

CONGRESO MEDIAFLOWS 2016



LA NUEVA COMUNICACIÓN Y LOS PROCESOS DE MOVILIZACIÓN POLÍTICA: PARTIDOS, MEDIOS Y CIUDADANOS

UIMP VALENCIA - PALAU DE PINEDA

16-18 NOVIEMBRE DE 2016

PROGRAMA CON COMUNICACIONES

Mediaflows



VNIVERSITAT
DE VALÈNCIA

UIMP
Universidad Internacional
Menéndez Pelayo

LA NUEVA COMUNICACIÓN Y LOS PROCESOS DE MOVILIZACIÓN POLÍTICA: PARTIDOS, MEDIOS Y CIUDADANOS

Lugar de celebración: Sede de Valencia – Palau de Pineda [Plaza del Carmen, 4]

Fecha: 16-17-18 de noviembre de 2016

Director

Guillermo López García

Profesor Titular de Periodismo – Universitat de València

Secretario

Àlvar Peris Blanes

Profesor de Comunicación Audiovisual – Universitat de València

PROGRAMA

MIÉRCOLES, 16 DE NOVIEMBRE DE 2016

9.00 **ACREDITACIÓN**

9.30 **INAUGURACIÓN**

Vicent Marzà i Ibáñez

Conseller de Educació, Investigació, Cultura y Deporte de la Generalitat Valenciana

Agustín Domingo Moratalla

Director de la UIMP Valencia

Guillermo López García

Director del Congreso

10.00 **CONFERENCIA INAUGURAL**

Cristian Vaccari

Reader in Politics, University of London

Politics, citizenship, and the media: the new political communication.

11.30 **PAUSA CAFÉ**

12.00 **MESA REDONDA: CANALIZANDO EL MENSAJE POLÍTICO**

MODERA: Àlvar Peris Blanes - Universidad de Valencia

PARTICIPAN:

Andreu Casero Ripollés

Profesor Titular de Periodismo. Universitat Jaume I, Castellón

José Luis Dader García

Catedrático de Periodismo. Universidad Complutense, Madrid

Óscar García Luengo

Profesor Titular de Ciencia Política. Universidad de Granada

Miguel Vicente Mariño

Profesor Titular de Periodismo. Universidad de Valladolid

14.00 **COMIDA**

16.00 **SESIÓN TEMÁTICA 1 - POLÍTICA MEDIATIZADA I: TRANSFORMACIONES Y ALCANCES**

Aula 1: Mesa A | Aula 2: Mesa B

COORDINADORES:

Enric Castelló
Universitat Rovira i Virgili, Tarragona
Dolors Palau Sampió
Universitat de València

MESA A. [Aula 1. 16 noviembre 2016. 16.00h]

1. La mediatització del procés independentista de Catalunya: el rol de la metàfora en el tractament informatiu de El Mundo, El País i La Vanguardia

Arantxa Capdevila Gómez (Universitat Rovira y Virgili, Tarragona)
Carlota M. Moragas Fernández (Universitat Rovira i Virgili, Tarragona)

2. Las transformaciones en la mediatización política en España: el trayecto de la imagen a la conflictividad de lo visual

Víctor Silva Echeto (Universidad de Zaragoza)

3. Banalizar la comunicación política. Estrategias narrativas y puesta en escena en los formatos de infotainment televisivo En tu casa o en la mía (TVE) y El Hormiguero (Antena 3)

Àlvar Peris Blanes (Universitat de València).
Carmen María López-Rico (Universidad Miguel Hernández, Elche)

4. The era of the new left? The policy development debate in media: Winners and losers in Argentina, Brasil, Chile Uruguay and Venezuela 2005-2015

Matías Ponce (Universidad Católica del Uruguay)

MESA B. [Aula 2. 16 noviembre 2016. 16.00h]

1. Las propuestas programáticas y la prognosis simbólica en campaña: evaluación de su impacto mediático en las elecciones generales de 2015.

