



Daniel Ivoskus

Editor

EL REALISMO MÁGICO DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

Martha Hernández

Coordinadora Académica
Compiladora

EL REALISMO MÁGICO DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

Daniel Ivoskus

Editor

Martha Hernández

Compiladora, 1ra Edición.

Editorial Epyca

Buenos Aires Argentina 2018.

El Comité Científico Internacional realizó el arbitraje y evaluación bajo el sistema de pares académicos y consultores especialistas en el campo de la Comunicación Política:

Dr. David Caldevilla Domínguez

Universidad Complutense de Madrid, España

Dr. Juan Enrique González Vallés

Universidad San Pablo CEU de Madrid, España

Dr. Emerson Urizzi Cervi

Universidad de Paraná Brasil

Dr. Francisco Paulo Jamil Almeida Marques

Universidad de Paraná Brasil

Dr. Carlos Muñiz Muriel

Universidad Autónoma de Nuevo León-México

Dra. Alma Rosa Saldierna Salas

Universidad Autónoma de Nuevo León-México

Dr. Hernando Rojas Hernández

University Of Wisconsin

Mtro. Diego Armando Mazorra Correa

Universidad Externado de Colombia.

Dr. Francisco Aníbal Ganga Contreras

Universidad de Los Lagos, Chile.

EDITOR

Daniel Ivoskus.

Presidente de la Cumbre Mundial de Comunicación Política.

Twitter: @divoskus

Instagram: @divoskus

Facebook: /divoskus

Daniel@cumbrecp.com

PRIMERA EDICIÓN

Febrero de 2018

ISBN: 978-987-42-6816-7

COORDINADORA ACADÉMICA

Martha Hernández

Compiladora. Cumbre CP LLC.

EPYCA EDITORIAL

Montevideo 1512, P.1º • (1018) C.A. de Buenos Aires • Argentina

M. Moreno 746, 1er cuerpo, PB B • (6700) Luján • Pcia. de Buenos Aires • Argentina

(54 011) 3221 1581 / (54 9 11) 5802 7607 / epycacomunicacion@gmail.com

www.epycaeditorial.com.ar

Dirección general: Sebastian Stupenengo.

APERTURA DISEÑO DE INTERIOR:

Diseño de tapa, contra tapa y solapas: Eliana Antoni.

Compiladora y coordinadora académica: Martha Hernández.

Corrección: Sebastián Stupenengo, Angélica Méndieta y Martha Hernández.

Esta publicación no puede ser reproducida ni en todo ni en parte, ni registrada en, o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea este mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electro-óptico, por fotocopia o cualquier otro sin el permiso previo por escrito de la editorial.

Impreso y Hecho en México / Printed and bound in México

EL REALISMO MÁGICO DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

Daniel Ivoskus
EDITOR

Martha Hernández
COORDINADORA

Editorial de 2018
Calle 50a y 10a, No. 100
Cuarto 100
Calle 50a y 10a, No. 100
Cuarto 100
Calle 50a y 10a, No. 100
Cuarto 100

Monte Águila, C.A. de Bienes Raíces - Argentina
M. Moreno y C. de Comercio S.A. - Chile
Calle 50a y 10a, No. 100 - P.O. Box 10000 - San José, Costa Rica
(+506) 2221 1581 y (+506) 2603 7603 - editorial@comunicacionmexico.com
www.comunicacionmexico.com
Director general: Sebastián Martínez Hernández

Este libro no puede ser reproducido ni en cualquier parte ni registrado en la biblioteca pública ni en ningún otro medio de comunicación sin el permiso previo por escrito de la editorial. Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad. México, 2018

ÍNDICE

Introducción

EL ÁGORA DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

Daniel Ivoskus 5

Prólogo

EL TIEMPO DE LA SENSATEZ

Juan Carlos Gossaín 13

PONENCIAS

ONCE PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE LA ESTRATEGIA POLÍTICA

