



Universidad Autónoma de Tamaulipas

“Verdad, Belleza, Probidad”

Síntesis Informativa

Coordinación Ejecutiva de Comunicación Institucional



IUAT

gaceta.mx
LA FUERZA DE LA INVERSIÓN

METRO NOTICIAS
www.metronoticias.com.mx

CNT Centro Político Teosotlapan

 **SUMARIO**

 **Ei Redactor**
el redactor del futuro

- Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales
- Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales
- Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales
- Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales
- Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales

Abril 06

IUAT



- Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales



- Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales



- Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales



- Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales



- Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales

UAT

LA VERDAD
DE TAMAULIPAS

50 años
EL GRÁFICO
LA INFORMACION ES NUESTRA FUERZA

- Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales
- Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales

Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales



Cd. Victoria, Tamaulipas.- Con la llegada de las redes sociales cambió la forma de estudiar la comunicación, y uno de los elementos nuevos e importantes es la llamada “sociedad red”, afirmó la Dra. Sara Elia Tamez Arellano al disertar la conferencia virtual “Innovación digital en campañas electorales. Democracia digital”.

La consultora política y especialista en comunicación digital participó en el 1er. Congreso Internacional de Sistemas Políticos y Electorales 2021 organizado por la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales Victoria (FDCSV) de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT).

En su ponencia, dijo que desde el punto de vista de la comunicación es básico conocer los nuevos preceptos que rigen los procesos electorales, y que desde hace cinco años se vive un cambio en la forma en que se realizan y ejecutan los elementos que intervienen en la construcción de una campaña electoral.

Sostuvo que el poder de las redes tiene incidencia en la elección de los puestos más importantes del país, por lo que destacó la necesidad de estudiar a la sociedad red, una estructura social compuesta por redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica.

“Somos todas las personas que en este instante estamos conectadas a través de un aparato e interactuamos a la vez; todas las personas que estamos interconectadas y que intercambiamos información. La sociedad red es la que elige presidentes y gobernadores. Es a la que hay que estudiar cuando se trata de comunicación digital”, indicó.

Explicó que actualmente, desde el punto de vista demográfico, dos medios aglutinan a la mayor parte de la población que consume información.

“Una es la televisión abierta, que principalmente la consumen las clases bajas, las amas de casa, las personas de la tercera edad y vulnerables digitales que no tienen posibilidades de acceder a internet. La otra es, precisamente, internet, que llega a personas de todas las clases sociales, donde siguen estando mayoritariamente conectados los jóvenes”, asentó.

Apuntó que en términos psicográficos, es decir las actitudes, aspiraciones y otros criterios psicológicos, la gente que está conectada a internet busca prioritariamente entretenimiento y comunicación instantánea.

“Antes de las redes sociales sabíamos que en la comunicación existían el emisor y el receptor. Hoy hay un emisor y un mundo inmenso donde incluso es posible la retroalimentación; es decir, ya no hay centro en la comunicación sino muchos nodos, y todos estos nodos son los grupos ambientalistas, feministas y todas las personas que tienen causas”, señaló.

Puntualizó que la sociedad red es la nueva mayoría, y que hacer comunicación política en redes sociales es entender lo que la sociedad red requiere.

“La sociedad red es una adolescente que se siente incomprendida, que es hormonal, que odia a sus padres, que se cree inmortal, que es bipolar, que opina sin saber del tema, que busca un sentido de pertenencia y que es bully. Bajo estos preceptos se debería construir o pensar la comunicación desde las campañas electorales, y es probablemente lo que se verá en los procesos electorales que se están llevando a cabo en estos momentos”, concluyó.

Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales

Cd. Victoria, Tamaulipas.- Con la llegada de las redes sociales cambió la forma de estudiar la comunicación, y uno de los elementos nuevos e importantes es la llamada “sociedad red”, afirmó la Dra. Sara Elia Tamez Arellano al disertar la conferencia virtual “Innovación digital en campañas electorales. Democracia digital”.



La consultora política y especialista en comunicación digital participó en el 1er. Congreso Internacional de Sistemas Políticos y Electorales 2021 organizado por la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales Victoria (FDCSV) de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT).

En su ponencia, dijo que desde el punto de vista de la comunicación es básico conocer los nuevos preceptos que rigen los procesos electorales, y que desde hace cinco años se vive un cambio en la forma en que se realizan y ejecutan los elementos que intervienen en la construcción de una campaña electoral.

