



BOLETÍN INFORMATIVO

Abril - Junio 2010
Nº 5

ASOCIACIÓN VALENCIANA de POLITÓLOGOS

www.avapol.es

Novedades AVAPOL //2
Concurso Ensayo Político AVAPOL //3
Entrevista a Eleazar Gallardo Sánchez //6
Ciclo de Coloquios AVAPOL//8
Dossier Cursos de Verano CC.PP 2010 //16
Cos@s de l@ red //17

Novedades

Balance AVAPOL

El éxito de la primera edición del Concurso de Ensayo político, los Coloquios sobre Redes 2.0 y la incorporación de cuatro nuevos socios son las novedades más importantes para AVAPOL en los últimos tres meses.

Concurso Ensayo Político de AVAPOL

Os contamos la gran acogida de la I edición del Concurso de Ensayo político. Conocemos al vencedor mediante una entrevista y os presentamos el texto íntegro que ha ganado esta primera edición del concurso.

Ciclo de Coloquios AVAPOL: charla con los políticos

El Ciclo de Coloquios sobre redes sociales y política se inauguró con la presencia de M^a José Català, alcaldesa de Torrent, y Manuel Mata, diputado de Les Corts. A continuación os contamos con todo detalle lo acontecido en este primer coloquio organizado por nuestra asociación.

Publicación Dossier Cursos de Verano CC.PP 2010

Por segundo año consecutivo, AVAPOL publica un dossier donde se engloban todos los cursos de verano relacionados con la Ciencia Política que se desarrollan en las universidades públicas o privadas del territorio nacional.

Cos@s de l@ Red

Nuestros amigos en la red social Facebook aumentan con el paso de los días. ¿Quieres conocer a las últimas personas/organizaciones que se han interesado en nuestra asociación?

Balance

En esta quinta entrega del boletín nos alegra poder comentaros las novedades de nuestra asociación.

Empezaremos por comunicaros que AVAPOL cuenta con cuatro nuevos socios que se han unido a nosotros recientemente y esperamos poderles conocer personalmente en los próximos eventos, y que se animen a participar en los diferentes proyectos que tenemos en marcha.

Respecto al Concurso Ensayo Político estamos muy contentos por el éxito conseguido y sobre todo por la repercusión que ha tenido a nivel global gracias al uso de las redes sociales e internet. Hemos recibido ensayos de diferentes lugares de España y Sudamérica, pero además, la Federación Venezolana de Politólogos ha puesto en marcha un concurso de características similares al nuestro. Es por eso que el balance que hacemos del primer Concurso de Ensayo Político AVAPOL es muy positivo y que con total seguridad tendrá continuidad en el tiempo. Desde aquí agradecemos la participación de todos quienes enviaron sus artículos, el esfuerzo de los miembros del jurado y nuestra enhorabuena al ganador. A continuación tenéis un completo seguimiento del concurso, el texto íntegro y la entrevista al vencedor.

También vamos a hablar del Coloquio que realizamos el pasado mes de junio con el tema de las redes sociales y la política. El Ciclo de Coloquios tenía como objetivo debatir y reflexionar sobre la implicación de las redes sociales en los próximas elecciones valencianas. Contamos con la presencia de M^a José Català y de Manuel Mata, que gracias a sus intervenciones favorecieron el diálogo entre los allí presentes y creándose un ambiente cálido y relajado que se alargó hasta casi las dos horas. Después de verano continuaremos con los coloquios con el fin de conocer y profundizar más en el tema de las redes sociales y la política valenciana.

Finalmente solo nos queda deciros que hemos empezado a colaborar con el Departament de Dret Constitucional, Ciencia Política i de l'Administració, de la Universitat de València y con otras instituciones, de las cuales esperamos obtener importantes frutos a corto y medio plazo.

Concurso Ensayo Político AVAPOL

Redes sociales 2.0 y política, bajo ese lema se inscribía el primer concurso de ensayo político organizado por la Asociación Valencia de Politólogos (AVAPOL) y que ha contado con un notable éxito de participación, tanto cuantitativa como cualitativamente.

Eleazar Gallardo Sánchez ha sido el ganador del concurso con un ensayo científicamente consistente, de lectura agradable y con conclusiones altamente interesantes. Como miembro del jurado y en representación de mis compañeros, sólo me queda darle la enhorabuena y hacerla extensible a la gran cantidad de ensayos recibidos.

