

MEMORIA TÉCNICA PARA PROYECTOS DE LA CONVOCATORIA DE I+D TIPO A ó B

1 RESUMEN DE LA PROPUESTA (Debe rellenarse también en inglés)

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Víctor Francisco Sampedro Blanco

TITULO DEL PROYECTO

Ciberdemocracia en la campaña electoral de 2008 en España.

El uso ciudadano de las nuevas tecnologías para la percepción, deliberación y movilización electorales.

RESUMEN (debe ser breve y preciso, exponiendo sólo los aspectos más relevantes y los objetivos propuestos):

Las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) están alterando las vías de representación y movilización políticas. Sus usos, institucionales y ciudadanos, transforman la esfera pública. Siendo las elecciones los climas más decisivos de la deliberación colectiva, urge examinar las NTIC como instrumentos de propaganda, debate y movilización.

Aunque proyectamos un estudio de caso, las próximas elecciones legislativas en España (¿2008?), adoptamos una perspectiva comparada: la única capaz de arrojar luz sobre el potencial de las NTIC en las dimensiones deliberativa y participativa de nuestras democracias. El investigador principal participa en otro proyecto brasileño sobre la reelección de Lula, con el que comparte presupuestos teóricos y un mismo diseño metodológico (NEAMP - Núcleo de Arte, Medios y Política de la PUC de Sao Paulo). Asimismo, otro miembro de nuestro equipo participa en el Oxford Internet Institute (OII), comparando la incidencia electoral de las NTIC a largo de todo el mundo (Estados Unidos, Gran Bretaña, Francia, Italia, Chile, Bélgica, etc.).

Pretendemos, primero, identificar una tipología de usuarios y sus patrones de consumo. Intentaremos explicarlos en relación con los rasgos del sistema político-informativo español. Aplicaremos técnicas demoscópicas y varios análisis – cuantitativos y cualitativos - de los usuarios, gestores y dispositivos tecnopolíticos; tanto de las candidaturas electorales como del tejido social.

El objetivo primario y de partida es la realización de una encuesta a una muestra representativa del electorado español sobre los usos políticos de las NTIC. Intentamos un nivel de detalle hasta ahora no abordado, sobre frecuencia y tipo de webs visitadas, intercambio de mensajes y material político a través de la Red, conocimiento y uso de medios electrónicos alternativos, etc. Los datos demoscópicos se completan con grupos de discusión con sectores de ciudadanos, entrevistas con analistas, expertos y gestores de los sitios web de los partidos políticos y las administraciones, así como con activistas de las redes sociales telemáticas. Finalmente, los análisis de contenido formal de webs de partidos, y de contenido cuantitativo y cualitativo-estructurado del texto de blogs y foros cibernéticos completarán el estudio.

Destacamos, sin embargo, que la investigación no se centra en el análisis de las nuevas formas de publicidad, propaganda e información de los partidos en liza. Nos interesan, ante todo, *los usos y aplicaciones que la ciudadanía, en el nivel individual y en el de movimientos de interlocución organizados, experimenta mediante las NTIC, logrando una intervención más activa y reflexiva en el proceso fundamental de la vida democrática.*

Consideraremos el impacto de factores contextuales, como variables dependientes, operacionalizados en el nivel de alfabetización y acceso a las NTIC, la segmentación social de los usuarios y su cultura política, el sistema electoral y de partidos, los estilos de campaña, el ciclo y tono de la movilización social. Son factores que se han desvelado relevantes en investigaciones ya realizadas por los miembros del equipo investigador –en solitario o integrados en otros grupos- sobre las Elecciones Generales españolas de 2004; y de las cuales consideramos el proyecto actual como continuación.

PROJECT TITLE:

Ciberdemocracy in the Spanish 2008's Electoral Campaign. The Citizen's Use of New Technologies for Information Seeking, Civic Debate and Political Mobilization during Electoral Processes. A Case' Study in Spain.

SUMMARY:

The New Technologies of Information and Communication (NTIC) are changing the nature of political representation and social mobilization. The study of the NTIC uses, both by the institutions and the citizenry, allows to evaluate their impact on the public sphere; therefore, on the quality of modern democracies. Considering the elections as the highest and most decisive moments of collective deliberation, it seems urgent to examine NTIC as instruments for propaganda, debate and mobilization, both in the electoral and social domains. Ballots and protests are nowadays permeated by the new forms of "technopolitics", that alter the traditional role of political parties, administrations, mass media and social organizations. Only a comparative perspective can achieve solid conclusions over the NTIC as the "independent variable" affecting the dynamics of representation and government in a positive or negative way.

We focus on the study of the coming elections in Spain (2008?) with a systematic and parallel analysis of the uses of Internet and mobile phones by the competing parties and candidates, as well as by social organizations aiming to influence the campaign. These analyses allow for comparing and evaluating the influence of contextual factors such as the degree of technological access and competence, the social segmentation of users, their political culture, the electoral and party systems, the styles of electoral campaigns, the degree and culture of social mobilization.

We can draw solid conclusions by comparing the country with parallel studies in Brazil –the highest number of Latin American internet users- and with other recent electoral processes reviewed in a cross-national research. The main objectives are to cast some light about the influence of the NTIC upon two dependent variables to measure the quality of a democratic process: the plurality of competing electoral proposals and the degree of openness of the political system when facing social demands. The design of the study tries to complete former analysis made by the research team over the 2004 Spanish General Elections. Our main objectives now are to conduct a survey upon the political uses of NTIC, being the first attempt ever made in our country to an in-depth measure of the technopolitical uses by the general population. Demoscopic data will be completed by focus groups driven in parallel with experts, webmasters of political parties, as well as with activists of digital networks. Likewise we will conduct content analyses of different samples of web messages and blogs and chat discussions. These methodologies combine the quantitative and qualitative dimensions needed to arrive at validated conclusions.

2. INTRODUCCIÓN

(Máximo cinco páginas)

-
- Deben tratarse aquí: la finalidad del proyecto; los antecedentes y estado actual de los conocimientos científico-técnicos, incluyendo la bibliografía más relevante; los grupos nacionales o internacionales que trabajan en la misma materia específica del proyecto, o en materias afines.-

El estudio de la aplicación de las NTIC al campo político ha de partir, en buena lógica, de una primera prospección sobre la distribución general de las *tipologías de usuarios y sus patrones de uso* de Internet y la telefonía móvil; considerando el conjunto de la población española. El déficit de conocimiento empírico en este terreno es enorme. Sólo contamos con los datos de evolución hasta alcanzar 2005 y 2006, proporcionados por contadas empresas demoscópicas (básicamente, el Estudio

General de Medios¹ y el Estudio General de Internet-EGI²), así como los datos genéricos de la ITU³, que nos remiten al año 2004.

Las cifras muestran ciertas discrepancias, según nos refiramos a los datos generales de la ITU (que asignaban un 35'41% de internautas a España en 2005) o a los específicos, elaborados por observatorios y empresas nacionales con criterios de medición no siempre coincidentes ni en términos de universo (población de 14, 15 ó de 18 años en adelante), ni en la definición de audiencia/acceso (en el día anterior, a lo largo del último mes, etc.).

En lo que concierne a los sucesivos estudios del EGM -que son los que ofrecen una serie más prolongada-, muestran una cierta estabilización del porcentaje de usuarios de Internet en España en los últimos años. Tras el rápido ascenso experimentado entre 1999 y 2003 (del 7% al 26'9%), los años 2004, 2005 y 2006 han supuesto una ligera ralentización del ritmo de penetración hasta alcanzar el 37,4% de la población mayor de 14 años en abril-mayo de 2006 (última cifra disponible en el informe difundido en otoño del mismo año), que representa un número de usuarios ligeramente inferior a los 14 millones de personas de un total de 37,43 millones de esta población. Aunque los cálculos ofrecidos por otros estudios mostraban ya cifras entre el 37 y el 44 por ciento en 2004 y 2005 (Red.es, 2005; Nielsen/Netratings, 2005; INE, 2005), las diferencias se deben a un aumento de la edad de definición del universo o al criterio de definición de la audiencia.

Respecto a la segmentación por clases, a finales de los años 90 la mayoría de los accesos, un 66'4%, correspondían a la clase alta y media-alta. En los últimos años ha tendido, sin embargo, a compensarse (según el referido estudio del EGM. Las clases alta y media-alta habían descendido hasta un 41% del total de usuarios en abril-mayo de 2005 y se sitúan en el 38,4% en el mismo período de 2006). De hecho, en las cifras actuales ya podemos detectar una importante presencia de las clases medias y un índice de penetración total más que significativo.

La aún débil penetración de Internet en España, en comparación con su entorno más inmediato, no resulta muy superior a la de Brasil (país tomado como una de nuestras principales referencias comparativas, gracias al estudio del NEAMP-PUC de Sao Paulo sobre las elecciones de 2006, con un diseño de investigación similar al nuestro). Brasil ofrece unas condiciones de uso de Internet muy similares en varias dimensiones que nos ocupan en este proyecto: el uso político de la Red queda manifestado en el alto consumo de contenidos puestos a disposición del público por las distintas administraciones, en la profusión del uso de tecnologías de difusión de mensajes en el nivel de la comunicación interpersonal (por ejemplo, mensajería instantánea, aspecto en el cual son precisamente Brasil y España los dos países, siguiendo los datos de la brasileña IBOPE-NIELSEN, con mayor índice de penetración), y en el uso de Internet para la creación de redes ciudadanas (podemos poner los ejemplos, aunque su aplicación efectiva responda a objetivos distintos, de Porto Alegre en Brasil y Tarragona en España).

Las referencias aportadas por ese estudio paralelo de las últimas elecciones brasileñas y la compilación de estudios de una veintena de países también mencionado antes (Davis, Owen, Ward et al. 2007), nos permiten, por tanto, centrarnos en las interacciones telemáticas que se establecen en periodo electoral entre, por una parte, el público más activo y, por otra, los medios convencionales y los partidos en liza. Las nuevas tecnologías han alterado la naturaleza y los rasgos de las interacciones clásicas de la comunicación personal e institucional. Así nuestra investigación aplica algunas de las líneas de investigación más actuales.

En primer lugar, nos basamos en la literatura del “público activo”: que atiende selectivamente los mensajes políticos según sus intereses, interpretando el significado, según su biografía y contexto (Gamson, 1992); además de difundirla a través del ordenador personal en red y la telefonía móvil. Las NTIC aumentan la autonomía y la socialización horizontal de mensajes, dando lugar a “procesos deliberativos celéricos” (Page, 1996), que pueden alterar el funcionamiento normal de la contienda electoral. Esto apunta a considerar la relevancia de lo que ha venido a llamarse “opinión pública discursiva” (Sampedro, 2000). No es “la opinión pública agregada” que, en forma de sondeos o cómputos electorales, resulta de sumar opiniones individuales que se consideran ya formadas. La opinión pública deliberativa es el proceso de conversación social y deliberación colectiva que subyace a las respuestas que se dan a las encuestas o a la emisión del voto. Se trata del conjunto de todos los intercambios de información que, recogiendo y reelaborando los mensajes políticos, tienen lugar en

¹ <http://www.aimc.es/aimc.php>

² <http://www.egi.es>

³ International Telecommunication Union, en http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at_glance/Internet04.pdf

todo momento y, de forma álgida, en el contexto electoral. La opinión pública discursiva puede resultar decisiva en momentos críticos, donde los pronósticos de la opinión pública agregada en las encuestas pueden verse alterados drásticamente; en concreto, si existen datos contradictorios con los mensajes electorales dominantes o estos últimos son puestos en duda, atendiendo a los medios alternativos y usando las nuevas tecnologías. Un ejemplo evidente, que hemos estudiado de modo exhaustivo, fueron las movilizaciones del 13 de marzo de 2004 (Sampedro, 2005).

En segundo lugar, pero en íntima conexión con el punto anterior, se sitúa el debate académico y empírico de si las nuevas tecnologías de la información formentan la autonomía del público o, por el contrario, hacen posible su monitoreo y control (Axford y Huggins, 2000). Por tanto, será preciso analizar los dispositivos “interactivos” de la nueva comunicación electoral. De ahí que pretendamos estudiar empíricamente las interacciones del electorado más activo en las páginas web de los partidos y los sitios de internet desde los que se proyectan los nuevos movimientos sociales.

En tercer lugar y a modo de horizonte teórico de los bloques de estudio señalados antes, pretendemos desentrañar el juego que se establece entre “la esfera pública central” de la campaña electoral (proyectada en los medios y las fuerzas políticas más asentadas) y “las esferas públicas periféricas” (Sampedro, 2000), que están desarrollándose gracias a las nuevas herramientas y competencias tecnológicas de los votantes más jóvenes e implicados.

En la valoración del potencial democrático de las nuevas tecnologías, se han delineado dos posiciones. De un lado, los *ciberoptimistas*, que subrayan justamente la nueva estructura de oportunidades que ofrece Internet para la participación democrática, basada en su capacidad para albergar y distribuir información y, sobre todo, en su aptitud para favorecer una comunicación interactiva eficaz (Grossman, 1995; Kamarck y Nye, 2002). De otro, los *ciberescépticos*, persuadidos de que no cuenta tanto el potencial tecnológico cuanto la *cultura* (política, informativa, ciudadana) en la que se implanta y que acaba por determinar sus usos y aprovechamiento (Barber, 1998; Axford y Huggins, 2000).

El análisis del impacto y los usos políticos de las NTIC es un campo de investigación fecundo. Pero también incipiente, al tratarse de un fenómeno sometido a un proceso de implantación, en perpetuo cambio y adaptación. En consecuencia, contamos con un acervo bibliográfico que proviene de muy diversos ámbitos de investigación y se centra, sobre todo, en casos concretos; sin alcance comparativo. Dichas situaciones suelen caracterizarse como momentos de crisis de los mecanismos tradicionales de representación de la opinión pública. Se ha producido, entonces, la efervescencia de la opinión pública discursiva, canalizada a través de las NTIC y el elevado interés del público por adquirir información e incluso por desempeñar un papel activo. Un papel que resultase mediática y políticamente, activo.