Sostuvo que el poder de las redes tiene incidencia en la elección de los puestos más importantes del país, por lo que destacó la necesidad de estudiar a la sociedad red, una estructura social compuesta por redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica.

“Somos todas las personas que en este instante estamos conectadas a través de un aparato e interactuamos a la vez; todas las personas que estamos interconectadas y que intercambiamos información. La sociedad red es la que elige presidentes y gobernadores. Es a la que hay que estudiar cuando se trata de comunicación digital”, indicó.

Explicó que actualmente, desde el punto de vista demográfico, dos medios aglutinan a la mayor parte de la población que consume información.

“Una es la televisión abierta, que principalmente la consumen las clases bajas, las amas de casa, las personas de la tercera edad y vulnerables digitales que no tienen posibilidades de acceder a internet. La otra es, precisamente, internet, que llega a personas de todas las clases sociales, donde siguen estando mayoritariamente conectados los jóvenes”, asentó.

Apuntó que en términos psicográficos, es decir las actitudes, aspiraciones y otros criterios psicológicos, la gente que está conectada a internet busca prioritariamente entretenimiento y comunicación instantánea.

“Antes de las redes sociales sabíamos que en la comunicación existían el emisor y el receptor. Hoy hay un emisor y un mundo inmenso donde incluso es posible la retroalimentación; es decir, ya no hay centro en la comunicación sino muchos nodos, y todos estos nodos son los grupos ambientalistas, feministas y todas las personas que tienen causas”, señaló.

Puntualizó que la sociedad red es la nueva mayoría, y que hacer comunicación política en redes sociales es entender lo que la sociedad red requiere.

“La sociedad red es una adolescente que se siente incomprendida, que es hormonal, que odia a sus padres, que se cree inmortal, que es bipolar, que opina sin saber del tema, que busca un sentido de pertenencia y que es bully. Bajo estos preceptos se debería construir o pensar la comunicación desde las campañas electorales, y es probablemente lo que se verá en los procesos electorales que se están llevando a cabo en estos momentos”, concluyó.

Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales



Cd. Victoria, Tamaulipas.- Con la llegada de las redes sociales cambió la forma de estudiar la comunicación, y uno de los elementos nuevos e importantes es la llamada “sociedad red”, afirmó la Dra. Sara Elia Tamez Arellano al disertar la conferencia virtual “Innovación digital en campañas electorales. Democracia digital”.

La consultora política y especialista en comunicación digital participó en el 1er. Congreso Internacional de Sistemas Políticos y Electorales 2021 organizado por la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales Victoria (FDCSV) de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT).

En su ponencia, dijo que desde el punto de vista de la comunicación es básico conocer los nuevos preceptos que rigen los procesos electorales, y que desde hace cinco años se vive un cambio en la forma en que se realizan y ejecutan los elementos que intervienen en la construcción de una campaña electoral.

Sostuvo que el poder de las redes tiene incidencia en la elección de los puestos más importantes del país, por lo que destacó la necesidad de estudiar a la sociedad red, una estructura social compuesta por redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica.

“Somos todas las personas que en este instante estamos conectadas a través de un aparato e interactuamos a la vez; todas las personas que estamos interconectadas y que intercambiamos información. La sociedad red es la que elige presidentes y gobernadores. Es a la que hay que estudiar cuando se trata de comunicación digital”, indicó.

Explicó que actualmente, desde el punto de vista demográfico, dos medios aglutinan a la mayor parte de la población que consume información.

“Una es la televisión abierta, que principalmente la consumen las clases bajas, las amas de casa, las personas de la tercera edad y vulnerables digitales que no tienen posibilidades de acceder a internet. La otra es, precisamente, internet, que llega a personas de todas las clases sociales, donde siguen estando mayoritariamente conectados los jóvenes”, asentó.

Apuntó que en términos psicográficos, es decir las actitudes, aspiraciones y otros criterios psicológicos, la gente que está conectada a internet busca prioritariamente entretenimiento y comunicación instantánea.

“Antes de las redes sociales sabíamos que en la comunicación existían el emisor y el receptor. Hoy hay un emisor y un mundo inmenso donde incluso es posible la retroalimentación; es decir, ya no hay centro en la comunicación sino muchos nodos, y todos estos nodos son los grupos ambientalistas, feministas y todas las personas que tienen causas”, señaló.