Dolors Palau-Sampió (Universitat de València)
Adolfo Carratalá (Universitat de València)

2. Entretenimiento político y comercialismo periodístico. Análisis longitudinal de la prensa mexicana.

Martín Echeverría (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla)
José Antonio Meyer (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla)

3. Comunicação mediática “por processos” e a eficácia da mensagem em campanha.

Custódio Oliveira (Escola de Periodismo de Porto).
Isabel Martins (Escola de Periodismo de Porto).

17.30 **PAUSA SNACK.**

17.45 **SESIÓN TEMÁTICA 2 – POLÍTICA MEDIATIZADA II: NUEVOS MEDIOS**

Aula 1: Mesa A | Aula 2: Mesa B | Aula 3: Mesa C

COORDINADORES:

Andreu Casero Ripollés
Universitat Jaume I, Castellón
Lorena Cano Orón
Universitat de València

MESA A [Aula 1. 16 noviembre 2016. 17.45h]

1. Los candidatos de las elecciones generales del 26J en Facebook: análisis de imagen y contenido.

Iván Puentes Rivera (Universidad de Vigo)
José Rúas Araújo (Universidad de Vigo)
Borja Dapena González (Universidad de Vigo)

2. ¿Diálogo e interacción en Twitter? Análisis de los perfiles de los líderes políticos en campaña electoral.

Laura Alonso-Muñoz (Universitat Jaume I de Castelló)
Susana Miquel-Segarra (Universitat Jaume I de Castelló)
Andreu Casero-Ripollés (Universitat Jaume I de Castelló)

3. Emociones y dialéctica en Twitter. El caso del proceso participativo del 9 de noviembre en Cataluña.

Òscar Coromina Rodríguez (Universitat Autònoma de Barcelona)

4. ¿Una cuenta de Twitter, una voz de usuario? Bots en la campaña electoral española de 2015.

Tomás Baviera Puig (Universidad Internacional de Valencia)
Francisco José García Ull (Universidad de Valencia)

MESA B [Aula 2. 16 noviembre 2016. 17.45h]

1. Evolución de la transparencia de los partidos políticos españoles a través de sus páginas web.

Beatriz Martínez Isidoro (Fundación Compromiso y Transparencia)

2. Uso de las páginas web de los parlamentos para promover la deliberación y la participación ciudadana en el proceso de toma de decisiones públicas. Estudio comparado de 10 países (América y Europa).

Santiago Giraldo-Luque (Universitat Autònoma de Barcelona)
Tomás Duran-Becerra (Universitat Autònoma de Barcelona)
Isabel Villegas-Simón (Universitat Autònoma de Barcelona)

3. Great selfie! Have a nice day! Community building in the Czech political discourse.

Jan Zapotocky (Charles University, Prague)

4. Estudio diacrónico de la crisis de los refugiados en el discurso político en Twitter.

Ana Ruiz-Sánchez (Universidad Autónoma de Madrid)
Manuel Alcántara-Plá (Universidad Autónoma de Madrid)
Vanessa Amessa-Martín (Universidad Autónoma de Madrid)

MESA C [Aula 3. 16 noviembre 2016. 17.45h]

1. Operación Palace y la mediatización de la Transición Española y el 23F en Twitter.

Marta Montagut (Universitat Rovira i Virgili)
Núria Araüna (Universitat Rovira i Virgili)
Laia Quilez (Universitat Rovira i Virgili)

2. El uso mediático de las redes sociales en campaña electoral: la gestión de Twitter por parte de la televisión pública.

Jessica Izquierdo-Castillo (Universitat Jaume I de Castelló)

3. ¿Son los debates electorales la nueva Eurovisión? Análisis del seguimiento de dos eventos masivos a través de Twitter.

Lucía Márquez Martínez (Universidad de Valencia)

4. Del Politainment a las redes sociales: ¿Ha servido a los políticos españoles participar del infotainment?

Laura Teruel Rodríguez (Universidad de Málaga)

5. El uso y abuso de las redes sociales en campañas electorales de América Latina. Su impacto en la transformación de la comunicación política.

