

INCURSIÓN DE UN PARTIDO TRADICIONAL EN EL MARKETING POLÍTICO 2.0 A TRAVÉS DE FACEBOOK Y TWITTER: CASO ACCIÓN DEMOCRÁTICA

Autor: Nehomar Adolfo Hernández

Tutor: Profa. Alexandra Mendoza

Resumen

La evolución de Internet hacia nuevas formas de interacción con el usuario, bajo la denominada Web 2.0, ha traído consigo nuevos mecanismos para establecer interrelaciones sociales. Los partidos políticos no son ajenos a esta dinámica, por cuanto la manera en las que se acercan a su público objetivo –principalmente sus electores- también están experimentando cambios. La evolución del Marketing político tradicional hacia una etapa 2.0 es hoy una realidad mundial, de la que nuestro país no escapa. De allí que Acción Democrática, una organización política venezolana de vieja data, identificó la necesidad de migrar hacia formas emergentes de relacionarse con sus electores y hoy día trata de insertarse en el mundo del mercadeo político a través de las redes sociales Facebook y Twitter. Este trabajo indaga en la forma cómo lo están haciendo y en los resultados, en términos de aceptación y efectividad, que está teniendo esa incursión.

Palabras claves

Web 2.0, Internet, marketing político, marketing político 2.0, electores, partidos políticos, Acción Democrática, redes sociales, Facebook, Twitter.