Puntualizó que la sociedad red es la nueva mayoría, y que hacer comunicación política en redes sociales es entender lo que la sociedad red requiere.

“La sociedad red es una adolescente que se siente incomprendida, que es hormonal, que odia a sus padres, que se cree inmortal, que es bipolar, que opina sin saber del tema, que busca un sentido de pertenencia y que es bully. Bajo estos preceptos se debería construir o pensar la comunicación desde las campañas electorales, y es probablemente lo que se verá en los procesos electorales que se están llevando a cabo en estos momentos”, concluyó.



Con la llegada de las redes sociales cambió la forma de estudiar la comunicación, y uno de los elementos nuevos e importantes es la llamada “sociedad red”, afirmó la Dra. Sara Elia Tamez Arellano al disertar la conferencia virtual “Innovación digital en campañas electorales. Democracia digital”.

La consultora política y especialista en comunicación digital participó en el 1er. Congreso Internacional de Sistemas Políticos y Electorales 2021 organizado por la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales Victoria (FDCSV) de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT).

En su ponencia, dijo que desde el punto de vista de la comunicación es básico conocer los nuevos preceptos que rigen los procesos electorales, y que desde hace cinco años se vive un cambio en la forma en que se realizan y ejecutan los elementos que intervienen en la construcción de una campaña electoral.

Sostuvo que el poder de las redes tiene incidencia en la elección de los puestos más importantes del país, por lo que destacó la necesidad de estudiar a la sociedad red, una estructura social compuesta por redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica.

“Somos todas las personas que en este instante estamos conectadas a través de un aparato e interactuamos a la vez; todas las personas que estamos interconectadas y que intercambiamos información. La sociedad red es la que elige presidentes y gobernadores. Es a la que hay que estudiar cuando se trata de comunicación digital”, indicó.

Explicó que actualmente, desde el punto de vista demográfico, dos medios aglutinan a la mayor parte de la población que consume información.

“Una es la televisión abierta, que principalmente la consumen las clases bajas, las amas de casa, las personas de la tercera edad y vulnerables digitales que no tienen posibilidades de acceder a internet. La otra es, precisamente, internet, que llega a personas de todas las clases sociales, donde siguen estando mayoritariamente conectados los jóvenes”, asentó.

Apuntó que en términos psicográficos, es decir las actitudes, aspiraciones y otros criterios psicológicos, la gente que está conectada a internet busca prioritariamente entretenimiento y comunicación instantánea.

“Antes de las redes sociales sabíamos que en la comunicación existían el emisor y el receptor. Hoy hay un emisor y un mundo inmenso donde incluso es posible la retroalimentación; es decir, ya no hay centro en la comunicación sino muchos nodos, y todos estos nodos son los grupos ambientalistas, feministas y todas las personas que tienen causas”, señaló.

Puntualizó que la sociedad red es la nueva mayoría, y que hacer comunicación política en redes sociales es entender lo que la sociedad red requiere.

“La sociedad red es una adolescente que se siente incomprendida, que es hormonal, que odia a sus padres, que se cree inmortal, que es bipolar, que opina sin saber del tema, que busca un sentido de pertenencia y que es bully. Bajo estos preceptos se debería construir o pensar la comunicación desde las campañas electorales, y es probablemente lo que se verá en los procesos electorales que se están llevando a cabo en estos momentos”, concluyó.

Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales



Cd. Victoria, Tamaulipas.- Con la llegada de las redes sociales cambió la forma de estudiar la comunicación, y uno de los elementos nuevos e importantes es la llamada “sociedad red”, afirmó la Dra. Sara Elia Tamez Arellano al disertar la conferencia virtual “Innovación digital en campañas electorales. Democracia digital”.

La consultora política y especialista en comunicación digital participó en el 1er. Congreso Internacional de Sistemas Políticos y Electorales 2021 organizado por la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales Victoria (FDCSV) de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT).

En su ponencia, dijo que desde el punto de vista de la comunicación es básico conocer los nuevos preceptos que rigen los procesos electorales, y que desde hace cinco años se vive un cambio en la forma en que se realizan y ejecutan los elementos que intervienen en la construcción de una campaña electoral.

Sostuvo que el poder de las redes tiene incidencia en la elección de los puestos más importantes del país, por lo que destacó la necesidad de estudiar a la sociedad red, una estructura social compuesta por redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica.