Ileana Angélica García Franco (Universidad Autónoma de Barcelona)

19.15 SESIÓN TEMÁTICA 2 – POLÍTICA MEDIATIZADA II: NUEVOS MEDIOS

Aula 1: Mesa D | Aula 2: Mesa E

COORDINADORES:

Andreu Casero Ripollés
Universitat Jaume I, Castellón
Lorena Cano Orón
Universitat de València

MESA D [Aula 1. 16 noviembre 2016. 19.15h]

1. La expresión ciudadana en los eventos políticos a través de las redes sociales. El debate en Twitter a través del hashtag #SesionDeInvestidura.

Silvia Marcos-García (Universitat Jaume I de Castelló)
Amparo López-Meri (Universitat Jaume I de Castelló)

2. Racimos de Usuarios en Twitter. Análisis clúster de la campaña electoral española de 2015.

Tomás Baviera Puig (Universidad Internacional de Valencia)

3. Evolución del discurso de Mariano Rajoy en Twitter durante las dos campañas electorales de 2015: de las elecciones autonómicas del 24M a las generales del 20D.

Carmela García Ortega (Universidad San Jorge)
Sandra Pallarés Navarro (Universidad San Jorge)

4. Las Elecciones Generales de 2015 plasmada en cuatro medios digitales: campaña electoral y agenda-setting.

Mar Sanjuán Santonja (Universidad de Valencia)

MESA E [Aula 2, 16 noviembre 2016. 19.15h]

1. El espectáculo como estrategia de campaña. Análisis de la gestión de redes sociales en procesos electorales de España y EEUU

Pablo López-Rabadán (Universitat Jaume I de Castelló)

2. ¿Redes o medios sociales? Las redes sociales como actores políticos

Salvador Enguix Oliver (Universidad de Valencia)

3. La evolución de los Think Tanks en la era digital

Ignacio José Miñambres García (National Cheng Kung University, Taiwán)

4. El uso de la sanidad por la Diputación de Castellón como herramienta de mediatización de la política provincial

Ramón-Seraffín Pardo-Baldeón (Universitat Jaume I de Castelló)

5. Líderes políticos en YouTube: información y politainment en las elecciones legislativas del 26-J

Salomé Berrocal Gonzalo (Universidad de Valladolid)
Virginia Martín Jiménez (Universidad de Valladolid)
Alicia Gil Torres (Universidad de Valladolid)

JUEVES, 17 DE NOVIEMBRE DE 2016

10.00 CONFERENCIA

Marianne Kneuer

*Catedrática de Ciencias Políticas. Directora del Instituto de Ciencias Sociales,
Hildesheim Universität*

El euroescepticismo como nueva línea de conflicto: Las recientes elecciones en perspectiva comparada.

11.30 PAUSA CAFÉ

12.00 MESA REDONDA: GESTIONAR LA MEDIATIZACIÓN DE LA POLÍTICA

MODERA:

José Luis González Esteban

Universidad Miguel Hernández, Elche

PARTICIPAN:

Julio Monreal

Director Levante-EMV

Adolf Beltrán

El Diario – Comunitat Valenciana

Paula Meseguer

Periodista. ExSecretaria Autonómica de Comunicación. Generalitat Valenciana

14.00 COMIDA

16.00 SESIÓN TEMÁTICA 3 – ESTUDIOS ELECTORALES COMPARADOS

Aula 1: Mesa A | Aula 2: Mesa B

COORDINADORES:

Óscar García Luengo

Universidad de Granada

Guillermo López García

Universitat de València

MESA A [Aula 1, 17 noviembre 2016. 16.00h]

1. Los debates televisados de la campaña de las Elecciones Generales de 2015 en España

Guillermo López García (Universitat de València)

Germán Llorca-Abad (Universitat de València)

2. Los programas de infotainment en la construcción de la imagen pública del candidato durante las elecciones de 2015

Carmen María López-Rico (Universidad Miguel Hernández, Elx)

Àlvar Peris Blanes (Universitat de València)

3. La cobertura mediática de los debates electorales: comparación de los debates entre dos y más candidatos en España

Javier García Marín (Universidad de Granada)