Y es que han sido multitud las personas interesadas que han querido participar en la primera edición de lo que a buen seguro se repetirá en un futuro. Cabe destacar la heterogénea procedencia de los interesados, no sólo del ámbito territorial de la Comunitat Valenciana, sino de otras partes de la geografía nacional, incluida la insular, pero también de países sudamericanos como Colombia. A su vez, la en ocasiones tan manida paridad, también ha sido observada alcanzando prácticamente el 50% de participantes entre hombres y mujeres.

Un rotundo éxito de una asociación que, aunque joven, pretende revolucionar el panorama de reflexión de la Ciencia Política en la Comunitat Valenciana. Debemos tener en cuenta que hasta hace pocos meses, la sociedad valenciana se encontraba huérfana de un referente de pensamiento objetivo y aséptico al que dirigirse en los cada vez más de moda asuntos políticos.

Respecto del concurso en si, cabe mencionar la diversidad de ideas desarrolladas por los participantes, desde la revitalización del sistema político español, la utilización de la red para atrapar votos, la concepción del nuevo político 2.0, la rentabilidad política de las redes sociales e incluso relatos de ficción política.

A su vez muchos han sido los lugares comunes, a saber, el mediático Obama, tópico prácticamente repetido en la mayoría de los ensayos, no en vano su campaña explotó al máximo las posibilidades de las redes sociales.

Pero si podemos extraer conclusiones meridianamente claras es que las redes sociales han llegado para quedarse y es evidente que, como en cualesquiera otros campos, la política no ha sido ajena a ellas. Todos los partidos políticos, independientemente de su ideología o esfera territorial de actuación, han hecho y se están haciendo servir de ellas para hacer llegar su mensaje.

Por tanto, como estudiosos de la Ciencia Política, no nos queda sino entender de qué forma van a influir en la actuación de los partidos políticos, especialmente en el campo de la comunicación, y sobretodo si van a tener influencia efectiva en las campañas electorales.

En gran medida ha sido eso lo que los diferentes participantes han intentando reflejar en sus escritos desde una u otra óptica. Con todo, los miembros del jurado hemos tenido una ardua tarea para vislumbrar el mejor de todos ellos. A pesar de que no todos podían ganar, queremos desde AVAPOL agradecer a todos los participantes su colaboración en el concurso así como a animarles a inscribirse en posteriores convocatorias.

Actividades como ésta y como otras muchas que la asociación ya ha desarrollado demuestran que AVAPOL nace para quedarse. Contribuyamos entre todos a hablar de política en mayúsculas, alimentemos el debate y generemos espacios abiertos de opinión. En nuestra mano está.

Víctor Soler Beneyto
Miembro del Jurado del I Concurso de Ensayo Político
Socio de AVAPOL

Redes sociales y TIC. ¿medios o fines?

A continuación os presentamos el ARTÍCULO GANADOR presentado por Eleazar Gallardo.

1. El homo politicus ante el homo videns

Negar la influencia de los medios de comunicación en el terreno de la política implicaría desconocer los últimos cincuenta años de nuestra época. En un contexto constitucional que ha dejado atrás dos guerras mundiales, que ha configurado modelos de Estados sociales y, tras la tardía pero efectiva positivación de los Derechos Humanos, hoy la política se encuentra tocada por la desafección y la apatía de los ciudadanos ante los asuntos de la “res pública”.

Pese al surgimiento de teorías y propuestas de “democracia participativa”, apenas si se han dado los primeros pasos. El surgimiento de nuevos medios de comunicación social y la globalización de Internet han permitido que los ciudadanos vean su potestad de participación mucho más instrumentalizada. Sin embargo, el homo videns es el paradigma contemporáneo que deja atrás al homo politicus, viendo mediatizada su realidad y donde los asuntos públicos se han delegado en los “profesionales” de la política, entrando así en un proceso de “ralentí” de la politeia, reflejo de la interiorización del «laissez faire, laissez passer» sobre todo lo público.