“Somos todas las personas que en este instante estamos conectadas a través de un aparato e interactuamos a la vez; todas las personas que estamos interconectadas y que intercambiamos información. La sociedad red es la que elige presidentes y gobernadores. Es a la que hay que estudiar cuando se trata de comunicación digital”, indicó.

Explicó que actualmente, desde el punto de vista demográfico, dos medios aglutinan a la mayor parte de la población que consume información.

“Una es la televisión abierta, que principalmente la consumen las clases bajas, las amas de casa, las personas de la tercera edad y vulnerables digitales que no tienen posibilidades de acceder a internet. La otra es, precisamente, internet, que llega a personas de todas las clases sociales, donde siguen estando mayoritariamente conectados los jóvenes”, asentó.

Apuntó que en términos psicográficos, es decir las actitudes, aspiraciones y otros criterios psicológicos, la gente que está conectada a internet busca prioritariamente entretenimiento y comunicación instantánea.

“Antes de las redes sociales sabíamos que en la comunicación existían el emisor y el receptor. Hoy hay un emisor y un mundo inmenso donde incluso es posible la retroalimentación; es decir, ya no hay centro en la comunicación sino muchos nodos, y todos estos nodos son los grupos ambientalistas, feministas y todas las personas que tienen causas”, señaló.

Puntualizó que la sociedad red es la nueva mayoría, y que hacer comunicación política en redes sociales es entender lo que la sociedad red requiere.

“La sociedad red es una adolescente que se siente incomprendida, que es hormonal, que odia a sus padres, que se cree inmortal, que es bipolar, que opina sin saber del tema, que busca un sentido de pertenencia y que es bully. Bajo estos preceptos se debería construir o pensar la comunicación desde las campañas electorales, y es probablemente lo que se verá en los procesos electorales que se están llevando a cabo en estos momentos”, concluyó.

Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales

Cd. Victoria, Tamaulipas.- Con la llegada de las redes sociales cambió la forma de estudiar la comunicación, y uno de los elementos nuevos e importantes es la llamada “sociedad red”, afirmó la Dra. Sara Elia Tamez Arellano al disertar la conferencia virtual “Innovación digital en campañas electorales. Democracia digital”.



La consultora política y especialista en comunicación digital participó en el 1er. Congreso Internacional de Sistemas Políticos y Electorales 2021 organizado por la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales Victoria (FDCSV) de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT).

En su ponencia, dijo que desde el punto de vista de la comunicación es básico conocer los nuevos preceptos que rigen los procesos electorales, y que desde hace cinco años se vive un cambio en la forma en que se realizan y ejecutan los elementos que intervienen en la construcción de una campaña electoral.

Sostuvo que el poder de las redes tiene incidencia en la elección de los puestos más importantes del país, por lo que destacó la necesidad de estudiar a la sociedad red, una estructura social compuesta por redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica.

“Somos todas las personas que en este instante estamos conectadas a través de un aparato e interactuamos a la vez; todas las personas que estamos interconectadas y que intercambiamos información. La sociedad red es la que elige presidentes y gobernadores. Es a la que hay que estudiar cuando se trata de comunicación digital”, indicó.

Explicó que actualmente, desde el punto de vista demográfico, dos medios aglutinan a la mayor parte de la población que consume información.

“Una es la televisión abierta, que principalmente la consumen las clases bajas, las amas de casa, las personas de la tercera edad y vulnerables digitales que no tienen posibilidades de acceder a internet. La otra es, precisamente, internet, que llega a personas de todas las clases sociales, donde siguen estando mayoritariamente conectados los jóvenes”, asentó.

Apuntó que en términos psicográficos, es decir las actitudes, aspiraciones y otros criterios psicológicos, la gente que está conectada a internet busca prioritariamente entretenimiento y comunicación instantánea.

“Antes de las redes sociales sabíamos que en la comunicación existían el emisor y el receptor. Hoy hay un emisor y un mundo inmenso donde incluso es posible la retroalimentación; es decir, ya no hay centro en la comunicación sino muchos nodos, y todos estos nodos son los grupos ambientalistas, feministas y todas las personas que tienen causas”, señaló.

Puntualizó que la sociedad red es la nueva mayoría, y que hacer comunicación política en redes sociales es entender lo que la sociedad red requiere.