Antonio Sola 17

VOTAR ADELAGAZA

Ángel Beccassino 23

7 CLAVES PARA CONECTAR CON LA CIUDADANÍA

Ramón Ramón Sánchez 28

MEMÉTICA POPULISTA Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

Claudio Elórtogui Gómez 33

NIHIL NOVUM SUB SOLE

Santiago Martínez 43

SER MEMORABLE EN EL SIGLO XXI: ESCUCHAR, INTERPRETAR Y EMOCIONAR

Luis Guillermo Babino,
Guadalupe Urriticoechea 48

POR QUÉ ALGUNOS CANDIDATOS SE QUEMAN ANTES DEL DÍA D

Andrés Lizarralde Henao 55

TEORÍA Y DERECHO DE LA NUEVA COMUNICACIÓN PÚBLICA GUBERNAMENTAL

Horacio Minotti 60

INNOVANDO EN EL LIDERAZGO: COACHING POLÍTICO PARA LA TRANSFORMACIÓN

Ofelia Santiago 69

LAS CAMPAÑAS EN TIERRA, AIRE Y AHORA EN EL ESPACIO VIRTUAL

José Luis Estrada Rodríguez,
Angélica Mendieta Ramírez 75

ENCUESTAS DE OPINIÓN PÚBLICA Y PRONÓSTICOS EN TIEMPOS ELECTORALES: UNA MIRADA DESDE LA INSTITUCIONALIDAD

Juan Pablo Pozo Bahamonde 78

YA ES HORA DE UNA COLOMBIA CON IGUALDAD DE OPORTUNIDADES: SIN MUJERES NO HAY DEMOCRACIA

María del Rosario Guerra de la Espriella 83

EL CANDIDATO ¿PERFECTO? UN COMPROMISO CON LA CAMPAÑA

Sergio Gómez Hernández 90

LA ELECCIÓN PERUANA: VOTO EN CONTRA ALUMBRA A PPK

Marco Torres Paz 96

LA CAMPAÑA: DEL CAOS AL TRIUNFO

Carlos Villota Santacruz 102

LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD DE GOBIERNO

Gustavo Cusot, Gabriela Falconí 109

POLITAINMENT EN TIEMPOS DE IGNOMINIA REPRESENTIVA

Marc Blasco Duatis 116

DE APAGAFUEGOS A LA ESTRATEGIA

Aureola del Sol Castillo 126

ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL DE MOVIMIENTO CREO ANTE LAS ELECCIONES EN ECUADOR: GUILLERMO LASSO

María Fernanda Paredes 132

ELECCIONES COLOMBIA 2018: LA RAMPANTE CORRUPCIÓN, EL ODIO, EL MIEDO Y LA PAZ

Rubén Darío Erazo Hoyos 140

PARANOIA ELECTORAL: CAMPAÑA DE DESPRESTIGIO EN LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DE ECUADOR 2017

Cora Hervás, Paulette Torres 148

ENTENDIENDO LA CONVERGENCIA DE LOS MEDIOS EN LA COMUNICACIÓN POLÍTICA DIGITAL

Juan Sebastian Delgado Gil 156

ORATORIA, POLÍTICA, GUERRA Y RELIGIÓN.

Maricela Gastelú Userralde 161

TECNOLOGÍA EMIR 3.0 PARA EL ÉXITO EN CAMPAÑA Y EN GOBIERNO

Emir Vasquez 169

LIDERAZGO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Leonardo Andrés Urrego Cubillos 173

LA IMPORTANCIA DEL DINERO EN LA CAMPAÑA ELECTORAL

Nilsa Maiz 179

**CUOTAS DE GÉNERO, MEDIOS Y VIOLENCIA
POLÍTICA EN MÉXICO**
Francisco Rubén Sandoval Vázquez..... 190

**HOUSTON, HOUSTON WE HAVE A
PROBLEM. HOUSTON, HOUSTON TENEMOS
UN PROBLEMA**
Martha Dayana Meléndez Muñoz..... 201

MARCA PERSONAL EN LA ERA DIGITAL
Sheila Montaña Mendoza..... 206

**AMÉRICA LATINA: CIUDADANÍA,
DEMOCRACIA Y COMUNICACIÓN POLÍTICA**
Ketzalcoat Pérez Pérez,
Angélica Mendieta Ramírez,
Fabiola Coutiño Osorio 212