Adolfo Calatrava (Universidad Carlos III, Madrid)

4. Los spots electorales en televisión y en Internet: ¿continuación o variación en las estrategias?

Marta Rebolledo de la Calle (Universidad de Navarra)

5. Regeneración democrática en Facebook. El discurso político en la campaña de la Elecciones Generales de 2015.

Emma Gómez Nicolau (Universidad de Valencia)

Carmen Amaranta Torreblanca Devís (Universidad de Valencia)

Paula Rodríguez Ballesteros (Universidad de Valencia)

MESA B [Aula 2, 17 noviembre 2016. 16.00h]

1. La reaparición del *cinturón rojo* del área metropolitana de Valencia en las elecciones locales de 2015

Joaquín Martín Cubas (Universitat de València)

Anselm Bodoque (Universitat de València)

Pilar Rochina Garzón (Universitat de València)

Francisco Clemente González (Universitat de València)

2. Estudio comparado del comportamiento electoral en las elecciones locales de 2015 en tres áreas metropolitanas: Barcelona, Zaragoza y Valencia

Joaquín Martín Cubas (Universitat de València)

Anselm Bodoque (Universitat de València)

Pilar Rochina Garzón (Universitat de València)

Francisco Clemente González (Universitat de València)

3. Eleições no Brasil: análise da distribuição de recursos financeiros nas campanhas eleitorais de 2014

Mércia Alves (Universidade Federal de Sao Carlos)

Barbara Botassio (Universidade Federal de Sao Carlos)

4. ¿Sabiduría de las masas o influencia mediática?

Jose M. Pavía (Universitat de València)

Itziar Gil Carceller (Universitat de València)

Alfredo Rubio Mataix (Universitat de València)

Vicente Coll Serrano (Universitat de València)

Jose A. Alvarez Jareño (Universitat de València)

Cristina Aybar Arias (Universitat de València)

Salvador Carrasco Arroyo (Universitat de València)

17.30 PAUSA SNACK

17.45 SESIÓN TEMÁTICA 4 –DISCURSO POLÍTICO Y PARTIDOS

Aula 1: Mesa A | Aula 2: Mesa B

COORDINADORES:

Eva Campos Domínguez
Universidad de Valladolid

José Vicente Gamir
Universitat de València

MESA A [Aula 1, 17 noviembre 2016. 17.45h]

1. Fotografía política y nuevos liderazgos digitales. Análisis de la gestión de los partidos españoles en Twitter

Pablo López-Rabadán (Universitat Jaume I, Castellón)

Amparo López-Meri (Universitat Jaume I, Castellón)

Hugo Doménech-Fabregat (Universitat Jaume I, Castellón)

2. Calisto, un software para la construcción del discurso político

Marta Redondo (Universidad de Valladolid)

Dafne Calvo (Universidad de Valladolid)

María Díez-Garrido (Universidad de Valladolid)

3. La transparencia en los partidos políticos españoles en las campañas electorales de 2015 y 2016

María Díez-Garrido (Universidad de Valladolid)

4. Entre el “Nestornauta” y el “frente ciudadano”: estrategias de modelización social y política en el discurso público de Cristina Fernández de Kirchner (2010-2016)

Sebastian Horacio Gago (Universidad Nacional de Córdoba)

MESA B [Aula 2, 17 noviembre 2016. 17.45h]

1. La retórica anti-establishment de la derecha radical en Europa Occidental: un análisis de las condiciones que conducen a esta estrategia

Belén Fernández-García (Universidad de Granada)

2. Del obrero a la pyme: la uniformización de las demandas laborales en el discurso de la nueva política.

Naiara Puertas Cartón (Noticias de Guipúzkoa)

3. Ejes temáticos al servicio del storytelling personal del candidato político

Pablo Vázquez Sande (Universidad de Santiago de Compostela)

4. Herramientas y canales del marketing político en las campañas electorales posmodernas. Propuesta de tipología unitaria online/offline

José Gamir Ríos (Universitat de València)