Por todo esto podríamos pensar que la «hiperdemocracia» que criticaba ORTEGA, hasta ahora dormida, haya visto abrirse la puerta de una nueva época, en la que hablamos de sociedad-red, con interrelaciones a través de redes sociales, y sin las limitaciones espaciales anteriores. Sin embargo, puede también pensarse que el fenómeno llegue tarde, que encuentre un “demos” cansado, desorientado y atomizado. El papel de los partidos políticos y sus componentes en esta ecuación resulta esencial para comprender el cauce actual y el devenir inmediato de la política.

2 .Invertir la ecuación para alterar el resultado

En plena revolución global de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación), las posiciones de unos y de otros sujetos se han visto redefinidas, desde una óptica diferente al paradigma democrático anterior, con la principal consecuencia de haber ampliado y mejorado el principio de publicidad de la actividad política, para beneficio de los ciudadanos.

Con esto, escribe John B. THOMPSON que los individuos crean nuevas formas de acción e interacción cuando utilizan los medios de comunicación para recibir información, no siendo éstos meros instrumentos técnicos. A partir de sus ideas generales, cataloga una serie de “interacciones” donde el ciudadano-espectador es el actor principal, al tiempo que sujeto activo, pues es él quien busca y elige la información. Así, hablaríamos de la «interacción cara a cara», «interacción mediada» y «quasi interacción mediada». De manera paralela, trata la “visibilidad” de los sujetos políticos, en concreto de la «visibilidad mediada» y «desespacializada», que genera una serie de interacciones, entre las que destacan, por razón de nuestro tema, las interacciones por ordenador y las quasi interacciones mediadas. Teniendo en cuenta que estos sujetos son los que padecen consecuencias positivas y negativas –sean voluntarias o involuntarias–, podríamos convenir en que los actores políticos son los “sujetos pasivos” de la visibilidad.

Los políticos, en cuanto sujetos pasivos de la información, se ven expuestos al seguimiento y control de los medios de comunicación social, con el factor exponencial de Internet como difusor. En la época de la “sobreinformación”, las empresas y corporaciones mediáticas tratan de obtener su cuota de mercado, en competencia con las demás, tratando de distinguir un producto que la objetividad limita estrechamente. Sin embargo, y como se asume en el terreno económico, la información nunca puede ser perfecta, algo que conocen también los partidos políticos y sus gabinetes de comunicación.

Es por ello que desde las órbitas partidistas se lanzan al mercado unas “mercancías”, unos productos que tratan de atraer el voto ciudadano, a través de los medios de comunicación, y encuesta en mano. Apenas unos años atrás este parecía el límite de la posición pasiva de la visibilidad; pero Internet ha permitido invertir la ecuación. En un nuevo plano de comunicación, son ahora los políticos quienes ocupan la posición activa, gracias a la aparición de las redes sociales y los mecanismos de difusión escrita, como las webs y los blogs. Asumido su papel como posición pasiva ante los medios de comunicación, los partidos y sus áreas especializadas –en constante ampliación y transnacionalización– han hecho suya la idea de “mercantilizar la política”, y se han erigido en posición activa respecto a los ciudadanos. De nuevo, la economía irriga la política.

Si bien la audiencia potencial de los medios de comunicación es más amplia y heterogénea, los partidos han sabido ofrecer una información directa, más interactiva, concreta y subjetiva. La especialización del marketing político ha encontrado un banco de pruebas eficiente y con menos límites económicos o espaciales, entrando de lleno como un factor más en la “sociedad-red”. En concreto, la llamada “ley de la disparidad curvilínea”, de John MAY, según la cual los votantes tienden a ser moderados, y los líderes tienden a adaptarse al electorado –que puede orientarse más o menos hacia puntos extremos–, puede ser contemplada hoy desde una óptica mucho más empírica, pública y en menor tiempo.

Apuntemos varios ejemplos a modo de ilustración. En 2008 el diputado del Parlament, Joan Puig (ERC), mantuvo un conflicto con la compañía Air Berlin, entre otras cosas, por llamarles “nazis” y “Air Goebbels”, recibiendo el apoyo de gran parte del electorado, y quizá atrayendo votos de indecisos.

Ese mismo año, Lluís Suñé (ICV), concejal de Torredembarra, colgó en su blog una fotografía manifiestamente despectiva hacia los niños extremeños, por la cual se disculpó ante las posibles acciones legales contra él. En otro orden de cosas, la simbología en las webs y blogs también favorece esta “ley de disparidad”, como el hecho de que algunos políticos del Partido Popular en Cataluña utilicen el “.cat” o se escriban artículos con su nombre matizando opiniones para acercarse al electorado.