En España podemos encontrar dos claros ejemplos de esta situación en relación con el movimiento antiguerra de 2003 y las ya citadas movilizaciones sociales desarrolladas en relación con la política informativa del Gobierno en torno a los atentados terroristas del 11 de marzo de 2004, que vieron su culminación el día 13 del mismo mes. Los investigadores de proyecto han podido aportar ya algunos resultados (López García, 2004; Sampedro, 2005, 2006a y 2006b; Dader 2005 y 2006; Luengo, en imprenta; Sampedro, Tucho y Vizcaíno, en imprenta). Más allá de estos casos concretos, podemos encontrar un estudio colectivo sobre la importancia de Internet para los movimientos sociales en el volumen coordinado por Mari Sáez (2004).

Desde un punto de vista genérico, resulta inexcusable la referencia al monográfico dedicado por la revista *Cuadernos de Información y Comunicación*, en su número 6 (2001a), a la ciberdemocracia. En dicho monográfico (coordinado precisamente por otro de los investigadores participantes en este proyecto, José Luis Dader) se abordan estudios de caso referidos a los distintos empleos políticos de Internet en diversos países, entre ellos España (a cargo del propio José Luis Dader), así como el análisis en detalle de algunos de los principales mecanismos de comunicación interpersonal existentes en la Red (como las comunidades virtuales o los grupos de noticias).

Finalmente, en lo que concierne al estudio específico de Internet en relación con las campañas electorales, los estudios referidos al caso español están acotados en la práctica a las últimas elecciones generales (habida cuenta de la extraordinaria importancia, ya reseñada, de este medio en la configuración de la opinión pública posterior a los atentados del 11 de marzo). En particular destaca, de nuevo, el estudio colectivo coordinado por el investigador principal del proyecto (Sampedro, 2005), al que podríamos añadir diversos estudios parciales (Dader, 2005 y 2006); López-Sáez y Martínez-Rubio, 2005; López García, 2006c;h) El primero de estos autores tiene ya finalizado un nuevo trabajo

sobre dichas elecciones que será editado en el “reader” internacional, que ya hemos mencionado, que coordinan los profesores estadounidenses Richard Davis y Diana Owen, junto con el británico Stephen Ward, previsto para el inicio de 2007. Respecto a la apertura de los representantes parlamentarios a sus votantes, a través del e-mail, contamos con el trabajo pionero de Dader (2003a) y Dader y Campos (2006) y sobre la misma función de apertura, pero referida a las webs de los partidos en la última campaña electoral, contamos con otra obra del investigador principal de este proyecto (Sampedro, Tucho y Vizcaíno, 2004). Este último trabajo se engloba en el libro *Medios y elecciones 2004*, que coordina Sampedro y que está previsto publicar en primavera de 2007. Dicho volumen comprende las aportaciones de Óscar Luengo sobre negativismo en campaña, sobre agendas televisivas (en colaboración con Sampedro)... y ofrece un panorama general de las relaciones medios-partidos, con especial atención a la dimensiones telemáticas de la propaganda electoral y la movilización social desplegadas en la (pre)campaña y entre el 11 y el 14 de marzo de 2004.

En el plano internacional, destacan los estudios elaborados en EE.UU. respecto de las campañas presidenciales de 1996 y 2000 (podríamos citar Bimber y Davis, 2003) y fundamentalmente 2004, habida cuenta del importante papel jugado por Internet, especialmente los cuadernos de bitácora o weblogs, en el proceso (afectando desde la formación de la opinión pública hasta la recaudación de fondos). Destaca el trabajo de Trippi (2004), director de campaña de Howard Dean (candidato a las primarias del Partido Demócrata), y el estudio, referido específicamente a la campaña presidencial de 2004, de Williams (2006). En cuanto a otros países, podemos hacer referencia al trabajo de Rheingold (2004), que aunque parte de una perspectiva más bien antropológica también trata los casos de las campañas electorales en Filipinas y Corea del Sur. Y, muy especialmente, el volumen coordinado por Serfaty (2003), en el que se da cuenta de estudios de caso referidos a Estados Unidos, Italia, Francia y el Reino Unido, entre otros países. La revisión más actualizada de la situación internacional en este terreno lo constituirá sin duda el ya citado “reader” encabezado por Davis, Owen y Ward, en el que participa también, como se ha dicho, José Luis Dader.

Frente a los diseños de la mayoría de las investigaciones anteriores, pretendemos combinar técnicas demoscópicas, de análisis cuantitativo de contenido y cualitativas; aplicadas tanto a las declaraciones de individuos como a conjuntos de textos o discursos:

Realizaremos una encuesta, estadísticamente representativa, sobre los usos políticos de las NTIC de la población en España. El cuestionario recogerá distintas formas de tecnopolítica, desde las más convencionales (visitas a páginas de los partidos políticos o candidatos en campaña o contactos vía correo electrónico con los representantes) hasta aquellas que se inscriben en el concepto de ciberactivismo (desde la recogida de firmas a acciones directas vía telemática). El cuestionario también deberá recoger variables contextuales, que den cuenta de las diferencias sociales de los usuarios, su cultura o nivel de implicación política. Otras variables independientes, propias del contexto jurídico-político (sistema político y de partidos, estilos de campaña...) serán identificadas mediante literatura secundaria y, junto con las variables sociodemográficas y socioculturales, permitirán aislar la influencia de las NTIC y de sus usos políticos en la calidad democrática del proceso.

Los análisis de contenido formal de webs de partidos nos permitirán complementar la parte cuantitativa con una descripción –siquiera sintética- del volumen y tipología del material de campaña ofrecido por los partidos y principales candidatos, como supuesta producción alternativa de información, propaganda, publicidad y diálogo, alternativa a la ofrecida por cauces tradicionales.

Esta aproximación cuantitativa, se completará con varios grupos de discusión (o en su defecto, entrevistas en profundidad). Los grupos a contemplar son:

- Webmasters de páginas oficiales de partidos y candidaturas en campaña.
- Webmasters de principales páginas de ciberactivismo y contrainformación.
- Secciones de públicos específicos supuestamente más involucrados en el uso de cibercomunicación política (estudiantes universitarios, colectivos profesionales o sociales hipotéticamente más integrados en la noción de “público político activo” o “público atento”, como miembros de colegios profesionales de abogados, círculos de empresarios y militantes o simpatizantes de movimientos sociales organizados).

Dependiendo de la disponibilidad de estos grupos, y de las posibilidades presupuestarias e infraestructura del equipo de investigación, su número final podría oscilar entre un mínimo de 6 y un máximo de 10. Se trata con ello de examinar cualitativamente, además del polo de los emisores de la tecnopolítica, representado por los webmasters, el de los usuarios, desde una perspectiva más rica y matizada de lo que recogería la encuesta.

Finalmente, la perspectiva cualitativa será completada mediante un análisis de los textos o discursos desplegados en los foros de una serie de blogs y chats seleccionados durante el período de campaña. De estos blogs y chats se extraerán también cuantificaciones de frecuencias temáticas.

Bibliografía (Resto de referencias en Anexo bibliográfico del equipo investigador)

- Axford, B y Huggins, R (eds.) (2000) *The new media and politics*. Londres: Sage.
- Barber, B. R. (1998). Which technology and which democracy?. Ponencia presentada a la conferencia sobre *Democracy and digital media* del Massachusetts Institute of Technology, (<http://media-transition.mit.edu/conferences/democracy/barber.html>).
- Bimber, Bruce A. y Davis, Richard (2003). *Campaigning Online: The Internet in U.S. Elections*. Nueva York: Oxford University Press.
- Dader, José Luis (2001a): "La ciberdemocracia posible: Reflexión prospectiva a partir de la experiencia en España". *Cuadernos de Información y Comunicación (CIC)*, (Universidad Complutense) vol.6: 177-220.
- Dader, José Luis (2003a). "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*. pp. 309-342. Barcelona. Ariel.
- Dader, José Luis (2005). "Cyber-quake in a Soft Democracy: A Case Study of the 2004 Spanish General Elections", *The Parties and Elections Online Workshop*. Oxford Internet Institute, 20-21, Octubre. Edición actualizada en: Davis, Owen, Ward (eds.), (2007, en prensa) op. cit.
- Dader, José Luis (2006). "Cibercomunicación y pseudoperiodismo en el 11-M: Patologías de crisis en una democracia débil", *Comunicación y Pluralismo*, nº. 1: 35-60.
- 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*, Vol. 11:20, 105-132.
- Davis, Richard / Owen, Diana / Ward, Stephen (eds.) (2007, en prensa). *Making a Difference: A Comparative View of the Role of Internet in Election Politics*. New York. Lexington Press.
- Gamson, W.A. (1992). *Talking politics*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Grossman, L. K. (1995). *The electronic republic. Reshaping democracy in the information age*. Nueva York: Twentieth Century Found.
- Kamarck, E. C. y Nye, J. Jr. (eds.) (2002). *Governance.com. Democracy in the information age*. Washington, D.C.: Brookings Institution Press.
- López García, Guillermo (2004e). "Internet, E - Communication and public opinion: anti - war movement in the Internet and from the Internet in Spain". En Salaverría, Ramón, y Sádaba, Charo (eds.), *Towards New Media Paradigms: Contents, Producers, Organisations and Audiences*. Pamplona: Eunate. pp. 635-647.
- López García, Guillermo (2006c). "Comunicación digital y líneas de fractura en el paradigma de la agenda setting", *Doxa Comunicación*, nº 4: 37-58.
- López García, Guillermo (2006h). "Public Opinion Formation Process in Crisis Situations: the Events of March 11 in Spain". En *Lynx. Working Papers* vol. 35. pp 1-28.
- López-Sáez, Mercedes y Martínez-Rubio, José Luis (2005). "¿Influyeron los procesos de comunicación sobre los sucesos del 11-M en las votaciones del 14-M? La percepción de los jóvenes en función de su ideología política". En *Revista de Psicología Social* nº 20 (3). pp. 351-367.
- Luengo, Óscar (en imprenta) "Negativismo en campaña", en Sampedro, Víctor (ed) (en imprenta), *Medios y elecciones 2004. La campaña electoral y "las otras campañas"*. Icaria-URJC-UGR: Barcelona, capítulo 3.
- Marí Saez, Víctor (coord.) (2004). *La Red es de todos. Cuando los Movimientos Sociales se apropian de la Red*. Madrid: Editorial Popular.
- Page, B. I. (1996). *Who deliberates? Mass media in modern democracy*. Chicago: University of Chicago Press.
- Rheingold, Howard (2004). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Gedisa: Barcelona.
- Sampedro, V. (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid: Istmo.
- Sampedro, Víctor (ed.) (2005a). *13-M. Multitudes online*. Libros de la Catarata: Madrid.

- Sampedro, Víctor (2006a). "Ciberactivismo: Estrategias de futuro en clave de presente (sin olvidar el pasado)" En *Ciberactivismo, sobre usos sociales y políticos de la red*. ROE (ed.) Virus: Barcelona, pp. 5-14.
- Sampedro, Víctor (2006b). "¿Redes de nudos o vacíos? Nuevas tecnologías y tejido social" en *Documentación Social*. Nº 140. enero-marzo 2006 *Comunicación y tercer sector*. Volumen editado por Víctor Sampedro, Ariel Jerez y José Manuel López-Rodrigo
- Sampedro, Víctor (ed.) (en imprenta) *Medios y elecciones 2004. La campaña electoral y "las otras campañas"*. Icaria-URJC-UGR: Barcelona.
- Sampedro, Víctor; Tucho, Fernando; y Vizcaíno, Ricardo (2004). "Las webs de los partidos: virtualidad, propaganda y censura". Ponencia presentada al Congreso Internacional de Comunicación y Crisis. 11 y 12 noviembre de 2004. Universidad de Navarra, Pamplona. Nueva versión, en Sampedro (en imprenta).
- Serfaty, Viviane (ed.) (2003). *L'Internet en politique, des États-Unis à l'Europe*. Estrasburgo: Presses Universitaires de Strasbourg.
- Trippi, Joe (2004). *The Revolution Will Not Be Televised: Democracy, the Internet and the Overthrow of Everything*. Nueva York: HarperCollins.
- VV.AA. (2001). *Ciberdemocracia. CIC. Nº 6*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Williams, Andrew (2006). *The Internet Election: Perspectives on the Web in Campaign 2004*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.

3. OBJETIVOS DEL PROYECTO

(Máximo dos páginas)

3.1 Describir brevemente las razones por las cuales se considera pertinente plantear esta investigación y, en su caso, la **hipótesis de partida** en la que se sustentan los objetivos del proyecto (**máximo 20 líneas**)

No existe en España ninguna descripción empírica y estructurada de los usos políticos de las NTIC. En abstracto se plantean sus efectos electorales, pero es imposible verificar estas hipótesis sin un estudio pormenorizado de las *tipologías de usuarios y sus patrones de uso*.