17.45 SESIÓN TEMÁTICA 5 – METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN

Aula 3: Mesa A

COORDINADORES:

Miguel Vicente Mariño

Universidad de Valladolid

Adolfo Carratalá

Universitat de València

MESA A [Aula 3, 17 noviembre 2016. 17.45h]

1. Aplicación del SentiStrength para analizar el sentimiento en los mensajes de Twitter durante la campaña electoral en España de 2015: posibilidades y limitaciones

Tomás Baviera Puig (Universidad Internacional de Valencia)

2. El cuerpo significativo en la entrevista política y su representación audiovisual

Sebastián Sánchez Castillo (Universitat de València)

3. Social Network Analysis of Twitter data: An Introduction of benefits and caveats of this methodology

Javier Ruiz Soler (European University Institute, Florencia)

4. Análisis de contenido de la información de política internacional en la prensa española: El caso del conflicto ucraniano en ABC, El País y La Vanguardia

María Molina Delicado (Universidad Complutense de Madrid)

5. La implementación de programas de análisis de contenido en los estudios de framing

Vicente Fenoll (Universitat de València)

Paula Rodríguez-Ballesteros (Universitat de València)

19.15 SESIÓN TEMÁTICA 6 – MOVIMIENTOS SOCIALES Y CIUDADANÍA

Aula 1: Mesa A | Aula 2: Mesa B

COORDINADORES:

José Manuel Sánchez Duarte
Universidad Rey Juan Carlos, Madrid

Víctor Silva Echeto
Universidad de Zaragoza

MESA A [Aula 1, 17 noviembre 2016. 19.00h]

1. Protesta social y estadios del desarrollo moral ¿La revolución será retuiteada?

Santiago Giraldo Luque (Universitat Autònoma de Barcelona)

Cristina Fernández Rovira (Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya)

2. Twitter as the new Coffee House? The mapping of the European Political Twittersphere

Javier Ruiz Soler (European University Institute, Florencia)

3. La articulación de las Redes de Comunicación Alternativa y Comunitaria en España. Un balance de las experiencias históricas y contemporáneas

Juan Ramos (Universidad de Salamanca)

Susana Morais (Universidad Complutense de Madrid)

Alejandro Barranquero (Universidad Carlos III de Madrid)

4. Movimientos sociales actuales en España y Youtube. El caso de la PAH

Alex Iván Arévalo Salinas (Universitat Jaume I, Castellón)

MESA B [Aula 2, 17 noviembre 2016. 19.00h]

1. Crisis económica, transformación política y expresión documental: crónica del anhelo (más que del cambio)

Núria Araüna (Universitat Rovira i Virgili, Tarragona)

Laia Quilez (Universitat Rovira i Virgili, Tarragona)

2. La reivindicación social y ciudadanía en el Cinema Novo y en su legado en el cine brasileño

Ana Luiza Valverde da Silva (Universidad de Valencia)

3. Movimientos sociales y partidos políticos en Argentina: El caso “Proyecto Sur”

Julio Levit Koldorf (Universidad de Zaragoza)

VIERNES, 18 DE NOVIEMBRE DE 2016

10.00 MESA REDONDA: ACTIVISMO POLÍTICO EN LA CALLE Y EN LA RED

MODERA:

Dolors Palau Sampió
Universitat de València

PARTICIPAN:

Guillem Martínez
Periodista. Contexto CTXT

Laura Ballester
Levante-EMV

Enric Castelló
Profesor Titular de Periodismo. Universitat Rovira i Virgili, Tarragona

José Manuel Sánchez Duarte
Profesor Titular Ciencias Políticas. Universidad Rey Juan Carlos, Madrid

12.00 PAUSA CAFÉ

12.30 CONFERENCIA DE CLAUSURA

Daniel Hallin
University of California, San Diego
Los nuevos movimientos populistas en Latinoamérica y Estados Unidos

14.00 CLAUSURA DEL CONGRESO

14.30 COCKTAIL&TAPAS. TERRAZA HOTEL DEL CARMEN