“La sociedad red es una adolescente que se siente incomprendida, que es hormonal, que odia a sus padres, que se cree inmortal, que es bipolar, que opina sin saber del tema, que busca un sentido de pertenencia y que es bully. Bajo estos preceptos se debería construir o pensar la comunicación desde las campañas electorales, y es probablemente lo que se verá en los procesos electorales que se están llevando a cabo en estos momentos”, concluyó.

Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales



Cd. Victoria, Tamaulipas.- Con la llegada de las redes sociales cambió la forma de estudiar la comunicación, y uno de los elementos nuevos e importantes es la llamada “sociedad red”, afirmó la Dra. Sara Elia Tamez Arellano al disertar la conferencia virtual “Innovación digital en campañas electorales. Democracia digital”.



La consultora política y especialista en comunicación digital participó en el 1er. Congreso Internacional de Sistemas Políticos y Electorales 2021 organizado por la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales Victoria (FDCSV) de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT).

En su ponencia, dijo que desde el punto de vista de la comunicación es básico conocer los nuevos preceptos que rigen los procesos electorales, y que desde hace cinco años se vive un cambio en la forma en que se realizan y ejecutan los elementos que intervienen en la construcción de una campaña electoral.

Sostuvo que el poder de las redes tiene incidencia en la elección de los puestos más importantes del país, por lo que destacó la necesidad de estudiar a la sociedad red, una estructura social compuesta por redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica.

“Somos todas las personas que en este instante estamos conectadas a través de un aparato e interactuamos a la vez; todas las personas que estamos interconectadas y que intercambiamos información. La sociedad red es la que elige presidentes y gobernadores. Es a la que hay que estudiar cuando se trata de comunicación digital”, indicó.

Explicó que actualmente, desde el punto de vista demográfico, dos medios aglutinan a la mayor parte de la población que consume información.

“Una es la televisión abierta, que principalmente la consumen las clases bajas, las amas de casa, las personas de la tercera edad y vulnerables digitales que no tienen posibilidades de acceder a internet. La otra es, precisamente, internet, que llega a personas de todas las clases sociales, donde siguen estando mayoritariamente conectados los jóvenes”, asentó.

Apuntó que en términos psicográficos, es decir las actitudes, aspiraciones y otros criterios psicológicos, la gente que está conectada a internet busca prioritariamente entretenimiento y comunicación instantánea.

“Antes de las redes sociales sabíamos que en la comunicación existían el emisor y el receptor. Hoy hay un emisor y un mundo inmenso donde incluso es posible la retroalimentación; es decir, ya no hay centro en la comunicación sino muchos nodos, y todos estos nodos son los grupos ambientalistas, feministas y todas las personas que tienen causas”, señaló.

Puntualizó que la sociedad red es la nueva mayoría, y que hacer comunicación política en redes sociales es entender lo que la sociedad red requiere.

“La sociedad red es una adolescente que se siente incomprendida, que es hormonal, que odia a sus padres, que se cree inmortal, que es bipolar, que opina sin saber del tema, que busca un sentido de pertenencia y que es bully. Bajo estos preceptos se debería construir o pensar la comunicación desde las campañas electorales, y es probablemente lo que se verá en los procesos electorales que se están llevando a cabo en estos momentos”, concluyó.

Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales

Cd. Victoria, Tamaulipas.- Con la llegada de las redes sociales cambió la forma de estudiar la comunicación, y uno de los elementos nuevos e importantes es la llamada “sociedad red”, afirmó la Dra. Sara Elia Tamez Arellano al disertar la conferencia virtual “Innovación digital en campañas electorales. Democracia digital”.



La consultora política y especialista en comunicación digital participó en el 1er. Congreso Internacional de Sistemas Políticos y Electorales 2021 organizado por la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales Victoria (FDCSV) de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT).

En su ponencia, dijo que desde el punto de vista de la comunicación es básico conocer los nuevos preceptos que rigen los procesos electorales, y que desde hace cinco años se vive un cambio en la forma en que se realizan y ejecutan los elementos que intervienen en la construcción de una campaña electoral.

Sostuvo que el poder de las redes tiene incidencia en la elección de los puestos más importantes del país, por lo que destacó la necesidad de estudiar a la sociedad red, una estructura social compuesta por redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica.

“Somos todas las personas que en este instante estamos conectadas a través de un aparato e interactuamos a la vez; todas las personas que estamos interconectadas y que intercambiamos información. La sociedad red es la que elige presidentes y gobernadores. Es a la que hay que estudiar cuando se trata de comunicación digital”, indicó.