La calidad del *proceso electoral telemático* (la información plural, la discusión pública abierta y el voto informado por las NTIC) depende de tres rasgos del sistema político-comunicativo, resumidas por la perspectiva del “elitismo institucional” (Sampedro, 2000): (1) la naturaleza y grado de interdependencia de las instituciones políticas y mediáticas; (2) las rutinas y los formatos típicos de la comunicación electoral y, por último, la (3) cultura política de emisores y receptores. A la luz de estos tres rasgos y para superar el plano descriptivo, consideramos la pluralidad de usuarios-tipo y sus patrones de uso telemático -intensivos e interactivos-, como favorecedores de mayor calidad democrática. Formulamos así tres hipótesis, que atienden a los rasgos del modelo del “elitismo institucional” y se desdoblan en dos sub-hipótesis, correspondientes a los actores electorales y a los sociales. Las tipologías de usuarios y los patrones de uso son las variables dependientes (VD), a su vez explicadas por una serie de variables independientes (VI) que especificamos:

H1: *Existe uso escaso y superficial de las (NTIC) en sus aplicaciones electorales.*

H.1.1. Las candidaturas, fruto de un control jerárquico de las listas electorales cerradas, primarán los medios convencionales, dirigidos a segmentos de audiencia ya conocidos y más amplios que los de las NTIC. El uso de estas últimas estará dirigido a sectores de voto muy restringidos (afiliados, nuevas generaciones, target groups...) y reflejará la bipolarización, el negativismo y el sensacionalismo de la comunicación política imperante.

H.1.2. La movilización telemática del tejido social dependerá del nivel de movilización previo, alcanzado por las organizaciones, y de la opulencia de sus recursos y conexiones mediático-institucionales. Pero las variables socioeconómicas, educativas, generacionales y de género son el punto de partida de la segmentación de usuarios y prácticas de consumo telemáticos.

H2: *El escaso empleo de las NTIC (el desperdicio de sus potencialidades interactivas) conllevará formatos de la comunicación política tradicional: unidireccional, no dialógica.*

H.2.1. Los partidos y candidatos primarán en sus webs, foros, listas de correo y blogs el discurso y los objetivos clásicos de la propaganda electoral: difusión de agenda de campaña, fund-rising, membresía o afiliación; en suma, solicitud de voto y recursos, no de participación.

H.2.2. Las organizaciones sociales se debatirán entre el objetivos de la deliberación y la movilización; primará el primero en los sectores horizontales y assemblearios; el segundo, en las organizaciones más jerárquicas e institucionalizadas.

H3: *En perspectiva comparada, la cultura política pasiva y el pasado predemocrático de España subrayarán los rasgos elitistas sobre los pluralistas, también el la democracia telemática.*

H.3.1. Partidos y candidatos primarán los usos convencionales de las NTIC para controlar “efectos no deseados” (según *rational choice*) de la participación ciudadana.

H.3.2. El público en general aplicará los principios de economía de esfuerzos (de nuevo, la teoría economicista de la agencia), economizando su esfuerzo y atención; con un seguimiento rutinario y pasivo, sólo se sumará a un uso intensivo y dialógico de las NTIC si cuenta con incentivos psicosociales muy considerables (Sampedro, 2005: cap.9).

H.3.3. Aún con las limitaciones señaladas, se observará la progresiva implantación de candidaturas y sectores sociales que, haciendo uso de las NTIC, incrementarán el flujo de información, debate y fiscalización electorales; en formatos innovadores y con efectos pluralistas.

- υ **3.2.** Indicar los **antecedentes y resultados previos**, del equipo solicitante o de otros, que avalan la validez de la hipótesis de partida

Los cinco integrantes principales del equipo han realizado investigaciones (teóricas y empíricas) sobre los medios convencionales y telemáticos en las elecciones españolas, así como en determinadas instituciones políticas. Han analizado tanto los usos institucionales de la tecnopolítica (webs de partido, correos electrónicos de candidatos o representantes...) como de las prácticas del ciberactivismo (blogs, webs de contrainformación, convocatorias por SMS...).

Esta producción bibliográfica apunta, sin ambages, a la hipótesis de que las NTIC son *causa necesaria, pero no suficiente*, de las transformaciones socio-políticas que se les atribuyen. Menos aún, serían un motor imparable y autónomo de implicación política ciudadana y democratización. Las NTIC también refuerzan los flujos de comunicación política existentes. Por tanto, en un principio las NTIC no alterarían los desequilibrios existentes, ni la dirección o control de los debates sociales, ni la autonomía ciudadana para informarse y expresarse. Sin embargo, bajo ciertas condiciones de competición electoral (p.e. nuevos partidos o candidatos disidentes) o contexto social (pe. un ciclo de movilización) determinadas candidaturas o segmentos del “público atento” podrían enriquecer el proceso electoral través de las NTIC.

Es importante señalar que los efectos pueden ser un mayor pluralismo, con la consiguiente ruptura del elitismo institucional, o intervenciones patológicas, alejadas de los ideales de la democracia deliberativa. Respecto a estos presupuestos teóricos y a la comparación con estudios nacionales e internacionales, remitimos a lo ya expuesto en el punto 2, y en especial en la bibliografía final de dicho apartado de Introducción.

- υ **3.3.** Enumerar brevemente y describir con claridad, precisión y de manera realista (es decir, acorde con la duración prevista del proyecto) los **objetivos concretos** que se persiguen, los cuales deben adecuarse a las líneas temáticas prioritarias del Programa Nacional al que se adscribe el proyecto (*ver Anexo de la convocatoria*).

La novedad y relevancia de los objetivos (así como la precisión en la definición de los mismos) se mencionan explícitamente en los criterios de evaluación de las solicitudes (*ver apartado Noveno de la Convocatoria*)

1. Obtener una cuantificación estructurada y minuciosa de la frecuencia, intensidad y variedad de utilización de las NTIC en cualquiera de sus variantes (obtención de información y de fuentes de reflexión, deliberación y decantación del voto) por una muestra nacional representativa del electorado español en la próxima campaña electoral.
2. Contrastar los usuarios-tipo y sus patrones de uso identificados con el estudio similar desarrollado en Brasil (en colaboración con el investigador principal); y con investigaciones cuantitativas análogas de los países analizados por el Oxford Internet Institute (OII), en el que participa J.L. Dader.
3. Describir la cantidad y tipología de recursos de cibercomunicación electoral desplegados en la campaña de las Elecciones Legislativas de 2008 por los principales partidos y candidatos, así como la evolución experimentada, respecto a estudios previos.
4. Análisis paralelo en las organizaciones sociales “electrónicamente más activas”.
5. Examinar cualitativamente los procesos de emisión y recepción de información electoral a través de las NTIC mediante grupos de discusión y entrevistas en profundidad (en su caso). Intentando identificar los presupuestos y los objetivos comunicativos predominantes y su influencia en rutinas y formatos.
6. Analizar el volumen y distribución temática de cuestiones de naturaleza política y electoral debatidas en una selección de blogs, chats y otros foros de discusión, antes, durante y después del período electoral.
7. Interpretar, tanto en el nivel nacional como transnacional, las hipotéticas aportaciones de las NTIC para un cambio de paradigma en la práctica política, desde el modelo de la *democracia representativa convencional* al de la *democracia deliberativa*, o más específicamente el de la

ciberdemocracia.

Estos objetivos se adecuan a las líneas prioritarias del Programa Nacional de Humanidades (en la disciplina de Comunicación) y al Programa Nacional de Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas (en la disciplina de Ciencias de la Comunicación). Nos proponemos satisfacer los objetivos generales de “internacionalización” (con los grupos ya citados de Brasil y Oxford), la “creación y consolidación de grupos de investigación estables”, así como dar continuidad a las investigaciones precedentes del equipo investigador, formando además jóvenes investigadores (por ello, se solicitan cuatro becas FPI). Los cinco investigadores pertenecen a cuatro universidades diferentes, de tres comunidades autónomas distintas y de facultades de CC. de la Información y de CC. Políticas. Esto permite estimular “la colaboración interuniversitaria” y “multidisciplinar”, de cara a crear y consolidar programas compartidos de segundo y tercer ciclo, conforme a los incipientes Programas Oficiales de Postgrado, tanto en su nivel de Master como de Doctorado.

El proyecto se inscribe en el Objetivo específico 6 del Programa de Humanidades (Comunicación interpersonal, de masas e institucional), en concreto en el 6.2 “Estudio de las técnicas comunicativas encaminadas a establecer relaciones fiables entre los miembros de cualquier entidad social”.

Examinando así la fidelidad, veracidad atribuida, potencial movilizador a los dispositivos telemáticos desplegados por candidatos electorales, organizaciones sociales y votantes.

Respecto a los objetivos concretos de la Convocatoria del Programa Nacional de Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas abordamos los siguientes con una perspectiva concreta:

(1.2.) El tema del “Desarrollo y sostenibilidad” como asunto electoral potencialmente introducido en campaña electoral a través de las NTIC

(2.1) “Ciudadanía, identidad e integridad social”; examinando la fuerte dimensión identitaria de las NTIC: comunidades virtuales, integración y movilización sociopolítica a través de la Red, persistencia o crisis de cleavages socio-étnicos y regionales...

(3.1.) El estudio de “la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones”, analizando el peso de las NTIC en su “voto y actitudes políticas”; indagando el sentido de la “responsabilidad” recíproca entre las candidaturas y los votantes.

(3.2.) El estudio de la conexión entre “información, redes sociales y acción colectiva” mediadas por las NTIC y su efecto posible de aumento del “pluralismo institucional” en los procesos electorales

(4.) “Internacionalización” de las técnicas que rigen las campañas electorales en las democracias avanzadas; potenciando la reflexión sobre “ritmos y problemas específicos de [...] nuestro país y su entorno político y cultural, así como su análisis en perspectiva comparada”.

Las características de España como joven democracia, lastrada por la impronta de la dictadura precedente, condiciona las culturas política y periodística dominantes. Las NTIC ofrecen el potencial dinamizador y transformador tal vez más determinante – o por lo menos atemperante - del elitismo institucional expresado en:

- La implantación del marketing político (“americanización de las campañas”) y su secuela de estilos negativos de campaña.

- Las alianzas entre grupos políticos y medios convencionales dominantes; con el resultado del seguidismo de una cobertura periodística, tutelada por las mismas élites que acaparan la competencia electoral; con los resultados de la polarización bipartidista y la exclusión-instrumentación comunicativa del tejido social.

En ese sentido, los resultados de nuestro proyecto ofrecerían comparaciones muy reveladoras. Por una parte, con países como Brasil: también en vías de alta tecnologización y diversificación funcional tras una larga dictadura. Por otra, con los casos internacionales de democracias más o menos consolidadas que estudia el grupo de Oxford.

υ 3.4. En el caso de Proyectos Coordinados (máximo dos páginas):

- el **coordinador** deberá indicar:

- los objetivos globales del proyecto coordinado, la necesidad de dicha coordinación y el valor añadido que se espera alcanzar con la misma
- los objetivos específicos de cada subproyecto
- la interacción entre los distintos objetivos, actividades y subproyectos
- los mecanismos de coordinación previstos para la eficaz ejecución del proyecto

4. METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO (en el caso de proyectos coordinados deberá abarcar a todos los subproyectos)

Se debe **detallar y justificar con precisión la metodología y el plan de trabajo** que se propone y debe exponerse la planificación temporal de las actividades, incluyendo cronograma (se adjunta un posible modelo a título meramente orientativo).

- ◆ El plan de trabajo debe desglosarse en actividades o tareas, fijando los hitos que se prevé alcanzar en cada una de ellas. En los proyectos que empleen el Hespérides o se desarrollen en la zona antártica, deberán también incluir el plan de campaña en su correspondiente impreso normalizado.
- ◆ En cada una de las tareas debe indicarse el centro ejecutor y las personas (ver apartados 2.1, 2.2 y 2.3 del formulario de solicitud) involucradas en la misma. Si en el proyecto participan investigadores de otras entidades no relacionados en el apartado 2.3 del formulario de solicitud, deberán exponerse los méritos científicos que avalan su participación en el proyecto.
- ◆ Si solicita ayuda para personal contratado justifique claramente su necesidad y las tareas que vaya a desarrollar.

La adecuación de la metodología, diseño de la investigación y plan de trabajo en relación con los objetivos del proyecto se mencionan explícitamente en los criterios de evaluación de las solicitudes (*ver apartado Noveno de la convocatoria*).

Nos proponemos articular diversos análisis específicos que, sumados, permitirán alcanzar los objetivos de la investigación:

1. Diseño y aplicación del cuestionario de la encuesta a la población general sobre los usos políticos de las NTIC en España.

La elaboración correrá a cargo de los cinco investigadores. Su aplicación será competencia de una empresa profesional de investigación sociológica de acreditada experiencia con cuyos directivos mantienen los miembros del equipo una continuada colaboración académica en otros ámbitos.

Tras el análisis de encuestas previas realizadas en otros países, determinaremos un cuestionario común que contemple las variables dependientes e independientes claves. Respecto a las variables dependientes, desarrollaremos una tipología exhaustiva de prácticas tecnopolíticas para determinar su implantación. Por otra parte, elaboraremos indicadores de grados de implicación y satisfacción con los procesos electorales. El cuestionario permitirá relacionar estos datos con las variables socio-demográficas y socio-culturales propias de cada segmento de usuarios de las NTIC.

Coordinación, recopilación y análisis preliminares de datos demoscópicos a cargo de un becario FPI, con experiencia y formación en paquetes estadísticos. Óscar García Luengo, con amplia conocimiento del SPSS y experiencia en el análisis multivariante de datos demoscópicos y mediáticos, supervisará la elaboración de la base de datos y pondrá las líneas centrales de tratamiento estadístico.

2. Realización de entrevistas a responsables de las páginas oficiales de partidos y candidatos; así como de las principales páginas de ciberactivismo y contrainformación de orientaciones ideológicas contrapuestas.

Estudio de los procesos de producción de las páginas web de partidos políticos y medios contrainformativos para comparar: (1) dispositivos (organización, responsables, gestión, control, etc.) de información electoral puestos en funcionamiento; y (2) roles (actitudes, orientaciones, rutinas, autocomprensión, etc.) asumidos en relación con la campaña por los responsables de comunicación de los partidos y activistas.

