



INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA POLÍTICA.

Rosa Martelo Wendy González

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como propósito analizar las redes sociales, la utilización de estos instrumentos para la construcción de preferencias. Esta consiste en que a través del uso de modernos sistemas de persuasión y/o manipulación de la ciudadanía, se altera la voluntad política a unos fines preestablecidos.

OBJETIVO GENERAL

Analizar el entorno digital como factor determinante en la construcción de la voluntad política de la ciudadanía en los recientes procesos electorales en el Distrito de Cartagena (Plebiscito sobre los acuerdos de paz, elecciones presidenciales, consulta anticorrupción).

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la incidencia de la información adquirida a través de entornos digitales en la toma de decisiones políticas relacionadas con los procesos electorales recientes en el Distrito de Cartagena.
- Estudiar el contenido de las estrategias comunicativas difundidas en entornos digitales en los periodos cercanos a las elecciones, para identificar aspectos determinantes de la formación de la voluntad política.
- Analizar el fenómeno de la posverdad en los periodos cercanos a las elecciones, para identificar aspectos determinantes de la formación de la voluntad política.

METODOLOGÍA

Para el cumplimiento del primer objetivo específico, se iniciará con un análisis y recopilación de información secundaria. A su vez, se procederá a implementar el "instrumento de encuesta de entornos digitales" elaborado; para ello prime primero se llevará a cabo un Pilotaje de validación del instrumento de encuesta, posteriormente, y teniendo en cuenta los resultados del pilotaje, será aplicado el instrumento de encuesta que será aplicado representativamente en el Distrito de Cartagena para determinar el grado de incidencia de los entornos digitales en la opción de voto de los electores. En relación al segundo objetivo, se partirá con recopilación de información secundaria disponible en entornos digitales relacionada con los procesos electorales objeto de estudio. Se realizará una tipología y caracterización de las estrategias comunicativas recopiladas de acuerdo a su contenido e intencionalidad política.

En lo relativo al tercer objetivo específico, con el propósito de darle cumplimiento, se elaborarán propuestas de estrategias comunicativas en entornos digitales que generen espacios de deliberación política informada y racional. Además, serán socializadas las estrategias.

RESULTADOS ESPERADOS

Generación de un nuevo conocimiento: Un artículo Científico tipo B Un artículo Científico tipo C Apropiación social de un conocimiento: Cuatro presentaciones de ponencias en eventos científicos o tecnológicos. Una Organización de Evento científico o tecnológico Una Creación de red de conocimiento especializado Un espacio de participación ciudadana. Un Informe final de investigación Formación de un recurso humano. Un Proyecto de Investigación- Creación.

BIBLIOGRAFÍA

Amado, A; Rincón, O. (2015) LA COMUNICACIÓN EN MUTACIÓN. Centro de competencia en comunicación para América Latina, C3 FES. ISBN 978-958-8677-28-6. Bogotá.

Ayala, T. (2014) Redes sociales, poder y participación ciudadana. Revista Austral de Ciencias Sociales.

Cigüela, J. (2017) Big Data, saber-poder y pastoreo digital: sobre el fundamento mitológico de la autoridad.

Contreras, A. (2017) JIWASA. Comunicación participativa para la convivencia. FES Comunicación.