Explicó que actualmente, desde el punto de vista demográfico, dos medios aglutinan a la mayor parte de la población que consume información.

“Una es la televisión abierta, que principalmente la consumen las clases bajas, las amas de casa, las personas de la tercera edad y vulnerables digitales que no tienen posibilidades de acceder a internet. La otra es, precisamente, internet, que llega a personas de todas las clases sociales, donde siguen estando mayoritariamente conectados los jóvenes”, asentó.

Apuntó que en términos psicográficos, es decir las actitudes, aspiraciones y otros criterios psicológicos, la gente que está conectada a internet busca prioritariamente entretenimiento y comunicación instantánea.

“Antes de las redes sociales sabíamos que en la comunicación existían el emisor y el receptor. Hoy hay un emisor y un mundo inmenso donde incluso es posible la retroalimentación; es decir, ya no hay centro en la comunicación sino muchos nodos, y todos estos nodos son los grupos ambientalistas, feministas y todas las personas que tienen causas”, señaló.

Puntualizó que la sociedad red es la nueva mayoría, y que hacer comunicación política en redes sociales es entender lo que la sociedad red requiere.

“La sociedad red es una adolescente que se siente incomprendida, que es hormonal, que odia a sus padres, que se cree inmortal, que es bipolar, que opina sin saber del tema, que busca un sentido de pertenencia y que es bully. Bajo estos preceptos se debería construir o pensar la comunicación desde las campañas electorales, y es probablemente lo que se verá en los procesos electorales que se están llevando a cabo en estos momentos”, concluyó.

Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales



Cd. Victoria, Tamaulipas.- Con la llegada de las redes sociales cambió la forma de estudiar la comunicación, y uno de los elementos nuevos e importantes es la llamada “sociedad red”, afirmó la Dra. Sara Elia Tamez Arellano al disertar la conferencia virtual “Innovación digital en campañas electorales. Democracia digital”.

La consultora política y especialista en comunicación digital participó en el 1er. Congreso Internacional de Sistemas Políticos y Electorales 2021 organizado por la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales Victoria (FDCSV) de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT).

En su ponencia, dijo que desde el punto de vista de la comunicación es básico conocer los nuevos preceptos que rigen los procesos electorales, y que desde hace cinco años se vive un cambio en la forma en que se realizan y ejecutan los elementos que intervienen en la construcción de una campaña electoral.

Sostuvo que el poder de las redes tiene incidencia en la elección de los puestos más importantes del país, por lo que destacó la necesidad de estudiar a la sociedad red, una estructura social compuesta por redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica.

“Somos todas las personas que en este instante estamos conectadas a través de un aparato e interactuamos a la vez; todas las personas que estamos interconectadas y que intercambiamos información. La sociedad red es la que elige presidentes y gobernadores. Es a la que hay que estudiar cuando se trata de comunicación digital”, indicó.

Explicó que actualmente, desde el punto de vista demográfico, dos medios aglutinan a la mayor parte de la población que consume información.

“Una es la televisión abierta, que principalmente la consumen las clases bajas, las amas de casa, las personas de la tercera edad y vulnerables digitales que no tienen posibilidades de acceder a internet. La otra es, precisamente, internet, que llega a personas de todas las clases sociales, donde siguen estando mayoritariamente conectados los jóvenes”, asentó.

Apuntó que en términos psicográficos, es decir las actitudes, aspiraciones y otros criterios psicológicos, la gente que está conectada a internet busca prioritariamente entretenimiento y comunicación instantánea.

“Antes de las redes sociales sabíamos que en la comunicación existían el emisor y el receptor. Hoy hay un emisor y un mundo inmenso donde incluso es posible la retroalimentación; es decir, ya no hay centro en la comunicación sino muchos nodos, y todos estos nodos son los grupos ambientalistas, feministas y todas las personas que tienen causas”, señaló.

Puntualizó que la sociedad red es la nueva mayoría, y que hacer comunicación política en redes sociales es entender lo que la sociedad red requiere.

“La sociedad red es una adolescente que se siente incomprendida, que es hormonal, que odia a sus padres, que se cree inmortal, que es bipolar, que opina sin saber del tema, que busca un sentido de pertenencia y que es bully. Bajo estos preceptos se debería construir o pensar la comunicación desde las campañas electorales, y es probablemente lo que se verá en los procesos electorales que se están llevando a cabo en estos momentos”, concluyó.

Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales

Cd. Victoria, Tamaulipas.- Con la llegada de las redes sociales cambió la forma de estudiar la comunicación, y uno de los elementos nuevos e importantes es la llamada “sociedad red”, afirmó la Dra. Sara Elia Tamez Arellano al disertar la conferencia virtual “Innovación digital en campañas electorales. Democracia digital”.



La consultora política y especialista en comunicación digital participó en el 1er. Congreso Internacional de Sistemas Políticos y Electorales 2021 organizado por la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales Victoria (FDCSV) de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT).

En su ponencia, dijo que desde el punto de vista de la comunicación es básico conocer los nuevos preceptos que rigen los procesos electorales, y que desde hace cinco años se vive un cambio en la forma en que se realizan y ejecutan los elementos que intervienen en la construcción de una campaña electoral.

Sostuvo que el poder de las redes tiene incidencia en la elección de los puestos más importantes del país, por lo que destacó la necesidad de estudiar a la sociedad red, una estructura social compuesta por redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica.

“Somos todas las personas que en este instante estamos conectadas a través de un aparato e interactuamos a la vez; todas las personas que estamos interconectadas y que intercambiamos información. La sociedad red es la que elige presidentes y gobernadores. Es a la que hay que estudiar cuando se trata de comunicación digital”, indicó.

Explicó que actualmente, desde el punto de vista demográfico, dos medios aglutinan a la mayor parte de la población que consume información.

“Una es la televisión abierta, que principalmente la consumen las clases bajas, las amas de casa, las personas de la tercera edad y vulnerables digitales que no tienen posibilidades de acceder a internet. La otra es, precisamente, internet, que llega a personas de todas las clases sociales, donde siguen estando mayoritariamente conectados los jóvenes”, asentó.

Apuntó que en términos psicográficos, es decir las actitudes, aspiraciones y otros criterios psicológicos, la gente que está conectada a internet busca prioritariamente entretenimiento y comunicación instantánea.

“Antes de las redes sociales sabíamos que en la comunicación existían el emisor y el receptor. Hoy hay un emisor y un mundo inmenso donde incluso es posible la retroalimentación; es decir, ya no hay centro en la comunicación sino muchos nodos, y todos estos nodos son los grupos ambientalistas, feministas y todas las personas que tienen causas”, señaló.

Puntualizó que la sociedad red es la nueva mayoría, y que hacer comunicación política en redes sociales es entender lo que la sociedad red requiere.

“La sociedad red es una adolescente que se siente incomprendida, que es hormonal, que odia a sus padres, que se cree inmortal, que es bipolar, que opina sin saber del tema, que busca un sentido de pertenencia y que es bully. Bajo estos preceptos se debería construir o pensar la comunicación desde las campañas electorales, y es probablemente lo que se verá en los procesos electorales que se están llevando a cabo en estos momentos”, concluyó.

Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales



Cd. Victoria, Tamaulipas.- Con la llegada de las redes sociales cambió la forma de estudiar la comunicación, y uno de los elementos nuevos e importantes es la llamada “sociedad red”, afirmó la Dra. Sara Elia Tamez Arellano al disertar la conferencia virtual “Innovación digital en campañas electorales. Democracia digital”.

La consultora política y especialista en comunicación digital participó en el 1er. Congreso Internacional de Sistemas Políticos y Electorales 2021 organizado por la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales Victoria (FDCSV) de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT).

En su ponencia, dijo que desde el punto de vista de la comunicación es básico conocer los nuevos preceptos que rigen los procesos electorales, y que desde hace cinco años se vive un cambio en la forma en que se realizan y ejecutan los elementos que intervienen en la construcción de una campaña electoral.

Sostuvo que el poder de las redes tiene incidencia en la elección de los puestos más importantes del país, por lo que destacó la necesidad de estudiar a la sociedad red, una estructura social compuesta por redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica.

“Somos todas las personas que en este instante estamos conectadas a través de un aparato e interactuamos a la vez; todas las personas que estamos interconectadas y que intercambiamos información. La sociedad red es la que elige presidentes y gobernadores. Es a la que hay que estudiar cuando se trata de comunicación digital”, indicó.

Explicó que actualmente, desde el punto de vista demográfico, dos medios aglutinan a la mayor parte de la población que consume información.