Estudio del uso, contenidos (temas electorales) y mecanismos de gestión y control de las opciones de comunicación interactiva (foros, chats, entrevistas *on line*, blogs de candidatos, etc.) en campaña electoral.

El diseño de la muestra de webs, los cuestionarios y su análisis correrá a cargo de los cinco investigadores, dividiéndose según su experiencia previa: webs de partidos (Víctor Sampedro, José Luis Dader y Ricardo Vizcaíno), webs de movimientos sociales (Víctor Sampedro) y blogs de candidatos y organizaciones sociales (Guillermo López). Eventualmente, según su disponibilidad, los becarios disponibles transcribirán las entrevistas y realizarán análisis previos con el programa ATLAS.

3. Realización y análisis de grupos de discusión.

Análisis de los roles (autocomprensión, expectativas, motivaciones, etc.) asumidos por los ciudadanos implicados en la comunicación interactiva con partidos políticos, medios periodísticos y medios contrainformativos. Se trata del acceso empírico a la opinión pública *discursiva* en campaña electoral.

Correrá a cargo de los cinco investigadores el diseñar los grupos de discusión que se realizarán en paralelo y el guión de los mismos.

Se contemplan al menos once grupos de discusión, de usuarios frecuentes de:

1 - 4. Las webs del PSOE y del PP; antes y después de las elecciones.

5.- La web de un partido nacionalista (destacado por su uso intensivo de NTIC)

6.- Una web de contrainformación de izquierdas.

7.- Una web de contrainformación conservadora.

8.- La web de un movimiento-organización social, centrado en un tema central de esa campaña electoral.

9.- Grupo de discusión de participantes activos en blogs electorales de relevancia.

10.- Grupo de electores de diversos partidos, muy motivados políticamente; para que expresen sus opiniones sobre las NTIC en campaña.

11.- Grupo de electores desmotivados; pero potencialmente interesados en los usos políticos de las NTIC, por formación, estatus socioeconómico y edad.

Los grupos del 5 al 11 serán reunidos una sola vez en el ecuador de la campaña electoral oficial.

Los grupos del 1 al 4 podrán reducirse a una sola reunión en caso de restricción presupuestaria.

La razón para hacer una reunión física y no virtual (en internet) de estos grupos es, precisamente, contrastar la naturaleza de los vínculos cibernéticos frente a la copresencia personal, explorar los discursos individuales y sociales que se desatan en esta última situación respecto a las motivaciones, prácticas y quejas de uso de los dispositivos telemáticos.

Dos becarios FPI se encargarían de su codificación y análisis preliminar, con categorías del ATLAS generadas por los investigadores a la luz de las transcripciones. La realización correría de todos los grupos de discusión correrían a cargo de la misma empresa de investigación sociológica prevista para el punto 1.

4. Análisis de los contenidos de las páginas web y blogs de intervención ajena a los actores políticos concurrentes y los grandes grupos mediáticos para conocer:

4.1. Partidos políticos y candidatos. Estructura; tipo de información que ofrecen (centrada en los candidatos o en los programas); y dinámica y orientación de la renovación de los contenidos.

Aplicaremos los manuales y plantillas de codificación desarrollados por J.L. Dader en sus últimos trabajos y las adaptaciones introducidas por el NEAMP-PUC de Sao Paulo.

También desarrollaremos un experimento del “grado de deliberación y de control” ejercido en los foros de las webs partidarias. Siguiendo el diseño aplicado en 2004 por Sampedro, Tucho y Vizcaíno (en imprenta), enviaremos mensajes de distinto signo para medir el nivel de recepción, debate y censura de estos foros.

3.2. Medios contrainformativos o de información y comunicación electrónica ajena a los grandes grupos institucionalizados. Estructura; dinámica y orientación de la renovación de los contenidos; y temas y puntos de vista destacados en la información (agenda y marcos interpretativos) de los espacios informativos y foros desarrollados.

Los cinco investigadores, según la división propuesta en el punto 2, determinarán los partidos y las asociaciones de electores o movimientos sociales cuyas páginas web serán analizadas, elaborando un manual de codificación conjunto con las aportaciones ya señaladas. El cuarto becario FPI estaría encargado de aspectos organizativos, coordinación, formación de una base de datos conjunta y su tratamiento estadístico preliminar. Asimismo realizaría de forma anónima el experimento con los mensajes o estímulos diseñados por los investigadores y guardaría registro del curso de las intervenciones en los foros.

5. Desvelar la apertura democrática y grado de implicación ciudadana en las campañas electorales.

La sumatoria de los análisis anteriores abarca la campaña que los ciudadanos y el tejido social proyectan, como sujetos que también promueven información mediante intervenciones, convocatorias y movilizaciones de origen telemático. En última instancia, se trata de determinar la capacidad de las NTIC para proyectar nuevas demandas y visibilizar nuevos colectivos en el sistema político-informativo convencional. Para ello es preciso determinar su impacto en las agendas de partido y los medios de masas.

En este último objetivo, aplicaremos la metodología desarrollada por Víctor Sampedro (1997, en imprenta; entre otros) en el análisis de la construcción de la agenda mediática y sus relaciones con las agendas electorales. El marco analítico-teórico sobre el cual determinar la calidad democrática de las elecciones telemáticas del 2008 (¿?) serán los modelos de poder que el investigador principal del proyecto presenta con las etiquetas de “pluralismo”, “elitismo” y “elitismo institucional”; y con la perspectiva más amplia de la “democracia deliberativa” (Sampedro, 2000).

En particular, del estudio de los movimientos sociales y grupos de electores pretendemos identificar las siguientes cuestiones, relacionadas con su implicación en la campaña electoral y sus prácticas tecnopolíticas:

- Las formas básicas de predisposición de distintos grupos de electores frente a los medios de comunicación y a los actores políticos en campaña (credibilidad y partidismo).
- La posibilidad del “video malestar”, entendiendo este como la percepción negativa de la competencia electoral ligada a un consumo mayor de medios (o de determinados medios o formatos de infoentretenimiento).
- La presencia de los temas y los marcos discursivos que, habiendo surgido en medios telemáticos han impactado en los partidos o en los medios convencionales.

Siempre desde la perspectiva comparada ya planteada y desarrollada por los dos investigadores a tiempo completo, y presentes en grupos de trabajo internacional.

4.1 MODELO DE CRONOGRAMA (ORIENTATIVO)

En este cronograma debe figurar la totalidad del personal investigador incluido en el formulario de solicitud y, en su caso, el personal contratado que se solicite con cargo al proyecto.

Debe subrayarse el nombre de la persona responsable, en cada tarea.

Actividades/Tareas	Centro Ejecutor	Persona responsable y otras involucradas	Primer año (*)	Segundo año (*)	Tercer año (*)
Recopilación de encuestas y estudios previos.	URJC UCM UV UGR URJC	V. Sampedro J.L. Dader G. López García Luengo Vizcaíno			
			X X X		
Diseño de cuestionario común para las encuestas	URJC UCM UV UGR URJC	V. Sampedro J.L. Dader G. López García Luengo Vizcaíno	X X		
Realización de encuesta y tabulación de datos	Contratación Empresa Externa	Contratación Empresa Externa			
				X X X	
				La encuesta depende de fecha electoral	La encuesta depende de fecha electoral
Banco de datos común y análisis preliminar de datos Demoscópicos	Becario FPI (1)			X X	
Diseño de grupos de discusión y entrevistas en profundidad	URJC	V. Sampedro			

	UCM UV UGR URJC	J.L. Dader G. López García Luengo Vizcaíno		X X	
Realización de los grupos de discusión	Contratación Empresa Externa	Contratación Empresa Externa		X X X	
				DEPENDE DE FECHA ELECTORAL	
Realización de las Entrevistas en profundidad	UCM UV UGR URJC	J.L. Dader G. López García Luengo Vizcaíno		X X X	
				DEPENDE DE FECHA ELECTORAL	DEPENDE DE FECHA ELECTORAL

(*) Colocar una X en el número de casillas (meses) que corresponda

Actividades/Tareas	Centro Ejecutor	Persona responsable y otras involucradas	Primer año (*)	Segundo año (*)	Tercer año (*)
Transcripción y análisis preliminar de grupos de discusión	UCM URJC	Dader Becario FPI (2)		X X X	
	UCM	Becario FPI (3)			
Transcripción y análisis preliminar de entrevistas en profundidad	UCM	Becario FPI (3)		X X X	
				DEPENDE DE FECHA ELECTORAL	DEPENDE DE FECHA ELECTORAL
Determinación de Protocolos de Análisis, Selección y	URJC	V. Sampedro			

muestra de páginas web electorales y sociales:	UCM UV	Dader G. López			
			X X	X X	
Codificación webs	URJC UCM UGR	Becarios FPI (1,2, 3 y 4)		X X X X	
				DEPENDE DE FECHA ELECTORAL	
Elaboración de informes preliminares (Working papers)	URJC UCM UV UGR URJC	V. Sampedro J.L. Dader G. López García Luengo Vizcaíno Becarios FPI		X	X X X X

(*) Colocar una X en el número de casillas (meses) que corresponda

Actividades/Tareas	Centro Ejecutor	Persona responsable y otras involucradas	Primer año (*)	Segundo año (*)	Tercer año (*)
Organización de un Seminario Internacional sobre Usos Electorales de la Tecnopolítica	URJC	V. Sampedro Becarios FPI			X X
Participación en Congresos y publicación de artículos en revistas internacionales	URJC UCM UV UGR URJC	V. Sampedro J.L. Dader G. López García Luengo Vizcaíno		X X X	X X X

Elaboración del libro <i>Tecnopolítica: dimensión electoral y movilización social</i>	URJC UCM UV UGR URJC	V. Sampedro J.L. Dader G. López García Luengo Vizcaino Becarios FPI			X X X
Co-edición de un número especial de <i>Political Communication</i> a cargo de V. Sampedro y J.L. Dader (miembros del comité editorial de dicha revista)					

(*) Colocar una X en el número de casillas (meses) que corresponda

5. BENEFICIOS DEL PROYECTO, DIFUSIÓN Y EXPLOTACIÓN EN SU CASO DE LOS RESULTADOS

(Máximo **una** página)

El plan de difusión de los resultados cubrirá necesidades de información y formación de todos los sectores implicados en la comunicación política en España y en los países de los grupos de investigación de Brasil e Internacional ya citados, con los que colabora estrechamente el equipo de investigación. Respecto al ámbito español de difusión, no sólo se atenderá a las demandas de producción de conocimiento científico, sino también intentaremos poner este conocimiento al alcance de los partidos políticos, de los periodistas y de los grupos de ciudadanos implicados activamente en la vida pública. La difusión se organizará en torno a:

1. Creación de una página web conjunta del equipo de investigación.

El becario PFI (4) se encargará de la gestión de sus contenidos entre los que se encuentran:

- Difusión de datos de las encuestas y de las transcripciones, una vez explotadas.
- Organización y publicación de las ponencias, debates y conclusiones del Seminario Internacional sobre Tecnopolítica.
- Publicación de los documentos de trabajo que se vayan elaborando.
- Publicación on-line del libro, en el sitio en Internet del Grupo de Estudios Avanzados en Comunicación (GEAC) de la URJC.

2. Asistencia a congresos y reuniones científicas:

- a. Reuniones de expertos convocadas por el equipo constituido en torno al Oxford Internet Institute (OII) y liderado por Richard Davis, Diana Owen y Stephen Ward, al que pertenece J.L. Dader. Tiene previsto mantener reuniones periódicas para difundir los principales resultados de su libro colectivo (2007) e intercambiar los avances en sucesivas investigaciones de cada país analizado en esta primera investigación comparativa internacional.
- b. Asociación Española de Ciencia Política en la que Víctor Sampedro Blanco dirige las mesas de Comunicación Política (desde hace tres ediciones) y propondrá un subgrupo de trabajo que colabore con otros equipos internacionales que vienen ocupándose de este ámbito.
- c. *International Association for Mass Communication Research*. Celebra bianualmente su asamblea general y se presentarán diversas contribuciones y una mesa específica en el Grupo de Comunicación Política, sobre Tecnopolítica.
- d. Participación en los encuentros previstos en la Associação Brasileira de Ciência Política, Asociación Latinoamericana de Ciencia Política y la Associação Nacional de Pós-Graduação em Ciências Sociais.

3. Creación, a partir del Congreso Internacional de Usos Electorales de la Tecnopolítica, de un Seminario a cargo de un Grupo de Investigación Conjunto entre los investigadores más destacados; con proyección docente y editorial en España, Brasil y países de la UE.

6. HISTORIAL DEL EQUIPO SOLICITANTE EN EL TEMA PROPUESTO (En caso de Proyecto Coordinado, los apartados 6. y 6.1. deberán rellenarse para cada uno de los equipos participantes)
(Máximo dos páginas)

◆ **Indicar las actividades previas del equipo y los logros alcanzados en el tema propuesto:**

Si el proyecto es continuación de otro previamente financiado, deben indicarse con claridad los objetivos ya logrados y los resultados alcanzados.

Si el proyecto aborda una nueva temática, deben indicarse los antecedentes y contribuciones previas del equipo, con el fin de justificar su capacidad para llevar a cabo el nuevo proyecto.

Este apartado, junto con el 3, tiene como finalidad determinar la adecuación y capacidad del equipo en el tema (y en consecuencia, la viabilidad de la actividad propuesta).

El director del equipo solicitante ha disfrutado previamente de una ayuda del Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica: *Política, información y ciudadanía en campaña electoral*: Referencia: SEJ2004-04920/ Investigador Principal: Enric Saperas Lapiedra/ Entidad Financiadora: Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología/ Centro o Departamento: Ciencias de la Comunicación 2, Universidad Rey Juan Carlos/ Universidades que participan en el proyecto: Universidades de Valencia, Murcia, Extremadura, Pontificia de Madrid y Sevilla.

