

RESUMEN

El trabajo investigativo expone el uso de las redes sociales en el marketing político, genera lineamientos básicos con el fin de direccionar a los personajes y partidos políticos en la toma de sus decisiones, evitando caer en redes de acoso electrónico, protegiendo y proyectando los fines de la verdadera política. El marco teórico expuesto parte de las teorías de comunicación e información; las cuales han ido evolucionando al transcurrir los años dejando rastros imborrables a través de la historia. Posteriormente se han considerado los acontecimientos políticos generados en las redes sociales en el panorama mundial y local. Al final se analizará como estos sistemas de comunicación nos permiten hacer un mundo más pequeño, donde la opinión personal es escuchada por una gigantesca comunidad, y la brecha entre el personaje político con el ciudadano es cada vez más delgada.

PALABRAS CLAVE:

Redes sociales, Marketing político, Uso de las redes sociales, Acoso electrónico, Metodologías para el uso de las redes sociales.

ABSTRACT

The research paper presents the use of social media in political marketing, basic guidelines are generated to address the characters and political parties in making their decisions, avoiding electronic harassment networks, protecting and projecting the true political purposes.

The exposed framework begins with the theories of communication and information; which have evolved as the years leaving indelible traces through history. Subsequently were considered political events generated in social networks at global and local level.

At the end will explore how these communication systems allow us to make a smaller world, where personal opinion is heard by a huge community, and the gap between the political character with the citizen is getting thinner.

KEYWORDS:

Social networks, Political marketing, Use of social networks, Electronic harassment
Methodologies for the use of social networks