“Una es la televisión abierta, que principalmente la consumen las clases bajas, las amas de casa, las personas de la tercera edad y vulnerables digitales que no tienen posibilidades de acceder a internet. La otra es, precisamente, internet, que llega a personas de todas las clases sociales, donde siguen estando mayoritariamente conectados los jóvenes”, asentó.

Apuntó que en términos psicográficos, es decir las actitudes, aspiraciones y otros criterios psicológicos, la gente que está conectada a internet busca prioritariamente entretenimiento y comunicación instantánea.

“Antes de las redes sociales sabíamos que en la comunicación existían el emisor y el receptor. Hoy hay un emisor y un mundo inmenso donde incluso es posible la retroalimentación; es decir, ya no hay centro en la comunicación sino muchos nodos, y todos estos nodos son los grupos ambientalistas, feministas y todas las personas que tienen causas”, señaló.

Puntualizó que la sociedad red es la nueva mayoría, y que hacer comunicación política en redes sociales es entender lo que la sociedad red requiere.

“La sociedad red es una adolescente que se siente incomprendida, que es hormonal, que odia a sus padres, que se cree inmortal, que es bipolar, que opina sin saber del tema, que busca un sentido de pertenencia y que es bully. Bajo estos preceptos se debería construir o pensar la comunicación desde las campañas electorales, y es probablemente lo que se verá en los procesos electorales que se están llevando a cabo en estos momentos”, concluyó.

Disertan en la UAT sobre democracia digital e innovación en campañas electorales

Cd. Victoria, Tamaulipas.- Con la llegada de las redes sociales cambió la forma de estudiar la comunicación, y uno de los elementos nuevos e importantes es la llamada “sociedad red”, afirmó la Dra. Sara Elia Tamez Arellano al disertar la conferencia virtual “Innovación digital en campañas electorales. Democracia digital”.



La consultora política y especialista en comunicación digital participó en el 1er. Congreso Internacional de Sistemas Políticos y Electorales 2021 organizado por la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales Victoria (FDCSV) de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT).

En su ponencia, dijo que desde el punto de vista de la comunicación es básico conocer los nuevos preceptos que rigen los procesos electorales, y que desde hace cinco años se vive un cambio en la forma en que se realizan y ejecutan los elementos que intervienen en la construcción de una campaña electoral.

Sostuvo que el poder de las redes tiene incidencia en la elección de los puestos más importantes del país, por lo que destacó la necesidad de estudiar a la sociedad red, una estructura social compuesta por redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica.

“Somos todas las personas que en este instante estamos conectadas a través de un aparato e interactuamos a la vez; todas las personas que estamos interconectadas y que intercambiamos información. La sociedad red es la que elige presidentes y gobernadores. Es a la que hay que estudiar cuando se trata de comunicación digital”, indicó.

Explicó que actualmente, desde el punto de vista demográfico, dos medios aglutinan a la mayor parte de la población que consume información.

“Una es la televisión abierta, que principalmente la consumen las clases bajas, las amas de casa, las personas de la tercera edad y vulnerables digitales que no tienen posibilidades de acceder a internet. La otra es, precisamente, internet, que llega a personas de todas las clases sociales, donde siguen estando mayoritariamente conectados los jóvenes”, asentó.

Apuntó que en términos psicográficos, es decir las actitudes, aspiraciones y otros criterios psicológicos, la gente que está conectada a internet busca prioritariamente entretenimiento y comunicación instantánea.

“Antes de las redes sociales sabíamos que en la comunicación existían el emisor y el receptor. Hoy hay un emisor y un mundo inmenso donde incluso es posible la retroalimentación; es decir, ya no hay centro en la comunicación sino muchos nodos, y todos estos nodos son los grupos ambientalistas, feministas y todas las personas que tienen causas”, señaló.

Puntualizó que la sociedad red es la nueva mayoría, y que hacer comunicación política en redes sociales es entender lo que la sociedad red requiere.

“La sociedad red es una adolescente que se siente incomprendida, que es hormonal, que odia a sus padres, que se cree inmortal, que es bipolar, que opina sin saber del tema, que busca un sentido de pertenencia y que es bully. Bajo estos preceptos se debería construir o pensar la comunicación desde las campañas electorales, y es probablemente lo que se verá en los procesos electorales que se están llevando a cabo en estos momentos”, concluyó.