Más recientemente, el mismo investigador ha obtenido, en colaboración con la directora de un equipo análogo brasileño, una ayuda del Programa Hispano-Brasileño de Cooperación Universitaria. Ref. PHB2005-0034PC (Núm. Brasil: 0096). Cuyos Investigadores principales son Víctor Sampedro Blanco y Vera Lucia Chaia. Permitirá un intercambio de estancias de ambos investigadores. Su duración es 2005-2007.

Con la ayuda citada de la CICYT ha sido analizado el uso telemático del tejido social durante las elecciones Generales del 2004 y en las webs de los partidos políticos.

A partir de la ayuda CICYT a la investigación, SEJ2004-04920, ya han visto la luz varias **publicaciones**, entre las que destaca el libro Sampedro (2005a) que cuenta con los siguientes capítulos, firmados por los solicitantes de la presente ayuda: Sampedro (2005b), Sampedro y Martínez-Nicolás (2005), Sampedro y López García (2005), Alcalde, J.; Sádaba, I. y Sampedro, V. (2005), Sampedro, V.; Alcalde, J. y Sádaba, I. (2005) y Sampedro (2005c).

Sobre las webs de los partidos, el investigador principal y el otro miembros del equipo perteneciente a la URJC acudieron a presentar la ponencia: “Las webs de los partidos: virtualidad, propaganda y censura”. Autores: Víctor Sampedro, Ricardo Vizcaíno y Fernando Tucho. Congreso Internacional de Comunicación y Crisis. 11 y 12 noviembre de 2004. Universidad de Navarra, Pamplona, la cual estará publicada como capítulo de un próximo libro, editado y coescrito por V. Sampedro: *Medios y elecciones 2004. La campaña electoral y “las otras campañas”*. Barcelona: Icaria-URJC-UGR.

Asimismo remitimos de nuevo a todo lo consignado ya en la Introducción (Epígrafe 2) sobre la bibliografía desarrollada en estos temas por los restantes miembros del equipo.

Es sobre esta literatura y hallazgos previos sobre la que queremos construir los análisis y la comparación de la campaña del 2008 en España, y con los resultados obtenidos de la comparación internacional de inminente publicación (2007) coordinada por Davis, Owen y Ward.

Los intercambios, gracias al proyecto recién concedido (diciembre 2005) en el Programa Hispano-Brasileño de Cooperación Universitaria, contemplan una estancia concedida al Dr. Sampedro de Julio a Septiembre de 2007; justo entre las elecciones brasileñas del 2006 y las españolas del 2008, que permitirá armonizar ambas investigaciones.

En cuanto a los **usos de las NTIC por el tejido social**, cabe destacar: Sampedro, V. (2005d), Sampedro, V. (2004a), Sampedro, V. (2004b) y Sampedro, V. (en imprenta).

Varias **publicaciones previas** del investigador principal avalan la continuidad **de esta línea de investigación**: Sampedro Blanco, V. (1997), Sampedro Blanco, V. (1998), Sampedro Blanco, V. y Roncero, M. T. (1999), Sampedro, V. (2002a), Sampedro, V. (2002b), Sampedro, V. (2003a), Sampedro, V. (2003b), Sampedro, V. (2004c), Sampedro, V. (2004d), Jerez, A. y Sampedro, V. (2004) y Sampedro, V., Cordeiro, T. Y Barnhurst, K. (2004).

En la misma línea de investigación se inscriben varias publicaciones futuras, entre las que destacan, **trabajos comparativos entre España, Brasil y EE.UU**: Barnhurst, K., Sampedro, V. y Cordeiro, T. (2006).

Esta es la última aportación de una línea precedente, que tuvo como frutos previos: Sampedro Blanco, V.; Barnhurst, K. y Cordeiro, T. (2003) y Sampedro, V., Cordeiro, T. Y Barnhurst, K. (2004).

Dichas publicaciones son resultado de las constantes **estancias del Investigador principal de este proyecto en Brasil** (ver Anexo de la bibliografía y experiencia previa en el tema de estudio del equipo investigador solicitante). Por último señalar que el investigador principal de este proyecto ha sido Coordinador del Grupo de Trabajo: “Acceso y participación ciudadana: posibilidad e influencia de la sociedad civil”. En el 2º Congreso ONLINE del Observatorio para la Ciber-Sociedad. AÑO: 2004. <http://www.cibersociedad.net/congres2004>. Y ha dirigido la Mesa de Ciberdemocracia en el último congreso de la ALACIP en Brasil (Septiembre 2006).

Por su parte, el **resto de miembros del equipo** también cuentan con una **experiencia previa** amplia en el tema de investigación.

El **profesor Jose Luis Dader** cuenta con distintas publicaciones, como los **capítulos**: Dader, José Luis (2007, en prensa; y 2003a). Igualmente, han de mencionarse diversos **artículos**: Dader, José Luis y Campos, Eva (2006), Dader, José Luis (2006), Dader, José Luis (2003b), Dader, José Luis (2001a) y Dader, José Luis (2001b).

A su vez, el profesor Dader cuenta con diversas publicaciones como resultado de la participación en **conferencias y seminarios**: Dader, José Luis (2005), Dader, José Luis (2002) y Dader, José Luis (1999).

Por su parte, el **profesor Guillermo López García** cuenta con numerosas **publicaciones**, entre las que destacan: Boix Palop, Andrés, y López García, Guillermo (eds.) (2006a), López García, Guillermo (2005a), López García, Guillermo (ed.) (2005) y López García, Guillermo (2004a).

Igualmente, ha elaborado **artículos** para distintas publicaciones, entre las que destacan: López García, Guillermo (2006b), López García, Guillermo (2006c), Boix Palop, Andrés, y López García, Guillermo (2006d), Boix Palop, Andrés, y López García, Guillermo (2005), López García, Guillermo (2004b), López García, Guillermo (2004c) y López García, Guillermo (2004d).

Además, cabe mencionar la elaboración de **capítulos** para libros e informes: Boix Palop, Andrés, y López García, Guillermo (2006e), López García, Guillermo, y Moreno Castro, Carolina (2006), López García, Guillermo, Moreno Castro, Carolina y Viana Ballester, Clara (2006), López García, Guillermo (2005b), López García, Guillermo (ed.) (2005c), Sampedro Blanco, Víctor y López García, Guillermo (2005) y López García, Guillermo (2004e).

Por último, reflejar la participación del profesor Dader en distintas **conferencias y Comunicaciones** (ver Anexo de la bibliografía y experiencia previa en el tema de estudio del equipo investigador solicitante).

Para la adecuada consulta de toda la experiencia previa acreditada por el grupo de investigación solicitante, consúltese el anexo añadido al final de esta memoria sobre bibliografía y experiencia previa en el tema de estudio del equipo investigador solicitante.

6.1. FINANCIACIÓN PÚBLICA Y PRIVADA (PROYECTOS Y CONTRATOS DE I+D) DE LOS MIEMBROS DEL EQUIPO INVESTIGADOR

Debe indicarse únicamente lo financiado en los últimos cinco años (2000-2004), ya sea de ámbito autonómico, nacional o internacional. Deben incluirse las solicitudes pendientes de resolución.

Sampedro Blanco, Víctor

Título del proyecto o contrato	Relación con la solicitud que ahora se presenta (1)	Investigador Principal	Subvención concedida o solicitada	Entidad financiadora y referencia del proyecto	Periodo de vigencia o fecha de la solicitud (2)
			EURO		
<i>Proyecto de Innovación Educativa PIE. Elecciones generales del 2000</i>	1	Ariel Jerez Novara (Universidad Complutense) y Víctor Sampedro Blanco (Universidad de Salamanca)		Universidad Complutense de Madrid	2000
<i>Foro en la Red sobre Comunicación Intercultural</i>	2	Víctor Sampedro Blanco (Universidad de Salamanca)		Ministerio de Ciencia y Tecnología, Acción Especial BSO2001-4646-E	2001-2003
<i>Congreso Internacional Nuevos Desafíos de la Comunicación Intercultural</i>	3	Víctor Sampedro Blanco (Universidad de Salamanca)		Ministerio de Ciencia y Tecnología, Acción Especial BSO2001-4834-E	2002-2003

<i>Congreso Internacional Nuevos Desafíos de la Comunicación Intercultural</i>	3	Víctor Sampedro Blanco (Universidad de Salamanca)		Junta de Castilla y León, Consejería de Educación y Cultura. Ayudas para la realización de Congresos, Simposios y Reuniones Científicas. Resolución BOE, nº 132, 10 de junio de 2002.	2002-2003
<i>Representación y calidad de la democracia en España</i>	1	María Antonia Martínez (Universidad de Salamanca) e Ismael Crespo (Universidad de Murcia)		Ministerio de Educación: SEC2002-01289	2002-2005
<i>Archivo hemerográfico del Prof. Juan Linz: Construcción del Tesoro de la Transición Política española</i>	2	José Ramón Montero (Universidad Autónoma de Madrid – Instituto Juan March)	12.000 €	Ministerio de Educación, Cultura y Deportes. Acción y Promoción Cultural. Dirección General de Cooperación Cultural. Expediente 3584C. Resolución de 16.10.2001: Ayudas para Acción y Promoción Cultural ejercicio 2002 . Fecha de concesión BOE 3 de abril de 2002.	2002-2003
<i>La Transición de la democracia en España: el archivo hemerográfico del Prof. J. J. Linz (1975 – 1980). Tratamiento documental, digitalización y difusión pública en Internet.</i>	2	José Ramón Montero (Universidad Autónoma de Madrid – Instituto Juan March)	120.000 €	Ministerio de Ciencia y Tecnología. Acciones Especiales para Promoción General del Conocimiento. Ciencias Sociales. BSO2001-5350-E.	2002-2003

<i>La transición política española en la prensa: El Archivo hemerográfico del Prof. J.J. Linz y su conversión en soporte digital.</i>	2	José Ramón Montero (Universidad Autónoma de Madrid – Instituto Juan March)	12.000 €	Ministerio de Educación y Cultura. Ayudas para Acción y Promoción Cultural. Exp. 4970 C	2003-2004
<i>La Constitución española en la prensa de la Transición (1975 – 1985): digitalización y publicación en línea del Archivo hemerográfico del Prof. J.J. Linz.</i>	2	José Ramón Montero (Universidad Autónoma de Madrid – Instituto Juan March)	18.400 €	Comunidad de Madrid. Ayudas para proyectos de investigación en Ciencias Sociales. ORDEN N° 3203/03, 12.06.2003.	2003-2004
<i>La Transición española en el archivo hemerográfico del Prof. J.J. Linz: aplicación de un modelo para la investigación cualitativa y cuantitativa en línea.</i>	2	José Ramón Montero (Universidad Autónoma de Madrid – Instituto Juan March)	120.000 €	Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología. Acciones Especiales. BSO2002-12733-E.	2004-2005
<i>Política, información y ciudadanía en campaña electoral</i>	1	Enric Saperas Lapiedra (Universidad Rey Juan Carlos de Madrid)	17.480 €	Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología. SEJ2004-04920	2004-2006
<i>DVD Didáctico sobre las Elecciones Generales del 2004</i>	1	Víctor Sampedro Blanco (Dpto de CC. de la Comunicación II – URJC)	4.500 €	URJC (Programa Propio de Fomento y Desarrollo de la Investigación. Proyectos Referencia: GVC-2004-11	2004-2005

<i>El uso de las nuevas tecnologías en la acción política en España y Brasil</i>	1	Víctor Sampedro Blanco (Dpto de CC. de la Comunicación II – URJC) Vera Lucia Michalany Chaia (Núcleo de Estudos em Arte Mídia e Política, Pontificia Universidade Católica de Sao Paulo)	12.396 €	Programa Hispano-Brasileño de Cooperación Universitaria. Ref. PHB2005-0034PC (Núm. Brasil: 0096).	2005-2007
<i>Evaluación y publicación en Internet de un modelo para el uso científico de la prensa como fuente de investigación en ciencias sociales.</i>	1	José Ramón Montero Gubert - Instituto Juan March de Estudios e Investigaciones, Centro de Estudios Avanzados en Ciencias Sociales (CEACS)		Acciones de política científica-tecnológica. Programa Nacional: Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas Referencia: SEJ2005-25742-E	2006-2007

López García, Guillermo

Título del proyecto o contrato	Relación con la solicitud que ahora se presenta (1)	Investigador Principal	Subvención concedida o solicitada	Entidad financiadora y referencia del proyecto	Periodo de vigencia o fecha de la solicitud (2)
			EURO		
<i>Norma y uso del español para los profesionales de los medios de comunicación</i>	3	Milagros Aleza Izquierdo (Universidad de Valencia)	13.200 €	Referencia: BFF 2002 - 04654 Ministerio de Ciencia y Tecnología (financiado con fondos FEDER)	2002-2005

<i>Autoría y contenidos en la Red</i>	1	Andrés Boix Palop (Universidad de Valencia)	16.350 €	Referencia: GV04A – 331 Conselleria d'Educació de la Generalitat Valenciana	2004-2005
<i>La comunicación de riesgo en los medios informativos de la Comunidad Valenciana</i>	3	Carolina Moreno Castro (Universidad de Valencia)	18.750 €	Referencia: GV05 / 206 Conselleria de Universitat, Empresa i Ciència de la Generalitat Valenciana	2005-2006
<i>Les mutations des industries de la culture, de l'information et de la communication. Cartographie, Bilan, Observation</i>	1	Philippe Bouquillion (Universidad París 8), Yvonne Combès (Universidad París 8)		Maison des Sciences de l'Homme	2005

