



Anuncios televisivos en tiempos de Internet: un análisis de las campañas presidenciales peruanas de 2006 y 2011 [

2011

text (article)

Analítica

El presente trabajo expone algunas ideas preliminares acerca del papel de la publicidad electoral televisiva en Perú en el contexto actual de las comunicaciones, marcado por el nuevo protagonismo de Internet. El argumento central puede resumirse en que, fuera de la importancia de Internet y las muy valiosas opciones que ofrece en materia de información y difusión, la televisión se mantiene como el medio dominante en la comunicación política nacional, aunque dicha preeminencia no siempre se justifique desde el punto de vista de los resultados electorales obtenidos. En el texto se analizan las pautas publicitarias televisivas de los partidos que compitieron en las últimas elecciones presidenciales de 2006 y 2011

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbgVlcmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzM4NjlyODA>

Título: Anuncios televisivos en tiempos de Internet: un análisis de las campañas presidenciales peruanas de 2006 y 2011 [electronic resource]

Editorial: 2011

Tipo Audiovisual: Televisión anuncios campañas presidenciales Internet

Documento fuente: Politai: Revista de Ciencia Política, ISSN 2415-2498, Vol. 2, N°. 3, 2011 (Ejemplar dedicado a: Comunicación Política), pags. 28-38

Nota general: application/pdf

Restricciones de acceso: Open access content. Open access content star

Condiciones de uso y reproducción: LICENCIA DE USO: Los documentos a texto completo incluidos en Dialnet son de acceso libre y propiedad de sus autores y/o editores. Por tanto, cualquier acto de reproducción, distribución, comunicación pública y/o transformación total o parcial requiere el consentimiento expreso y escrito de aquéllos. Cualquier enlace al texto completo de estos documentos deberá hacerse a través de la URL oficial de éstos en Dialnet. Más información: <https://dialnet.unirioja.es/info/derechosOAI> | INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS STATEMENT: Full text documents hosted by Dialnet are protected by copyright and/or related rights. This digital

object is accessible without charge, but its use is subject to the licensing conditions set by its authors or editors. Unless expressly stated otherwise in the licensing conditions, you are free to linking, browsing, printing and making a copy for your own personal purposes. All other acts of reproduction and communication to the public are subject to the licensing conditions expressed by editors and authors and require consent from them. Any link to this document should be made using its official URL in Dialnet. More info: <https://dialnet.unirioja.es/info/derechosOAI>

Lengua: Spanish

Enlace a fuente de información: Politai: Revista de Ciencia Política, ISSN 2415-2498, Vol. 2, Nº. 3, 2011 (Ejemplar dedicado a: Comunicación Política), pags. 28-38

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es