



ANGÉLICA MENDIETA
MARTHA HERNÁNDEZ
Compiladoras



Cumbre Mundial de Comunicación Política

Lima - Perú

Daniel Ivoskus

Coordinador

VIII Cumbre Mundial de Comunicación Política

Lima – Perú

Junio de 2016

Angélica Mendieta / Martha Hernández

(compiladoras)



LA BIBLIOTECA
Arte y Letras

VIII Cumbre Mundial de Comunicación Política
Lima - Perú - junio 2016
Daniel Ivoskus (coordinador)
Angélica Mendieta y Martha Hernández (compiladoras)

© Paralelo Cero
Daniel Ivoskus
email: daniel@paralelo-cero.com
Twitter: @divoskus
www.facebook.com/divoskus

© Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Mtro. Alfonso Esparza Ortiz
Rector
Dr. René Valdiviezo Sandoval
Secretario General
Dr. Ygnacio Martínez Laguna
Vicerrector de Investigación y Estudios de Posgrado
Dr. José Antonio Meyer Rodríguez
*Director del Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico-
BUAP*

Primera Edición: Octubre, 2016

ISBN: 978-607-8364-33-6

Cuidado de la edición: Angélica Mendieta | Pedro Testas Bouzas

Queda prohibida la reproducción parcial o total, directa o indirecta, del contenido de la presente obra, sin contar previamente con la autorización expresa y por escrito de los editores, en términos de lo así previsto por la Ley Federal de Derechos de Autor y, en su caso, por los tratados internacionales aplicables.

Impreso y encuadernado en México
Printed and bound in México

Daniel Ivoskus | Editor
www.cumbre2015.com
Daniel@paralelo-cero.com

VIII Cumbre Mundial de Comunicación Política

- Medios y periodismo político
- Liderazgo 2.0
- Mujer y política
- Comunicación política, opinión pública e imágenes
- Campañas publicitarias exitosas
- Construcción estratégica de la identidad digital
- Estrategias de investigación para campañas
- Gobierno abierto
- Marketing político y creatividad
- Comunicación pública gubernamental
- Social media en la comunicación política
- Jóvenes, movimientos sociales y participación
- Derecho y libertad de expresión
- Opinión pública y estrategia política
- Campañas electorales
- Manejo de la imagen de candidatos
- Campañas políticas “Estrategia y gestión”
- Gestión de la comunicación
- Comunicación política y democracia

Organización

Comité Académico

Daniel Ivoskus – Argentina
Toni Puig – España
Yago de Marta – España
Martha Hernández – Colombia
Angélica Mendieta - México
Diego Dieguez Ontiveros – Argentina
Ricardo Paz Ballivian – Bolivia
Carlos Fara – Argentina

Comité Organizador

Chriatian Mata – Argentina
Jonathan Rios – Argentina
Carlos Gutiérrez – España
Nidia Paulino - República Dominicana
Henry Rafael - Perú
Marina Rafaelli- Argentina

Índice

Más que un cuarto de guerra: #Hay Equipo DANIEL IVOSKUS	13
Robad para los ciudadanos, gobiernos estúpidos Y comunicad dónde ponéis la plata para transformar la ciudad TONI PUIG	21
Posicionamiento de candidatos y liderazgo de masas RICARDO HOMS	27
Actores de la comunicación política y campañas electorales ANGÉLICA MENDIETA RAMÍREZ / JOSÉ LUIS ESTRADA RODRÍGUEZ .	45
Campañas negras y sus efectos en la votación final FRANCISCO RUBÉN SANDOVAL VÁZQUEZ	53
El factor erótico en la política ÁNGEL BECCASSINO	71
Volver a lo básico. Conversar y construir confianza. Conquistar un voto a la vez RICARDO AMADO CASTILLO	83

Nuevas tendencias en la comunicación de campaña en América Latina	
ISMAEL CRESPO y ANTONIO GARRIDO	87
La comunicación audiovisual en las campañas políticas	
MAURICIO JAITT	97
Jaque mate	
LUIS DAVID DUQUE GARCÍA	105
¿Qué te pasó Michelle? Los errores comunicacionales de la presidencia chilena	
CLAUDIO ELÓRTEGUI GÓMEZ	115
Diálogo emocional permanente con los ciudadanos ¿Las emociones votan? Sí.	
FERNANDA CUZME	125
Posicionamiento de una marca de gobierno: experiencia del Bolívar Ganador	
GERMÁN DANILO HERNÁNDEZ TORRES	135
¡¡¡Cuidado!!! A pesar de los progresos de la mercadotecnia política, un promedio de ocho de cada diez retratos de candidato, o no sirven o perjudican	
DAVID ROSS & JORGE SANDOVAL	141
La comunicación gubernamental y los nuevos escenarios de la comunicación política en el contexto digital. Análisis de caso	
CLAUDIA GABRIELA GASOL VARELA	149
No hay líder sin equipo y no hay equipo sin líderes	
PABLO PONCE CERDA	165

Usted puede ganar... si le da la gana CARLOS FERNANDO SÁNCHEZ DUQUE.....	169
Como se vende un candidato. De lo superficial a lo humano ANDRÉS LIZARRALDE HENAO	179
Relegar la función del Dircom = caos en la comunicación de gobierno AUREOLA DEL SOL CASTILLO PERALTA.....	189
Del Afiche a los Memes en las Campañas Políticas BETTY LAZO SURCO	199
<i>Politing</i> : Más allá del Marketing Político y base para la Estrategia Electoral Efectiva CARLOS SALAZAR-VARGAS.....	213
¿Qué Estado, qué democracia? Alcances de la Asamblea Constituyente en Chile CRISTIAN QUIROZ REYES.....	233
La importancia del equipo de campaña SERGIO GÓMEZ HERNÁNDEZ	245
Autores	257

Actores de la comunicación política y campañas electorales

ANGÉLICA MENDIETA RAMÍREZ
JOSÉ LUIS ESTRADA RODRÍGUEZ

Introducción

En América Latina las campañas electorales son procesos que se llevan a cabo dentro de dos ámbitos: en tierra, mediante los procesos de movilización para atraer el voto y en aire, mediante los spots y las campañas en medios masivos. Desde el inicio de las campañas políticas en Estados Unidos, en la década de los cincuentas se inició un proceso para persuadir a los votantes de distintas formas, mensajes que están anclados en la cultura política y que determinan la forma en la cual los actores de la comunicación política se mantienen en el poder. Dichos actores son las élites del poder, pero también los operadores políticos, los líderes y miembros del partido en el gobierno que construye todo un andamiaje de prácticas clientelares en obra pública; pero también en el ámbito simbólico, de la metacomunicación. Ahí está el fenómeno de la identidad partidista, poco explorada pero que se basa en la cultura y la herencia histórica como elementos indisociables. Por tanto, las campañas electorales dependen de los actores de la comunicación política que a continuación se describen a partir del caso mexicano.

Gobernar y sumar adeptos

En México, como en la mayoría de los países de América Latina, las elecciones no se inician con el calendario electoral de manera exclusiva. Los gobernantes son promotores permanentes del trabajo que realizan con el ánimo de construir lealtades y generar adeptos, muchos simpatizantes a partir de las