Vizcaíno Laorga, Ricardo

Título del proyecto o contrato	Relación con la solicitud que ahora se presenta (1)	Investigador Principal	Subvención concedida o solicitada	Entidad financiadora y referencia del proyecto	Periodo de vigencia o fecha de la solicitud (2)
			EURO		
<i>Percepciones de la publicidad y hábitos de compra de los inmigrantes sudamericanos en la Región de Murcia. Plan para la integración a través del consumo..</i>	3	Antonio Baladrón y Esther Martínez Pastor	9.000 €	Consejería de Asuntos Sociales de la Región de Murcia	2006-2007

<i>ULISES: Utilización Lógica e Integrada del Sistema Europeo de Signos/Señas. Co-Investigador Principal. Proyecto de investigación científica, desarrollo e innovación tecnológica, en el marco del Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica (2004-2007). Programa Nacional para la Salud y el Bienestar y Programa Nacional de Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas. Convocatoria en régimen de concurrencia competitiva. Instituto de Mayores y Servicios Sociales.</i>	2	Ricardo Vizcaíno y Álvaro Pérez-Ugena	78.000 €	Referencia: BFF 2002 - 04654 Ministerio de Ciencia y Tecnología (financiado con fondos FEDER)	2006-2007
<i>SUBSORDIG: Investigación y desarrollo de criterios para la elaboración de subtítulos para sordos en la televisión digital. Proyecto de investigación científica, desarrollo e innovación tecnológica, en el marco del Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica (2004-2007). Programa Nacional para la Salud y el Bienestar y Programa Nacional de Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas. Convocatoria en régimen de concurrencia competitiva. Instituto de Mayores y Servicios Sociales</i>	3	Ana Pereira Rodríguez	36.000 €	Ministerio de Ciencia y Tecnología	2006-2007
<i>Publicidad televisiva de culto al cuerpo e insatisfacción corporal en la población joven.</i>	3	Mónica Jiménez Morales, M ^a Victoria Carrillo Duran y María Sánchez Hernández.	5.800 €	Consell de l'Audiovisual de Catalunya	2006-2007

Luengo, Óscar García

Título del proyecto o contrato	Relación con la solicitud que ahora se presenta (1)	Investigador Principal	Subvención concedida o solicitada	Entidad financiadora y referencia del proyecto	Periodo de vigencia o fecha de la solicitud (2)
			EURO		
<i>Política y Medios de Comunicación en España.</i>	1	Óscar García Luengo		Vicerrectorado de Ordenación Docente (UGR)	2006
<i>“Repensar el Espacio Público: Participación y Representación Política de las Mujeres en los Países Andinos”</i>	1	Esther del Campo		Ministerio de Educación y Ciencia (SEJ2004-07127/CPOL).	2005-2007
<i>“El Botellón: Análisis Sociológico de los Aspectos Discursivos y Comunicativos de un Fenómeno de Cambio Cultural”</i>	3	Ariel Jerez		UCM (PR03/04-12497)	2004
<i>“Laboratorio de Política Aplicada”</i>	1	Esther del Campo		MEC	2003
<i>“Política Comparada”</i>	1	Esther del Campo		Vicerrectorado de Estudios (UCM)	2003
<i>“Laboratorio de Política Aplicada”</i>	1	Esther del Campo		MEC	2003
<i>Política y democracia en España (Una perspectiva comparada)</i>	1	Esther del Campo		Vicerrectorado de Estudios (UCM)	2002

<i>Política y democracia en España (Sistema Político Español en Perspectiva Comparada)</i>	1	Esther del Campo		Vicerrectorado de Estudios (UCM)	2002
<i>“Política y democracia en España (sistema político español)</i>	1	Consuelo Laiz		Vicerrectorado de Estudios (UCM)	2000

7. CAPACIDAD FORMATIVA DEL PROYECTO Y DEL EQUIPO SOLICITANTE (En caso de Proyecto Coordinado deberá rellenarse para cada uno de los equipos participantes)

Este apartado sólo debe rellenarse si se ha respondido afirmativamente a la pregunta correspondiente en el cuestionario de solicitud.

Debe justificarse que el equipo solicitante está en condiciones de recibir becarios (del Programa de Formación de Investigadores) asociados a este proyecto y debe argumentarse la capacidad formativa del equipo. En caso de Proyecto Coordinado, debe rellenarse por cada subproyecto que solicite becarios de FPI.

Experiencia docente:

Víctor Sampedro Blanco ejerció la docencia en la Universidad de Salamanca entre 1997 y 2002; participando en los cursos de licenciatura y posgrado. Ha impartido cursos y seminarios en numerosas universidades y centros de investigación de España y Latinoamérica sobre campañas electorales y comunicación social.

Entre otras instituciones ha sido profesor invitado en la Syracuse University in Spain y ha participado o participa en los posgrados de la Universidad Internacional de Andalucía. Sede Iberoamericana de La Rábida; Universidade Federal Fulmínense, Universidade Federal de Bahia, Pontificia Universidade Católica de Sao Paulo, Universidad de El Salvador, Universidad Iberoamericana de México DF, Universidad Pública y el Centro Boliviano de Estudios Multidisciplinarios en La Paz, Bolivia; Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia; Universidad de Chihuahua; Universidad de Yucatán en Mérida; el Instituto Ortega y Gasset, La Escuela de Periodismo de El País - Universidad Autónoma de Madrid.

Jose Luis Dader García es actualmente catedrático en la Universidad Complutense de Madrid. Ha ejercido la docencia anteriormente en las Universidades de Salamanca, Pontificia de Salamanca y de Navarra. Igualmente, ha mantenido estancias en centros extranjeros, como en Annenberg School of Communications (University of Pennsylvania).

Por otra parte, el profesor Dader cuenta con numerosas contribuciones en reuniones de expertos expresamente invitados organizadas por diversos organismos como The Oxford Internet Institute, Centro universitario di Comunicazione Política (Università degli Studi di Perugia, Italia), Center for German and European Studies (University of California). Ha participado asimismo en Congresos organizados por WAPOR (World Association for Public Opinion Research), AEGEE (Asociación Europea General de Estudiantes), Comisión Full-bright en España, IPSA (International Political Science Association), The Ford Foundation – Consiglio Italiano per le Scienze Sociali, The International Association for Mass Communication Research.

Aparte, ha sido director académico de las jornadas “Periodismo de precisión e Investigación en Bases de Datos: La Nueva Frontera”, patrocinado por la Comisión Fulbright en España. Ha sido delegado ante el Comité Internacional de Ciencias Sociales de la UNESCO, secretario del Departamento de Sociología VI, en la Universidad Complutense. Actualmente es coordinador del Programa de Doctorado con Mención de Calidad de la ANECA, del Departamento de Periodismo III en la misma universidad.

Guillermo López García es profesor de la Universidad de Valencia desde el año 1999; ha sido profesor del Spanish Studies Program (Universidad de Valencia, University of Virginia); igualmente ha impartido la docencia en cursos de postgrado y doctorado de varias universidades nacionales e internacionales. En años anteriores ha ejercido la profesión periodística como redactor de informativos de la cadena COPE y colaborador del *El País*.

Ha sido profesor visitante o invitado en centros extranjeros como University of Virginia, Johannes Gutenberg Universität, Université Paris VIII.

Por otro lado, el Doctor López ha participado en varios eventos científicos y divulgativos, entre otros el III Seminari Internacional de Periodisme Digital, congreso sobre Democracia mediática y control del poder: una revisión de las elecciones generales de 2004, II Congreso online del Observatorio para la Cibersociedad,

Congreso Iberoamericano de periodismo Digital, V Congreso de la Asociación de Historia Contemporánea, I Simposio Internacional de Análisis del Discurso.

Aparte, ha tomado parte en diversos proyectos de investigación. Ha sido coordinador de la investigación en ámbitos periodísticos y tecnológicos – I+D financiado por la Generalitat Valenciana.

Ricardo Vizcaíno Laorga estuvo vinculado como profesor ayudante doctor a la Universidad Católica San Antonio de Murcia entre los años de 2002 y 2003., ha sido también profesor visitante de la Long Island University (NY – EE.UU.) y de la University of Wroclaw (Polonia).

Ha desarrollado igualmente trabajo de investigación en distintas Universidades como; Pontificia Universidad Católica de Perú, Universidad del Nordeste en Argentina y Fundación Universitaria Los Libertadores de Colombia.

Ha impartido docencia en el doctorado Ínter universitario de la Universidad de Málaga y en las ediciones de 2004 y 2005 en el Master de periodismo de Agencia promovido por la Fundación URJC y la Fundación EFE. Actualmente es profesor en el Master oficial en comunicación y Problemas Socioculturales de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.

Es miembro de I GICOMSOC (Grupo de Investigación Comunicación Social y Cultura) de la Universidad Rey Juan Carlos, Departamento de Ciencias de la Comunicación I, desde el año de 2005. Donde ha tomado parte en diversos proyectos de investigación en el marco del Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica (2004-2007).

Oscar García Luengo es doctor Europeo en Ciencia Política por la Universidad Complutense de Madrid. Experto en Ciencia Política y Derecho Constitucional por el Centro de Estudios Políticos, Experto en Análisis de Datos por el Centro de Investigaciones Sociológicas.

Profesor Ayudante en la Universidad de Granada, ha desempeñado tareas docentes en la Universidad de California (Berkeley), Universidad de Saint Louis, Universidad Técnica de Machala (Ecuador) y Universidad Complutense, Universidad West Bohemia (Republica Checa) y universidad de Anatolia (Turquia). Imparte la asignatura de comunicación política en varias titulaciones de la Universidad de Granada (Ciencia Política, Sociología y Comunicación Audiovisual).

Ha sido investigador visitante en el European University Institute (Florencia, Italia), University of Californiaat Berkeley (EE.UU.), Ámsterdam School of Communication Research (Holanda), Institut Für Publizistik (Mainz, Alemania), y el Centro de Investigaciones Sociales (Machala, Ecuador).

Coordinador del Master en Marketing Político: Estrategias y Comunicación Política de la Universidad de Granada. Coordinador académico de las jornadas de Comunicación Política en España celebradas en Granada.

Ha participado en varios proyectos de investigación nacionales, coordinando la parte competente a los aspectos comunicativos.

Autor de varios artículos en revista especializadas, entre otras, Central European Political Science Review (Media Malaise Revisited: Media Exposure and Political Activism in Europe), Reflexión Política (Desafectos y medios de comunicación: el estado de la cuestión de una relación difusa), Revista Iberoamericana de Comunicación (La (Im)Pertinencia de las Teorías del Malestar Mediático en el Caso Español; Una Primera Aproximación Empírica), Revista Internacional de sociología (Los Medios de Comunicación y las Nuevas Tendencias del Terrorismo Internacional)... Coeditor del monográfico “Medios de Comunicación y Política” en Política y Sociedad.

Ha participado en los principales congresos internacionales en el área de la comunicación política organizados, entre otros, por el Internacional Communication Association, o el European Consortium for Political Research.

Tesis dirigidas por Víctor Sampedro Blanco

- Título: "Instituciones no lucrativas y contenidos simbólicos excluidos de la cinematografía comercial".

Doctoranda: Dña. Isabel María García Rodríguez

Universidad: Universidad de Salamanca. FACULTAD: Bellas Artes

Fecha: 1997. Lectura y defensa en noviembre de 2003. Calificación: Sobresaliente cum laude. Premio Extraordinario de la Universidad de Salamanca.

- Título: "La autopropaganda en las televisiones: imagen y funciones sociales de la radiotelevisión pública".

Doctoranda: María de los Ángeles Moreno.

Universidad: Universidad Pontificia de Salamanca. FACULTAD: Ciencias de la Información.

Fecha: 1998. Lectura y defensa en abril de 2003. Calificación: Sobresaliente cum laude. Premio extraordinario de Fin de Carrera 2002/03 en el Doctorado en Ciencias de la Información de la Universidad Pontificia de Salamanca.

- Título: "Alineamientos políticos y mediáticos. De la transición hasta la victoria del Partido Popular".

Doctoranda: Nuria Quintana Paz.

Universidad: Universidad de Salamanca. FACULTAD: Ciencias Sociales.

Fecha: 2000. Lectura y defensa en noviembre de 2003. Calificación: Sobresaliente cum laude

- Título: "Webdemocracia: Campañas electorales en Internet. Los casos del PAN en México y del PP en España".

Doctoranda: M^a del Rocío Jaspeado Villanueva.

Universidad: Universidad de Salamanca. FACULTAD: Ciencias Políticas y Derecho.

Fecha: 2000

- Título: "Estudios sobre formatos autorreferenciales en televisión e implicaciones derivadas del medio como esfera pública".

Doctorando: José Luis Valhondo Crego.

Universidad.: Universidad de Extremadura. FACULTAD: Programa de Doctorado: Comunicación Institucional y Empresarial.

Fecha: 2003.

Tesis dirigidas por Jose Luis Dader García

- Título: "El periodismo de investigación asistido por ordenador y de precisión aplicado a la prensa local y regional: el contraste entre Estados Unidos y un modelo de futuro para Galicia".

Doctorando: Francisco Casal Cortizas

Universidad: Complutense de Madrid

Facultad / Escuela: Facultad de Ciencias de la Información. Departamento de Periodismo III.

Fecha: 2005. Calificación: Sobresaliente cum laude

- Título: "El Periodismo de Precisión y análisis informático de Dwight Morris en el contexto estadounidense y español. Una vía de periodismo intelectual"

Doctorando: Monserrat Ganuza Cerrada
Universidad: Complutense de Madrid
Facultad / Escuela: Facultad de Ciencias de la Información. Departamento de Sociología VI.
Fecha: 2004. Calificación: Sobresaliente cum laude

- Título: “Periodistas y fuentes informativas. Una visión etnometodológica desde análisis empíricos españoles”

Doctorando: Pilar Pérez Herrero
Universidad: Complutense de Madrid
Facultad / Escuela: Facultad de Ciencias de la Información. Departamento de Sociología VI.
Fecha: 2001. Calificación: Sobresaliente cum laude

- Título: “Políticas y estrategias de programación radiofónica para el desarrollo sociocultural: Viabilidad de innovaciones en el contexto español”.

