CAMPAÑA ELECTORAL: DEL MOVIMIENTO POR LA VIVIENDA DIGNA AL MOVIMIENTO 15M (CARMEN HARO BARBA, VÍCTOR SAMPEDRO, JOSÉ MARÍA SÁNCHEZ DUARTE)	
1. Introducción.....	179
2. Casos de estudio: Movimiento por la vivienda digna y Movimiento 15M	181
3. Diseño de la investigación	182
3.1. Método de análisis.....	183
3.2. Muestra.....	187
4. Resultados preliminares de la investigación.....	190
4.1. Información, interactividad, ayuda instrumental y estética	193
5. Conclusiones	200
CÁPITULO 9. CASUAL POLITICS: DEL CLICKACTIVISMO A LOS MOVIMIENTOS EMERGENTES Y EL RECONOCIMIENTO DE PATRONES (ISMAEL PEÑA-LÓPEZ)	
1. Votar con los pies.....	211
2. Política e(n) internet	213
3. Participación en línea y participación extra-representativa: de la habilitación a las para-instituciones.....	216
4. Participación en línea, ciberactivismo y clickactivismo	218
5. <i>Casual politics</i>	221
6. Sistemas emergentes y reconocimiento de patrones	223
7. Reivindicación del clickactivismo.....	226

CÁPITULO 11. <i>YOU CAN'T BAN BOXES</i> : LAS LIMITACIONES PRÁCTICAS DE LA LEGISLACIÓN DE LA RED. (JUAN PIZARRO MIRANDA)	
1. Nuevas tecnologías, antiguas problemáticas	231
2. Transnacionalidad y escala.....	233
3. La expansión de lo «virtual»	237

CÁPITULO 12. LA EMERGENCIA DE PROSUMIDORES Y EL DESARROLLO DE NUEVOS MODELOS MEDIÁTICOS: EL CASO DE TOMA LA TELE. (JAVIER GIL GARCÍA)	
1. Introducción.....	241
2. El sujeto del siglo XXI: los prosumidores.....	243
3. El caso de Toma la tele	246
4. Hacia un nuevo modelo mediático.....	253
5. Conclusión.....	255

TERCERA PARTE: MOVILIZACIÓN Y PARTIDOS POLÍTICOS

CÁPITULO 13. INTERACCIÓN DE LOS ESPACIOS FÍSICOS Y VIRTUALES EN LA MOVILIZACIÓN SOCIOPOLÍTICA (RAMÓN ADELL ARGILÉS)	
1. Interacciones entre realidad y virtualidad.....	259
2. La manifestación, como ocupación del espacio de la ciudad.....	261
3. El impacto de las NTIC en las manifestaciones en la calle	263
4. Redes y comunidades instantáneas en acción	268
5. De la <i>net parade</i> a la maniweb, los avatares se movilizan	274
6. Comparativa de la movilización según espacios, y primeras conclusiones	279

CÁPITULO 14. DATANALYSIS15M: TOPOLOGÍA DEL SISTEMA-RED 15M. (PABLO ARAGÓN, JAVIER TORET, M. LUZ CONGOSTO, DAVID LANIADO)	
1. Introducción.....	284
2. Hipótesis y metodología	285
3. Resultados.....	288
3.1. Gestación	289
3.2. Explosión.....	291
3.3. Globalización.....	292
3.4. Aniversario.....	294
4. Discusión.....	295
4.1. Cambio de paradigma	296
Glosario	299

CÁPITULO 15. CENTRALIZACIÓN DE LAS DECISIONES E INTERACCIÓN ONLINE EN LAS PÁGINAS WEB Y FACEBOOK DE CIU, ERC Y EL PSC. (MARCE ESTEVE DEL VALLE, ROSA BORGE BRAVO)	
1. Introducción.....	303