3 . La “w” principal es el “why?” (“¿Por qué?”)

El despegue todavía reciente del fenómeno de las redes sociales y las TIC, hace que no pueda confirmarse la hipótesis de su efectividad electoral. De hecho, los datos sobre visitas a espacios web sobre política apuntan a que son los sujetos privados y los periodistas quienes acaparan el interés y las visitas, y muy por debajo se encuentran los espacios creados para los políticos profesionales, que no son siempre quienes los gestionan. No debemos olvidar que una gran parte de los políticos profesionales cumplen la función de representación de una voluntad, a diferentes niveles. De ahí la esencial importancia de la visibilidad y la publicidad de su actividad. Siguiendo a SARTORI, la representación política permite vincular las representaciones asociadas con la idea de mandato, con la idea de representatividad, y con la idea de responsabilidad, y somos los ciudadanos los principales fiscalizadores de sus funciones, especialmente a través de la elección periódica, mediada por un sistema electoral que tiende a la gobernabilidad, o a la representatividad.

La progresiva implantación y utilización de los mecanismos TIC de interacción social, permiten una intermediación con respecto al representante, efectivo o potencial. Según esto, la derivación lógica de la mayor publicidad e intermediación sería la posibilidad de elección directa a todos los niveles; la elaboración directa de listas electorales, así como la elección de cargos municipales o regionales (en tanto ámbitos más cercanos al ciudadano), incluso nacionales, son posibles demandas de un futuro “demos” más activo, más implicado y con una información más directa. De nuevo, el riesgo de la «hiperdemocracia» aparece nítidamente dibujado, pero existen mecanismos para garantizar que la meritocracia sea la base de la elección directa de los políticos, de forma que los ciudadanos tuvieran la posibilidad de conseguir una representación más amplia, que no sacrifique la profesionalidad ni la gobernabilidad.

Por todo ello, podría plantearse el por qué de la participación de los políticos en las redes sociales y espacios web. Podría argumentarse que en una época donde los partidos suelen dar respuestas similares a problemas nuevos, las TIC permiten matizar el mensaje y dar publicidad a las ideas, confirmando tesis como la del maestro BOBBIO, según la cual la diáda ideológica permanece, con terceros que ven ahora amplificada su voz.

Del mismo modo, puede pensarse que resulta innecesaria la presencia virtual de los políticos, e incluso negativa por el tiempo que se dedica a la interacción, en lugar de dedicarlo a la acción. Porque, ¿confiarían ustedes sus ahorros a un director bancario que ocupase una parte de su jornada a interactuar con otras personas y a comentar qué ha hecho o qué piensa hacer, en lugar de hacerlo?

La pregunta sigue siendo “¿Por qué?”, y puede que la respuesta más coherente sea “¿Y por qué no?”.

Eleazar Gallardo Sánchez
Ganador I Concurso Ensayo Político AVAPOL

Entrevista a Eleazar Gallardo Sánchez

Es el ganador del I Concurso de Ensayo Político AVAPOL, que este año lleva el título 'Redes sociales y política'. Su texto ha sido elegido por el jurado por su consistencia teórica, por el desarrollo de una idea o hipótesis y los argumentos que la respaldan, por ser innovador en la forma de abordar el tema y por la sencillez del mismo.

Hola Eleazar, ante todo darte la enhorabuena por haber sido el ganador de nuestro primer concurso de ensayo político. ¿Cómo te has sentido al ser el ganador del concurso? ¿Te lo esperabas?

Me dio muchísima alegría, sobre todo cuando la presidenta me comunicó el fallo, porque sus palabras hicieron que creyera de verdad que el ensayo había merecido la pena. No lo esperaba porque hasta el día de antes no sabía si enviarlo, ya que lo cambié varias veces y no sabía si había perdido algo de la esencia primera. Estoy seguro de que el resto de ensayos merecían también el premio, y desde aquí mando un saludo al resto de compañeros participantes.

2. ¿Por qué quisiste participar en el concurso? ¿Cómo fue que te enteraste y te animaste a participar?