Doctorando: Rosa María Arráez Betancort
Universidad: Complutense de Madrid
Facultad / Escuela: Facultad de Ciencias de la Información. Departamento de Periodismo III.
Fecha: 2001. Calificación: Sobresaliente cum laude

- Título: “La redefinición del concepto de reportero en la sala de redacción”

Doctorando: José Luis Requejo Alemán
Universidad: Complutense de Madrid
Facultad / Escuela: Facultad de Ciencias de la Información. Departamento de Sociología VI.
Fecha: 2001. Calificación: Sobresaliente cum laude

Anexo de la bibliografía: experiencia previa en el tema de estudio del equipo investigador solicitante.

VICTOR SAMPEDRO BLANCO

• Libros y capítulos de libro

- Sampedro, Víctor (ed.) (en imprenta) *Medios y elecciones 2004. La campaña electoral y "las otras campañas"*. Icaria-URJC-UGR: Barcelona.
- Sampedro, V.; García Luengo, O. y Sánchez Duarte, J. M. (en imprenta) "Construir agendas para derribar al enemigo. La (pre) campaña en los medios de comunicación" en José Ramón Montero; Mariano Torcal y Ignacio Lago (2007): *Las elecciones de 2004 en España*, Madrid: CIS.
- Sampedro, Víctor (2006a) "Ciberactivismo: Estrategias de futuro en clave de presente (sin olvidar el pasado)" En *Ciberactivismo, sobre usos sociales y políticos de la red*. ROE (ed.) Virus: Barcelona, pp. 5-14.
- Sampedro, Víctor (ed.) (2005a) *13-M: Multitudes on line*. Los Libros de la Catarata. Madrid.
- Sampedro, V. (2005b) "La red del 13-M. A modo de prefacio". En V. Sampedro (Ed.) *13-M: Multitudes on line*. Libro-DVD. Los Libros de la Catarata. Madrid, pp. 11-23.
- Sampedro, V. (2005c) "Multitudes on line" En V. Sampedro (Ed.) *13-M: Multitudes on line*. Libro-DVD. Los Libros de la Catarata. Madrid, pp. 229-278.
- Sampedro, V. (2005d) "Las estrategias mediáticas del movimiento alternativo". En AMIN, Samir y HOUART, Françoise compiladores. *Globalización de las resistencias. El estado de las luchas*. Icaria, Barcelona, pp. 261-285.
Este capítulo se publicó antes en francés e inglés (y está en preparación en portugués, italiano y mandarín)
- Sampedro, V. y Martínez-Nicolás, M. (2005) "Primer voto: castigo político y descrédito de los medios". En V. Sampedro (Ed.) *13-M: Multitudes on line*. Libro-DVD. Los Libros de la Catarata. Madrid, pp. 24-62.
- Sampedro, V. y López García, G. (2005) "Deliberación celérica desde la periferia". En V. Sampedro (Ed.) *13-M: Multitudes on line*. Libro-DVD. Los Libros de la Catarata. Madrid, pp. 119-158.
- Alcalde, J.; Sádaba, I. y Sampedro, V. (2005) "Del No a la guerra al 13-M: Ciclo de movilizaciones y comunicación alternativa". En V. Sampedro (Ed.) *13-M: Multitudes on line*. Libro-DVD. Los Libros de la Catarata. Madrid, pp. 159-182.
- Sampedro, V.; Alcalde, J. y Sádaba, I. (2005) "El fin de la mentira prudente. Colapso y apertura de la esfera pública". En V. Sampedro (Ed.) *13-M: Multitudes on line*. Libro-DVD. Los Libros de la Catarata. Madrid, pp. 229-278.
- Sampedro Blanco, V. (2004a) « Les stratégies médiatiques du mouvement alternatif ». En Delcourt, L. ; Duterme, B. y Poilet, F (Coords) *Mondalisation des résistances*. Paris: Centre Tricontinental. Ed. francesa: Sylepse. Pp. 257 – 270.
- Sampedro Blanco, V. (2004b) "The Alternative Movement and its Media Strategies". En François Polet y CETRI. *Globalizing Resistance*. Londres: Pluto Press, pp. 243-257.
- Sampedro Blanco, V.; Barnhurst, K. y Cordeiro, T. (2003) "La edad de la inocencia. Medios comerciales y jóvenes ciudadanos". En Sampedro Blanco, V. (Ed.) *La pantalla de las identidades. Medios de comunicación, políticas y mercados de identidad*. Barcelona: Icaria, pp. 55-80.
- Sampedro, V. (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid: Istmo.

- **Artículos**

- Sampedro, V. (2006b) “¿Redes de nudos o vacíos? Nuevas tecnologías y tejido social” en *Documentación Social*. Nº 140. enero-marzo 2006 *Comunicación y tercer sector*. Volumen editado por Víctor Sampedro, Ariel Jerez y José Manuel López-Rodrigo.
- Barnhurst, K., Sampedro, V. y Cordeiro, T. (2006c) “The Press Motivated Me: Life Histories with the Media in Brazil.” *The Communication Review*. pp.1-25.
- Sampedro, V. (2004c) “Media identities and media-influenced identifications. Visibility and identity recognition in the media”. *Revista CIDOB d’Afers Internacionals*. CIDOB, Barcelona. Núm 66-57, pp. 135 – 150.
- Sampedro, V. (2004d) « Identités médiatiques et identifications médiatisées. Visibilité et reconnaissance identitaire aux médias» *Revista CIDOB d’Afers Internacionals*. CIDOB, Barcelona. Núm 66-57, pp. 335 – 350.
- Jerez, A. y Sampedro, V. (2004) “Visibilidad pública y tratamiento informativo del movimiento de cooperación al desarrollo (1992 – 2002)”. *Política y Sociedad*. Vol. 41. Núm.1, pp. 49-63.
- Sampedro, V., Cordeiro, T. Y Barnhurst, K. (2004) “Medios comerciales y ciudadanos de segunda”. *Política y Sociedad*. Vol. 41. Núm.1, pp. 77-88.
- Sampedro, V. (2003a). “Agendas de poder y conflicto en democracia. Activismo social: posibilidades de debate y cambio político”. *Escribanía*. Centro de Investigaciones de la Comunicación. Universidad de Manizales. Colombia, pp. 17-31.
- Sampedro, V. (2003b). “Resistències i iniciatives mediàtiques del moviment global. Comunicació pero un altre món, però ja en aquest”. *CIDOB*, núm. 88, pp. 16-20.
- Sampedro, V (2002a) “Nuevas perspectivas y retos para la comunicación social”. *Papers de las Jornadas sobre Comunicación para la solidaridad y la acción colectiva*. Instituto Inter-Universitario Hegoa: UPV- Bilbao.
- Sampedro, V (2002b) “Por qué intentarlo con los medios convencionales”. *Papers de las Jornadas sobre Comunicación para la solidaridad y la acción colectiva*. Instituto Inter-Universitario Hegoa: UPV- Bilbao.
- Sampedro Blanco, V. y Roncero, M. T. (1999) “Información gráfica electoral: Info-propaganda y Guerra de las estrellas” *ZER. Revista de Estudios de Comunicación*. Universidad de El País Vasco, 7, pp. 111-130.
- Sampedro Blanco, V. (1998) “Institutional politics and unconventional political action. Governmental “gag rules” and opportunities for dissent”. *Estudio / Working Paper*. 117. Instituto Juan March de Estudios e Investigaciones, CEACS: Madrid.
- Sampedro Blanco, V. (1997) "The Media Politics of Social Protest." *Mobilization: The international Journal of Theory and Research in Social Movements*. University of California at San Diego, 2(2), pp. 185-205.

- **Estancias en centros extranjeros**

- Docente: *UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE. Faculdade de Comunicação*
LOCALIDAD: Niteroi, Rio de Janeiro. PAIS: Brasil. AÑO 1998 (septiembre). TEMA: Docencia en Posgrado en Comunicación. CLAVE: I.
- Docente: *UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. Faculdade de Comunicação*.
LOCALIDAD: Salvador, Bahía. PAIS: Brasil. AÑO: de septiembre 1998 a febrero 1999 . TEMA: Docencia en licenciatura y posgrado en Comunicación. CLAVE: I.
- Ponente invitado. SEMINARIO INTERNACIONAL: I Seminario *Comunicação e Silêncios: O olhar da saúde sobre a violência*. AÑO: 2001. LUGAR DE CELEBRACIÓN: Salvador de Bahia, Brasil.

- Ponente Invitado a la Mesa de Campañas Electorales. Congreso Internacional de Comunicação - International Association of Mass Communication Reserch. 2004. Porto Alegre. Brasil.
- Conferencia. “Movimentos sociais europeus, novas tecnologias e opiniao pública”. AÑO: 2005. LUGAR DE CELEBRACIÓN: Escola de Sociologia e Política de Sao Paulo.
- Curso de Post-grado (18 horas). “Ciclo de Processo Politico: Eleicoes e resistencia na Espanha”. AÑO: 2005. LUGAR DE CELEBRACIÓN: Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política, Pontificia Universidade de Sao Paulo.
- Curso de Post-grado (9 horas). “Comunicação Política e Social no processo electoral espanhol”. AÑO: 2005. LUGAR DE CELEBRACIÓN: Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política, Pontificia Universidade de Sao Paulo.
- Curso de Post-grado (9 horas) “Aspectos teóricos e metodológicos da relação entre mídia e política”. AÑO: 2005. LUGAR DE CELEBRACIÓN: Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política, Pontificia Universidade de Sao Paulo.

JOSE LUIS DADER GARCÍA

• Libros y capítulos de libros

- Dader, José Luis (2007, en prensa). "Cyber-quake in a Soft Democracy: A Case Study of the 2004 Spanish General Elections", en Davis, Richard / Owen, Diana / Ward, Stephen (eds.) (2007, en prensa). *Making a Difference: A Comparative View of the Role of Internet in Election Politics*. New York. Lexington Press.
- Dader, José Luis (2007) *Mediocracia, periodismo y ciudadanía*. Madrid. Pearson Educación. (Pendiente de publicación; Aceptado por el consejo editorial).
- Dader, José Luis (2003a) “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*. pp. 309-342. Barcelona. Ariel.

• Artículos

- Dader, José Luis (2006). “Cibercomunicación y pseudoperiodismo en el 11-M: Patologías de crisis en una democracia débil”, *Comunicación y Pluralismo*, nº. 1: 35-60.
- 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*, Vol. 11:20, 105-132.
- Dader, José Luis (2003b) “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, pp. 86-96.
- Dader, José Luis (2001a): “La ciberdemocracia posible: Reflexión prospectiva a partir de la experiencia en España”. *Cuadernos de Información y Comunicación (CIC)*, (Universidad Complutense) vol.6: 177-220.
(Reedición en: *Saladeprensa. Revista electrónica de periodismo y comunicación* (www.saladeprensa.org) (México) Vol. 2. Nº 44. Junio, 2002).
- Dader, José Luis (2001b) “Ciberdemocracia: El mito realizable” *Palabra-Clave*, (Univ. La Sabana. Bogotá-Colombia), nº 4:35-50.

- **Ponencias y Comunicaciones en Congresos**

- Dader, José Luis (2005) "Comunicación política en la Red. Desde las cibercampañas a la transparencia virtual de la Administración". Seminario sobre "Autoría y Contenidos en la Red". Valencia. UIMP, del 27 al 29 de Marzo. Editado en CD-Rom.
- Dader, José Luis (2005) "Cyber-quake in a Soft Democracy: A Case Study of the 2004 Spanish General Elections", *The Parties and Elections Online Workshop*. Oxford. Oxford Internet Institute (OII), 20-21, Octubre.
- Dader, José Luis (2002) "Cyber Democracy and Cyber Parliament: A Spanish Case of E-Mail Correspondence of a Common Citizen With The Spanish Deputies and Senators (1999-2001)". XXIII Bi-Annual Conference of the International Association for Media and Communication Research. Barcelona, 21-26 de Julio.
- Dader, José Luis (1999) "Democracy and New Technologies: Spanish Snapshots and a General Reflection". Centro Interuniversitario di Comunicazione Politica. Università degli Studi di Perugia. Perugia (Italia), 2-4 de diciembre.