**CLAVES PARA MANDAR SU GOBIERNO A LA
CHINGADA**
Yury Ramirez 222

**IMAGEN ARTIFICIAL, BIG DATA Y
REELECCIÓN YA ES PARTE DE NUESTRA
REALIDAD**
Edna Martínez Nambo 228

**JOVENES Y POLÍTICA: UNA PERSPECTIVA
DESDE LA IDEOLOGÍA DEL MIRAIISMO**
Joel De La Cruz Sequea..... 236

LA POST VERDAD *POST TRUTH*
Alma Bravo..... 243

**LA INCIDENCIA DE LA INVESTIGACIÓN
EN LA FORMACIÓN DE LOS JÓVENES EN
POLÍTICA**
Ezequiel Daniel Cabarcas Orozco 248

**EL PODER MEDIÁTICO Y LA POLÍTICA
LA NECESARIEDAD DE LA BATALLA
IDEOLÓGICA- CULTURAL, COMO
ESCENARIO DE DISPUTA HEGEMÓNICA**
Lic. Martínez, Cristian Adán,
Prof. Solohaga, Ramón Ricardo 253

**USO DE LA INFORMACIÓN PÚBLICA EN
MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITOS Y
SU CONTEXTO ELECTORAL**
Franklin Geovanni Selva Solórzano 259

**GOBERNANZA Y GOBERNABILIDAD EN EL
POSCONFLICTO EN COLOMBIA**
Milton Buelvas Mendoza..... 266

**¿CÓMO SE ELABORA UN PLAN DE
MARKETING DE UNA POLÍTICA PÚBLICA?
SIETE FASES PARA SU PLANIFICACIÓN
APLICADAS A UN EJEMPLO CONCRETO**
Mauricio Florez Morris, Ph.D.
Andrés Morris Mutis..... 276

**PÚLPITO Y PERFORMANCE POLÍTICO:
IMPLICACIONES DEL DISCURSO POLÍTICO-
RELIGIOSO EN LA CONSTRUCCIÓN DE
ESCENARIOS POLÍTICOS**
Alvaro Enrique Quintana Salcedo 282

**REDES SOCIALES ¿GARANTÍA DEL ÉXITO DE
UNA CAMPAÑA POLÍTICA?**
Katherine Jiménez Malambo 287

**COMUNIQUE DESDE EL PODER AL
CORAZÓN DE LA GENTE**
Liliana Acosta Puentes..... 292

**COMPORTAMIENTO Y PERFIL DE LOS
CONSUMIDORES *MILLENNIALS* EN
LA POLÍTICA: ¿CÓMO “VENDER” AL
CANDIDATO?**
Alexia Cortez Ménez 297

**LA IMBORRABLE MANCHA DE LA
CORRUPCIÓN: CASO ODEBRECHT**
Lesly Nadir Shica Seguil 302

**CRISIS DEL DISCURSO POLÍTICO Y DE LA
DEMOCRACIA**
Yulissa Jaimes Pernet..... 304

**ACTIVISMO POLÍTICO EN REDES SOCIALES,
¿UNA TENDENCIA MUNDIAL?
*POLITICAL ACTIVISM IN SOCIAL
NETWORKS: A WORLD TREND?***
Germán Ángel González Torres..... 310

**LO POLITICAMENTE CORRECTO:
EL INMEMORIAL DEL ELECTOR**
Edgar David González Medrano..... 316

**#MUCHASMÁS: MUJERES PROMOTORAS
DE POLÍTICAS SOCIALES DESDE LA
COMUNIDAD**
Ana Macarena Mercado 324

**BUENAS PRÁCTICAS EN POLÍTICAS
PÚBLICAS DE GÉNERO Y EQUIDAD DE
DERECHOS**
Juan David Parra Orozco 329

**¿ERES MARXISTA Y NO LO SABES?
INFLUENCIA DEL MARXISMO CULTURAL EN
LA COMUNICACIÓN POLÍTICA**
Pedro Luis Pedrosa Rodriguez..... 333

**COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LA
COLOMBIA DE HOY. LOS RETOS DE UN
DEBATE INAPLAZABLE**
Piedad Córdoba Ruiz 340

**CONVERGENCIA ENTRE ESTUDIOS
ACADÉMICOS Y DEMOSCÓPICOS:
OPORTUNIDAD PARA COMPRENDER
MEJOR LA OPINIÓN PÚBLICA EN MÉXICO**
José Antonio Meyer Rodríguez..... 344