Tenía en mente algunas ideas relacionadas con el tema, y pensé que sería el mejor pretexto para encauzarlas y ponerlas en relación con las lecturas que iba acumulando sobre el tema, por su actualidad. Visito varias veces por semana la web, y cuando vi el anuncio pensé que sería el mejor momento para compartir esas ideas y que se comentasen.

3. ¿Cuál es la idea principal de tu relato?

La que considero idea principal es que las redes sociales y las TIC son instrumentos “potencialmente útiles” para la comunicación entre representante y representado, pero también sirven como publicidad de una mercancía política, y depende del político darle un sentido u otro. Puede que para otros lectores la idea principal no sea esta, y estarán igualmente en lo cierto, pues soy un lector más y el texto se presta a lo que cada uno quiera extraerle.

4. Viviendo en Paiporta, por tanto conoces la clase política y la sociedad valenciana ¿Cómo crees que se presenta la campaña electoral en relación a las redes sociales?

Aunque nací en Palma de Mallorca, sigo muy de cerca todo lo que sucede en la Comunitat. Pese a la corrupción y manipulación mediática tan evidente, la simbología y el discurso de la derecha se han arrogado el sentimiento regional y será muy difícil que las redes sociales influyan en cambiar esta situación, pues a veces una imagen vale más que mil entradas en un blog.

5. ¿Eres politólogo, no? Cuéntanos donde estudiaste y por qué elegiste esta titulación.

Cursé los tres primeros años de la carrera en la Universidad de Granada. El cuarto curso disfruté de las becas Sicue y Séneca en la Universidad Autónoma de Barcelona y volví a Granada para el quinto curso. Elegí esta carrera porque siempre me interesó conocer dónde reside el poder de decidir sobre los asuntos que afectan a la colectividad, o de dónde provienen las instituciones que nos gobiernan. Por eso me interesan especialmente el Derecho Público y la Teoría Política, aunque no sean materias con excesiva demanda en el mercado laboral.

6. Eso parece... actualmente, ¿A qué te dedicas? ¿Dónde estas trabajando?

En este momento estoy cursando Derecho, y por ahora trabajo de comercial en una empresa valenciana. Tengo previsto cursar algún máster o doctorado cuando termine, sobre temas como la administración y gestión pública, sobre todo a nivel de gobierno local.

Muchas gracias por responder a nuestras preguntas y de nuevo ENHORABUENA por ser el ganador de nuestro I Concurso Ensayo Político AVAPOL.

Ciclo de Coloquios 'Redes sociales y política'

El pasado 15 de junio AVAPOL comenzó con su Ciclo de Coloquios "Redes Sociales y política". En función de la línea a seguir durante este año (redes 2.0) durante estos coloquios tendremos la oportunidad de conocer, de primera mano, las ideas y opiniones de los agentes implicados en la política valenciana. Para este primer acto tuvimos la oportunidad de contar con la presencia de M^a José Català (Alcaldesa de Torrent) y Manuel Mata (Diputado de Les Corts). El acto se celebró en la Facultad de Derecho de la Universitat de València y todos aquellos que asistieron tuvieron la oportunidad de plantear cualquier tipo de pregunta o duda a los ponentes invitados.

Bajo un ambiente distendido y agradable AVAPOL cerró su batería de actos hasta el próximo mes de septiembre con el Primer Coloquio sobre Redes Sociales.

Durante aproximadamente dos horas los asistentes pudieron conocer las estrategias electorales que nuestros políticos más cercanos tienen proyectadas para los próximos comicios electorales de mayo de 2011.

Nuestra Presidenta, Aida Vizcaíno, comenzó el acto con una pequeña presentación de los ponentes donde dejó patente la importancia que ambos dan a este tipo de herramientas multimedia.



Tanto M^a José Català como Manuel Mata son dos de los representantes políticos valencianos con más presencia en la red. Para ellos, las redes 2.0 brindan una excelente herramienta de comunicación política, más si cabe, en este siglo, donde la importancia de éstas ha quedado demostrada con la victoria demócrata de Barack Obama.

Para Manuel Mata, este tipo de herramientas sirven de canal de recepción y envío de los propios comunicados o parlamentos difundidos en las propias Corts Valencianes. El diputado valenciano nos explicó cómo el hecho de que sus videos no sean difundidos por la entidad autonómica de televisión hace que su grupo parlamentario deba utilizar este tipo de herraminetas cada vez con más habitualidad.