GUILLERMO LÓPEZ GARCÍA

- **Libros y capítulos de libros**

- Boix Palop, Andrés, y López García, Guillermo (eds.) (2006a). *La autoría en la era digital: industria cultural y medios de comunicación*. Valencia: Tirant lo Blanch. 356 páginas.
- Boix Palop, Andrés, y López García, Guillermo (2006e). "Medios de comunicación de masas y comunicación digital". En Boix Palop, Andrés y López García, Guillermo (eds.). *La autoría en la era digital: Industria cultural y medios de comunicación*. Valencia: Tirant lo Blanch. pp. 167-200.
- López García, Guillermo, y Moreno Castro, Carolina (2006). "El marco mediático". En Boix Palop, Andrés, y López García, Guillermo (eds.). *La autoría en la era digital: Industria cultural y medios de comunicación*. Valencia: Tirant lo Blanch. pp. 61-85.
- López García, Guillermo; Moreno Castro, Carolina; y Viana Ballester, Clara (2006). "El rumor como noticia: confidenciales, esfera pública y Derecho". En Boix Palop, Andrés y López García, Guillermo (eds.). *La autoría en la era digital: Industria cultural y medios de comunicación*. Valencia: Tirant lo Blanch. pp. 259-296.
- López García, Guillermo (2006f). "Los confidenciales en Internet". En VV.AA. *Medios de comunicación / Tendencias 2006. El año de la televisión*. Madrid: Fundación Telefónica. pp. 395-399. Disponible en <http://www.fundacion.telefonica.com/publicaciones/tendencias06/pdfs/40.pdf>
- López García, Guillermo (2006g). "Géneros y estructura de la comunicación en Internet". En Aleza Izquierdo, Milagros (coord.). *Lengua española para los medios de comunicación. Usos y normas actuales*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- López García, Guillermo (2005a). *Modelos de comunicación en Internet*. Valencia: Tirant lo Blanch. 267 páginas.
- López García, Guillermo (2005b). "Modelos de medios de comunicación en Internet: desarrollo de una tipología". En López García, Guillermo (ed.). *El ecosistema digital: modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València. Disponible en <http://www.uv.es/demopode/libro1/GuillermoLopez2.pdf>. pp. 55-85.
- López García, Guillermo (ed.) (2005c). *El ecosistema digital: modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València. 367 páginas. Disponible en <http://www.uv.es/demopode/libro1>
- Sampedro Blanco, Víctor y López García, Guillermo (2005). "Deliberación celérica desde la periferia". En Sampedro Blanco, Víctor (ed.). *13-M. Multitudes online*. Madrid: Libros de La Catarata. pp. 119-158.

- López García, Guillermo (2004a). *Comunicación Electoral y formación de la Opinión Pública: las Elecciones Generales de 2000 en la prensa española*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València. 352 páginas.
- López García, Guillermo (2004e). "Internet, E - Communication and public opinion: anti - war movement in the Internet and from the Internet in Spain". En Salaverría, Ramón, y Sádaba, Charo (eds.), *Towards New Media Paradigms: Contents, Producers, Organisations and Audiences*. Pamplona: Eunat. pp. 635-647.

• Artículos

- López García, Guillermo (2006b). "Comunicación en red y mutaciones de la esfera pública". En Zer nº 20. pp. 231-249.
- López García, Guillermo (2006c). "Comunicación digital y líneas de fractura en el paradigma de la Agenda – Setting". En *Doxa Comunicación*, nº 4. pp. 37-58.
- López García, Guillermo (2006h). "Public Opinion Formation Process in Crisis Situations: the Events of March 11 in Spain". En *Lynx. Working Papers* vol. 35. pp. 1-28.
- Boix Palop, Andrés, y López García, Guillermo (2006d). "Soporte digital, autoría e industria cultural. Reflexiones sobre derecho y cuarto poder en la era digital (II)". En *Revista de Estudios Políticos* nº 131 (enero - marzo 2006). Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. (en prensa)
- Boix Palop, Andrés, y López García, Guillermo (2005). "Derecho y cuarto poder en la era digital". En *Revista de Estudios Políticos* nº 130 (octubre – diciembre 2005). Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. pp. 73-108.
- López García, Guillermo (2004b). "Estrategias informativas y recepción mediática: la invasión de Irak de 2003". En *Comunicar. Revista Iberoamericana de Comunicación y Educación*, nº 22. pp. 89-94.
- López García, Guillermo (2004c). "El proceso de formación de la opinión pública y sus diversas representaciones en periodos de conflicto: el público español ante la II Guerra del Golfo". En Gómez Mompert, Josep Lluís; Moreno, Carolina; y Gómez, Xavier (eds.). *Quaderns de Filologia. Estudis de Comunicació: Periodisme*. pp. 81-91.
- López García, Guillermo (2004d). "Consideraciones sobre los efectos electorales de los atentados terroristas del 11-M". En *Aposta Digital* nº 12, Noviembre de 2004. Disponible en <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/guillermo2.pdf>. pp. 1-26

• Conferencias

- "Les enjeux de la régulation de l'Internet, le cas espagnol". Participación en la sesión temática "Réglementation, régulation" del Colloque International "Mutations des industries de la culture, de l'information et de la communication", celebrado del 25 al 27 de Septiembre de 2006 en la Maison des Sciences de l'Homme – Paris Nord. Texto disponible en www.uv.es/guillopez/documentos/omic2006.pdf
- "De qué serveix un weblog a un periodista? O com un feed RSS et pot canviar la vida". Conferencia compartida con Juan Varela (autor del weblog Periodistas21), que tuvo lugar en el marco del *III Seminari Internacional de Periodisme Digital*, celebrado en Vilanova i la Geltrú del 20 al 22 de Octubre de 2005.
- "¿Qué fue del 13M? Movilización ciudadana y nuevas tecnologías". Conferencia compartida con el profesor Víctor Sampedro Blanco (Universidad Rey Juan Carlos de Madrid), que tuvo lugar los días 19 de Mayo (Aula Magna de la Nau - Universitat de València) y 20 de Mayo (Salón de Actos de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universitat de València) de 2005.
- "Periodismo Ciudadano", ponencia presentada en el *V Seminario de Periodismo Digital*, celebrado en la Universidad del País Vasco los días 5 y 6 de Mayo de 2005.
- "El 11 M y el proceso de formación de la opinión pública en situaciones de crisis", ponencia presentada en la Jornada "*Democracia mediática y control del poder: una revisión de las Elecciones Generales de*

2004", celebrada en la Universidad de Valencia el 24 de Mayo de 2004.

"¿Los mass media de rositas? Comunicación de masas y comunicación en red ante el 11-M", conferencia impartida en la Universidad de Alicante el 6 de Mayo de 2004.

"Los medios de comunicación en el siglo XXI: Nuevo instrumento de socialización", conferencia impartida en las *Jornadas de Cine y Educación en Valores*, celebradas en Valencia los días 27 y 28 de Octubre de 2003.

- **Comunicaciones**

López García, Guillermo, De la Fuente Soler, Manuel, y Álvarez Sánchez, Francisco (2005). "McDonalización del periodismo y dependencia de las fuentes en los medios digitales". Comunicación presentada en el *III Congreso Internacional de Ciberperiodismo*, celebrado en la Universidad Alfonso de Nebrija en Marzo de 2005.

López García, Guillermo, Merelo Guervós, Juan Julián, y Tricas García, Fernando (2004). "Medios digitales, transmisión de información y formación del espacio público: comunicación de masas y comunicación en red ante el 11M". Comunicación presentada en el *XIX Congreso Internacional de Comunicación* de la Universidad de Navarra, celebrado en Pamplona en Noviembre de 2004.

López García, Guillermo (2004). "El 11-M y el proceso de formación de la opinión pública en situaciones de crisis". Comunicación presentada en el *II Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad*, Noviembre de 2004. Disponible en http://www.cibersociedad.net/congres2004/index_es.html

López García, Guillermo (2001). "La prensa y la formación de la opinión pública en campañas electorales: las Elecciones Generales de Marzo de 2000". Comunicación presentada en el *I Congreso Ibérico de Comunicación*, celebrado en la Universidad de Málaga en Mayo de 2001.

- **Otras Actividades**

Codirector de la publicación electrónica "La Página Definitiva" (www.lapaginadefinitiva.com), con una audiencia de 10.000 visitas diarias (más de un millón de páginas vistas/mes), desde Febrero de 2000 hasta la actualidad. Durante este período, ha publicado más de mil artículos de opinión y de carácter divulgativo.

Autor del cuaderno de bitácora "Chapapote Discursivo" (www.lapaginadefinitiva.com/weblogs/articulosglopez), con 300 visitas diarias y unos 80 artículos publicados desde Junio de 2003.

Miembro del Grupo de Análisis Crítico "Democracia y Poder", compuesto por jóvenes profesores, provenientes de disciplinas diversas, de la Universidad de Valencia. Página web disponible en www.uv.es/demopode

RICARDO VIZCAÍNO LAORGA

- **Ponencias y Comunicaciones en Congresos**

Vizcaino Laorga, Ricardo (2006). "Los *blogs* ¿alternativa comunicativa e ideológica?". IX Congreso IBERCOM. El espacio iberoamericano de comunicación en la era digital. Sevilla-Cádiz 15-18 de noviembre de 2006. Universidad de Sevilla.

Vizcaino Laorga, Ricardo (2006). "La formación del comunicador en la era digital. El papel de la Universidad española ante el proceso de convergencia de Bolonia". XII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Zaragoza. 26-27 de octubre de 2006. Universidad San Jorge. Publicación: ISBN: 84-87175-26-0

- Vizcaino Laorga, Ricardo (2006). "Tendencias de los formatos publicitarios en buscadores y webs de noticias en la red". VII Congreso Nacional de Periodismo Digital. Huesca. 2-3 de marzo de 2006. Asociación de la Prensa de Aragón. Publicación: ISBN: 84-87175-26-0
- Vizcaino Laorga, Ricardo (2005). "La función de las nuevas tecnologías de la información en la promoción, venta y gestión comercial de la moda en España. La situación del sector del calzado en 2005". VII Congreso de Moda "Comunicar moda, hacer cultura" .Pamplona. 3-4 de noviembre de 2005. Universidad de Navarra.
- Vizcaino Laorga, Ricardo (2004). "Control y Deliberación Política en Internet: campaña electoral 2004". Barcelona. Observatorio para la Cibersociedad. 2005. Publicación: ISBN: 84-609-7126-0
- Vizcaino Laorga, Ricardo (2004). "Censura y deliberación política en Internet". XIX Congreso Internacional de Comunicación: La comunicación en situaciones de crisis: del 11M al 14M. Pamplona. 11-12 de noviembre de 2004. Universidad de Navarra.

ÓSCAR GARCÍA LUENGO

• Artículos

- García Luengo, Óscar (2006). "E-Activism: New media and political participation in Europe". En *Confines*.
- García Luengo, Óscar (2005). "Media Malaise Revisited: Media Exposure and Political Activism in Europe". En *Central European Political Science Review*, Vol. 6, no.19.
- García Luengo, Óscar (2004). "El tratamiento del Acuerdo por las Libertades y Contra el Terrorismo, en los medios de comunicación". En *Revista Política y sociedad*, Vol. 41, no.1, pp.33-47.
- García Luengo, Óscar y Daniela Schreiber (2004). "¿Videomalestar o círculo virtuoso? Una primera aproximación empírica a la exposición mediática y el compromiso político en España y Alemania". En *Revista Política y sociedad*, Vol. 41, no.1, 131-143.
- García Luengo, Óscar (2003). "La (Im)Pertinencia de las Teorías del Malestar Mediático en el Caso Español; Una Primera Aproximación Empírica". En *Revista Iberoamericana de Comunicación*, no.3, 89-106.
- García Luengo, Óscar (2002). "Los Medios de Comunicación y las Nuevas Tendencias del Terrorismo Internacional". En *Revista Internacional de Sociología*, no.33, septiembre-diciembre, 2002, pp. 99-113.

• Ponencias y Comunicaciones en Congresos

- García Luengo, Óscar y Rafael Vazquez (2006). "Public Opinion and State in Southern European Democracies: Perceptions on Political Institutions and Democratic Performance in Four Countries". International Conference "The State, Civil Society and Public Administration in Portugal: towards a new paradigm of public service, of the role of the State and of public policies". Aveiro, Portugal.
- García Luengo, Óscar (2006). "Surfing Politics: Internet Use and Political Activism in Europe". 4th International Symposium "Communication in the Millenium". Eskisehir, Turquía.
- García Luengo, Óscar y Jesper Strömbäck (2006). "Framing and Election Coverage in Spain and Sweden". 4th International Symposium "Communication in the Millenium". Eskisehir, Turquía.
- García Luengo, Óscar (2006) "Comunicación Política y Representación de las mujeres en Perú, Ecuador y Bolivia". Latin American Studies Association XXVI International Congress. San Juan, Puerto Rico.
- García Luengo, Óscar y Marcus Maurer (2005). "Virtuous Circle for all? Political Trust and Media Exposure in 21 countries". 55th Annual International Communication Association Conference . New York.
- García Luengo, Óscar, Ariel Jerez, Victor Sampedro, et al. (2004). "Agendas Electorales y Agenda Televisiva. La Cobertura de Campaña del 2004 en las Televisiones Públicas y Privadas". XIX Congreso Internacional de Comunicación. La Comunicación en Situaciones de Crisis: del 11M al 14M. Navarra.

- García Luengo, Óscar (2004). Videomalaise or Virtuous Circle? Media Exposure and Political Engagement in Spain". 54th Annual International Communication Association Conference "Information: Communication in the Public Interest". New Orleans.
- García Luengo, Óscar (2003). "El Videomalestar; Una Aproximación Empírica Comparada a los Casos Español y Alemán". V Congreso de Ciencia Política y Administración (AECPA). Barcelona.
- García Luengo, Óscar (2002). "La (Im)Pertinencia de las Teorías del Malestar Mediático en el Ámbito de Estudio Latinoamericano; El Caso de Ecuador". I Congreso Latinoamericano de Ciencia Política. Salamanca.
- García Luengo, Óscar (2001). "Los Medios de Comunicación y las Nuevas Tendencias del Terrorismo Internacional". I Conferencia Internacional de Seguridad Europea. Granada.
- García Luengo, Óscar (2001). "La Irrupción de los Medios como Configuradores de la Agenda Política". V Congreso de Ciencia Política y Administración (AECPA). Tenerife.
- García Luengo, Óscar (1999). "La Distorsión del Concepto de Democracia Producida por los Medios de comunicación; El caso de España, de 1975 hasta nuestros días". IV Congreso de Ciencia Política y Administración (AECPA). Granada
- García Luengo, Óscar (1999). "The Distortion of the Liberal Democracy by the Mass Media". I Foro Europeo de Investigación en Comunicación. Madrid.