AMÉRICA LATINA: CIUDADANÍA, DEMOCRACIA Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

Ketzalcoatl Pérez Pérez*

Angélica Mendieta Ramírez^{58**}

Fabiola Coutiño Osorio^{59***}

En este trabajo se presentan algunos de los vínculos entre la comunicación política, la democracia y la ciudadanía está última juega un papel fundamental en la democracia de los Estados postmodernos con su participación activa. Su relación con las características del ciudadano, derechos y responsabilidades. Sustenta la hipótesis de que no se puede hablar de comunicación política, democracia y participación ciudadana cuando existe una creciente ola de corrupción y asesinato de periodistas que aqueja a los países de América Latina. Siendo el ejercicio de la comunicación política el puente que une a la ciudadanía y al Estado para consolidar una democracia.

El estudio de la Comunicación Política se centra para Canel, M. (2006). En cinco puntos principales: Primero; el análisis del mensaje de la Comunicación Política, segundo; los procesos políticos que acompañan a la Comunicación Política, tercero; las acciones de la comunicación⁵⁸, cuarto; la mediación del mensaje y quinto; los efectos del mensaje.

Para el cumplimiento de lo propuesto por Canel, M. (2006). Es importante que en cada Nación de Latinoamérica exista la libertad de expresión, siendo esta la base para que la ciudadanía actúe de manera participativa en los diferentes quehaceres de la política y logre consolidar la democracia.

Otro factor importante es lo mencionado por Elórtegui, C. (2014). “No se puede desconocer que existen una serie de mecanismos y rutinas históricas e identitarias muy presentes que configuran la esencia de lo que entendemos y explicamos como política. Las prácticas de antaño, radicadas en el sentido de pertenencia de las comunidades con sus espacios e integrantes, y la manera que poseen para determinar el mundo próximo y el del poder, conviven con los rasgos naturales de una modernidad que se somete a los vertiginosos ritmos de la globalización y la hibridación cultural”.

Es importante afirmar que el concepto de democracia no cambia en Latinoamérica, para consolidar la participación ciudadana debe existir libertad que asegure el logro y praxis de la democracia.

CIUDADANÍA

Los ciudadanos en América Latina juegan un papel hegemónico en la toma de decisiones de cada Nación. Ya sea a través de su voto electoral o su abstencionismo. Los dos son actos sin duda de un mensaje claro, de acuerdo, desacuerdo o indiferencia.

Para efectos de este trabajo retomamos algunas definiciones de ciudadanía en la tradición política contemporánea.

58 Canel (2006). Las distintas formas que puede adoptar el mensaje de la Comunicación Política. Debates políticos, publicidad política, mensajes informativos, mensajes de ficción, entre otros.

A través de una perspectiva regional pero intentando abarcar una visión global, en esta obra se debate acerca de las tendencias, innovaciones, casos de éxitos, experiencias y sus diferentes perspectivas que la comunicación política implica; dentro de los seis grandes temas donde la Cumbre Mundial de Comunicación Política hace foco: Política y Nuevas Tecnologías | Comunicación Gubernamental | Medios y Opinión Pública | Jóvenes y Política | Campañas Electorales y Mujer y Política.

La Comunicación de Gobierno fue tema central en la Cumbre de Cartagena de Indias, Colombia. Sin lugar a dudas la política cambió y con ella las formas de hacer política y de desarrollar campañas electorales.

Hoy estamos viviendo un "Break en la política" una desconexión entre gobierno y ciudadanos, con nuevos escenarios disruptivos y cuestionamientos a las formas de hacer política; donde los ciudadanos quieren ser escuchados y por supuesto ser protagonistas.

Un reconocimiento a la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla - BUAP, por el aporte permanente a la investigación, producción de contenidos que contribuyen a la profesionalización y divulgación de la comunicación política.

Daniel Ivoskus

Arte de tapa:
"Enfrentar a los medios"

Arám Cortés



E P Y C A
ESTADÍSTICAS DE PRENSA Y COMUNICACIÓN

ISBN: 978-987-42-6816-7



9 789874 268167