M^a José Català, en cambio centró su discurso en la importancia de la proximidad del cara a cara con el ciudadano. Para ella, el éxito de la campaña electoral de 2007 vino justificado por el acercamiento que tanto ella como su equipo tuvieron con cada torrentino.

Si bien, ambos ponentes dejaron patente la importancia que tienen las redes sociales en el día a día afirmaron con rotundidad que todavía no se ha llegado al momento en el que se sustituya el canal personal por el multimedia.

Al finalizar el acto los asistentes tuvimos la oportunidad de charlar con los invitados y hacerles llegar la importancia de la figura del politólogo y cómo deben ser nuestros representantes lo encargados de formentar el empleo público para nuestra profesión. Al respecto hay que añadir que la Jefatura del Gabinete de Alcaldía de Torrent la encabeza una politóloga formada en el CEU-Cardenal Herrera.

Desde AVAPOL queremos dar las gracias a todos los que nos acompañasteis en este primer coloquio e invitaros asistir a los siguientes, que se retomarán después del verano.



Dossier Cursos de Verano CC.PP 2010

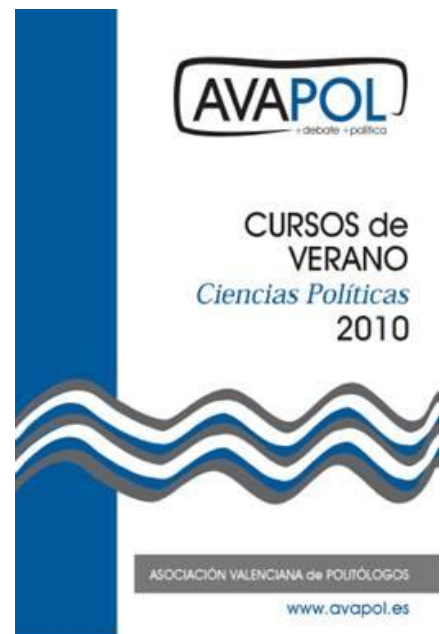
Por segundo año, la Asociación Valenciana de Politólogos publica su **Dossier de Cursos de Verano CC.PP 2010**. Este documento nace justificado en base a varios fundamentos:

-La necesidad de promocionar este tipo de actos formativos en una época donde la oferta puramente universitaria se encuentra fuera del periodo lectivo.

-La promoción y difusión de la Ciencia Política dentro del ámbito docente, profesional y universitario español.

-La unificación en un ÚNICO documento de todos los “Programas de Verano” de las Universidades españolas.

-El ahorro de tiempo, en definitiva, que se produce al no tener que navegar por los portales de los distintos centros docentes universitarios en busca de la oferta de cursos en Ciencias Políticas para la época estival.



Para este documento hemos contado con el Prólogo del profesor en Ciencias Políticas y socio de AVAPOL, Joaquin Marco.

En él podrás encontrar todos los Cursos de Verano que se imparten durante los próximos meses en las distintas Universidades (públicas o privadas) del territorio nacional. Además con un solo clic podrás ojear sus programas o conocer todos los datos y detalles sobre el proceso de matriculación (fechas, lugares, horarios, precios, etc..).

Esperamos os sea de ayuda!

Cos@s de l@ Red

NUESTROS AMIGOS EN FACEBOOK

En tan sólo unos pocos meses, los amigos de AVAPOL en la Red Social Facebook han aumentado de una forma exponencial. Nuestro buzón de correo ha llegado a aglutinar hasta 30 solicitudes de amistad en un solo día. Por ello, os queremos agradecer a cada uno de vosotros el interés que habéis mostrado en nuestra asociación.

Cuando AVAPOL decidió lanzarse en Fb fijó como principio básico que tan sólo se iba a aceptar solicitudes de amistad. De esta forma la riqueza ideológica de nuestra red social/contactos iba a ser bastante variada.

A día de hoy (19/07/2010) contamos con **437 amigos** y nuestra lista aumenta diariamente.

¡Gracias a todos!

El grupo de trabajo del Boletín os da las gracias por vuestra acogida y os invita a formar parte de él.

Equipo Redacción Boletín AVAPOL
Abril - Junio 2010
boletin@avapol.es