	<i>Págs.</i>
2. Las TICs y los partidos políticos	305
2.1. El análisis de la adaptación de los partidos a las TICs desde un punto de vista interno	305
2.2. El análisis de la adaptación de los partidos a las TICs desde un punto de vista externo	308
2.3. El análisis de los factores que influyen en la adaptación de los partidos a las TICs	310
3. Diseño de la investigación e hipótesis	311
3.1. Medición de la centralización de las decisiones en los partidos políticos catalanes	313
3.2. Medición de las posibilidades de interacción facilitadas por los partidos catalanes en sus páginas web.....	314
3.3. Medición de las ventanas y del tipo de interacción de los partidos catalanes en sus páginas Facebook.....	315
4. Resultados.....	317
4.1. Centralización de las decisiones de los partidos catalanes y otras características que pueden influir en su interacción online.....	317
4.2. Ventanas de interacción facilitadas por los partidos en sus páginas web	320
4.3. Interacción del PSC, CIU y ERC en sus páginas Facebook.....	322
5. Conclusiones	326
 CÁPITULO 16. MOVILIZACIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES. LA POLÍTICA CON INTERNET Y LA POLÍTICA EN INTERNET (JOSÉ MANUEL ROBLES, STEFANO DE MARCO, MIRKO ANTINO)	
1. Introducción	329
2. Marco teórico	332
Política con internet y política en internet	332
Consumo de información y participación política digital. Unos breves apuntes	334
3. Metodología	336
Método.....	336
Resultados.....	340
4. Discusión	343
Aportaciones empíricas.....	343
Aportaciones teóricas.....	344
Limitaciones y futuras investigaciones	347
 CÁPITULO 17. HUELGA GENERAL, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y TWITTER: OPINIÓN PÚBLICA EN UN CONTEXTO DE MOVILIZACIÓN. (PALMIRA CHAVERO)	
1. Años de movilización social	349
2. El consumo mediático en España.....	350
3. Análisis empírico: cuestiones metodológicas	351
4. Las huelgas generales en twitter	352
5. Las huelgas generales en la prensa de referencia	356

	<i>Págs.</i>
6. A modo de conclusión	360
 CUARTA PARTE: ELECCIONES, CAMPAÑAS Y REDES SOCIALES	
CÁPITULO 18. <i>NETWORKING</i> Y <i>CROWDSOURCING</i> EN LAS MODERNAS CAMPAÑAS DIGITALES. (ANTONIO GARRIDO)	
1. Campaña digital online y offline.....	366
2. <i>Networking</i>	370
3. <i>Crowdsourcing</i>	376
 CÁPITULO 19. METODOLOGÍA PARA EL ANÁLISIS DE REDES SOCIALES (MONTSE FERNÁNDEZ CRESPO)	
1. Introducción. Análisis de Redes Sociales	383
1.1 Análisis en Twitter.....	384
1.2 Análisis en Facebook.....	393
1.2 Análisis en Google.....	395
1.4 Análisis en Wikipedia y otros	399
2. Conclusiones	406
 CÁPITULO 20. TWITTER VS MEDIOS TRADICIONALES ¿HA IMPLICADO TWITTER UN ESPACIO CIUDADANO REAL DE INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN? (ÓSCAR G. LUENGO)	
1. Introducción.....	409
2. Nuevos y viejos medios de comunicación	411
3. Aspectos metodológicos	417
4. Análisis y hallazgos.....	419
5. Conclusiones	425
 CÁPITULO 21. LA AUTONOMÍA Y LA HORIZONTALIDAD DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA DEL 15M DURANTE EL 12 DE MAYO DE 2012. (FRANCISCO COLLADO CAMPAÑA)	
1. Introducción: el ascenso de los movimientos sociales «indignados» ...	429
2. Hipótesis y pregunta de investigación: el 15M como actor político autónomo	431
3. Análisis de la cartelería del 15M para la manifestación de 12 de mayo..	435
3.1. Análisis de los efectos perseguidos	435
3.2. Análisis de los «issues» de la agenda	439
3.3. Efectos y agenda del 15M	443
4. Conclusiones	444
LOS AUTORES.....	447
BIBLIOGRAFÍA	459