

Reseña

Gianluca Giansante. (2014). "La comunicación política online. Cómo utilizar la web para crear consenso y estimular la participación".

Antonio Roveda Hoyos*

Gianluca Giansante

Investigador, consultor político, autor de 'La comunicación política online'.

Gianluca Giansante es investigador, consultor político y estrategia digital. En la actualidad es responsable de la estrategia digital y de relaciones con los ciudadanos de la región de Lazio, en Roma. Es Doctor en Comunicación Política de la Universidad Sapienza de Roma.



Es profesor de *comunicación política online* en la Universidad Luiss "Guido Carli". Ha realizado investigaciones en el Departamento de Comunicación e Investigación Social de la Universidad "Sapienza" de Roma y el Instituto de la enciclopedia Italiana "Treccani." Como consultor de comunicaciones, ha trabajado para grandes empresas, instituciones y organizaciones políticas. Es el autor de "Le parole sono importanti" (2011) y de 'La comunicazione politica online' (2015), que será traducido al inglés por la editorial Springer y al español (2015).

La comunicación política online

Cómo utilizar la web para crear consenso y estimular la participación



*Colombo - italiano. Comunicador Social-Periodista de la Universidad Externado de Colombia. Especialista en Comunicación Organizacional y Doctorando en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid, España. Asesor del Ministerio de Educación Nacional de Colombia y de la UNESCO (París) en Educación y Comunicación. Autor, conferencista y consultor en Comunicación y Educación. Presidente del Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación (FISEC, Capítulo Colombia). Actualmente es el Decano de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Sergio Arboleda de Bogotá, Colombia.
Correo electrónico:
antonio.roveda@usa.edu.co

Sin duda estamos frente a nuevos tiempos y por lo tanto a nuevos medios, nuevos contenidos y nuevas narrativas mediáticas, que diariamente construyen y de-construyen la realidad local y global, frente a la mirada atónita y perpleja de millones de audiencias que se pierden entre el consumo, la seudo participación y las ciudadanías emergentes. Asistimos entonces de manera vertiginosa a un mundo “ontológicamente” construido ya no por las palabras, sino por millones de imágenes que aparecen frente a nuestros ojos, como nuevos escenarios de lo social y lo político. Nuevos (híper) textos, contenidos y lenguajes en plataformas y soportes tecnológicas móviles, fluidos y convergentes hacen de los ecosistemas digitales los escenarios predilectos para construir el “sentido de lo político” y de la participación ciudadana en internet.

Los complejos debates sobre la *comunicación política* y su fuerza en la (de) construcción de la participación ciudadana en la web en el ejercicio de la democracia, es una de las “cuestiones epistemológicas” que preocupan al joven investigador y consultor italiano en comunicación política y medios digitales, Gianluca Giansante, quien desde su último texto “La comunicazione politica online”, busca responder a algunas de las siguientes preguntas: ¿cómo utilizar la red para construir una relación de confianza con el público, organizar la participación y construir consenso social? ¿Cómo ampliar la audiencia que conoce y apoya las estrategias políticas? Y lo más importante, ¿cómo convertir la participación *online* en una participación real, activa y efectiva fuera de la red?

Estas son algunas de las preguntas que preocupan y orientan la reflexión central del trabajo del profesor Giansante, quien desde la experiencia profesional práctica como asesor de varias campañas políticas en Europa, y como docente e investigador, busca responder desde un enfoque pragmático, académico y como científico social. Su reflexión se amplía y

justifica en la medida que los cuestionamientos centrales son respondidos no solo desde claros fundamentos teóricos, sino desde la experiencia práctica en la administración de campañas electorales. El complejo tránsito y trasladado del discurso político y social, expuesto otrora en la antigua plaza pública, se traslada hacia el discurso del (híper) texto, más móvil, fluido y digital, al tiempo que es ajustado a las nuevas lógicas de creación/producción que imponen los medios en su convergencia tecnológica.

El autor, en esta obra, desmiente una serie de tópicos comunes atribuidos a la web. Los estrategias – clásicos - en comunicación política observan con desdén y distancia los relatos construidos en internet, por considerarlos “impersonales”, automatizados y lejanos a las audiencias y electores. Mientras que el profesor Giansante, por el contrario, asume desde su obra las estrategias de comunicación política desde la web como el “espacio clave” que proporciona herramientas válidas para construir y aumentar una “participación social y ciudadana” más estrecha y humana, situando al individuo como el epicentro de la participación política desde las “virtudes” que permite la interactividad en la red.

Esta obra, se pregunta además, por el sentido de *lo público* desde la web; por los procesos en el diseño de una estrategia política; por la estimulación y organización de la participación; por el uso gráfico, audiovisual y publicitario de la campaña política y por el análisis del discurso político en ambientes digitales.

La comunicación política online es entonces un texto útil para aquellos que trabajan en la comunicación como profesionales de los medios, docentes, investigadores o estrategias digitales, no sólo en el ámbito político, sino también en los escenarios institucionales, sociales y empresariales. Es un texto que invita a generar *consenso digital* en las decisiones, productos o personas que hacen parte del mundo web.