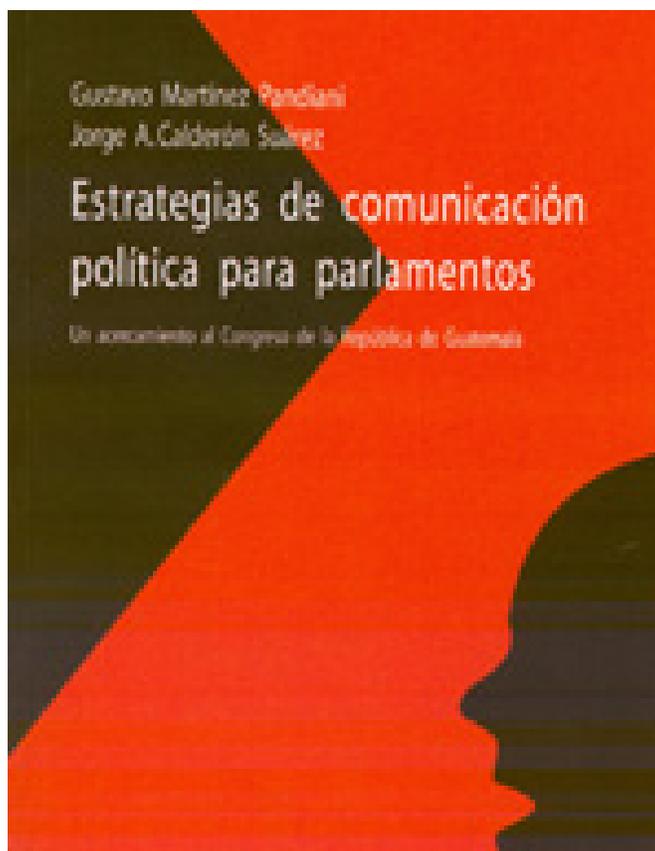


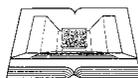
ALERTA BIBLIOGRÁFICA
N° 28, Junio de 2008

Título: **Estrategias de comunicación política para parlamentos**
Autor: Martínez Pandiani, Gustavo
Pie de Imprinta: Guatemala: OEA, Subsecretaria de Asuntos Políticos, Colección: cuadernos para gestión parlamentaria, 2004. 152 p.
Serie: Gerencia Política, Vol. VIII

EDICIÓN ELECTRÓNICA: <http://www.gerenciapolitica-oea.org/global/publicaciones/Estrategias%20de%20Comunicacion%20Politica%20para%20Parlamentos.pdf>

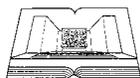
PARA ADQUIRIR EL LIBRO, DIRÍJASE A 5a. AVE. 5-55 ZONA 14, EDIF. EUROPLAZA, TORRE II - OFICINA 803, REPÚBLICA DE GUATEMALA – CENTROAMERICA PBX: (502) 2385 3359 • FAX (502) 2385 3363 E-MAIL: pvdgp@gerenciapolitica-oea.org



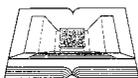


ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN POLÍTICA.....	11
1.1. ORIGEN Y EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA MODERNA ..	11
1.2. CONCEPTOS Y PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA ..	15
1.3. NIVELES ESTRATÉGICOS DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA	18
1.3.1. ESTRATEGIA POLÍTICA: EL DISEÑO DE LA PROPUESTA POLÍTICA ...	19
1.3.1.A. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO	21
1.3.1.B. MAPA POLÍTICO	22
1.3.1.C. RED MOTIVACIONAL DEL VOTO	23
1.3.1.D. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO	25
1.3.1.E. ANÁLISIS INTERNACIONAL	26
1.3.2. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL: LA ELABORACIÓN DEL DISCURSO POLÍTICO	27
1.3.2.A. PROCESOS Y ACTORES	28
1.3.2.B. ESTRATEGIAS DISCURSIVAS	30
1.3.2.C. MEDIATIZACIÓN Y TELEVISIÓN	31
1.3.2.D. NUEVAS FORMAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA	33
1.3.2.E. OPINIÓN PÚBLICA Y MEDIOS MASIVOS	34
1.3.3. ESTRATEGIA PUBLICITARIA: LA CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN POLÍTICA	35
1.3.3.A. FORMAS MODERNAS DE PUBLICIDAD POLÍTICA	36
1.3.3.B. VIDEO-POLÍTICA Y MENSAJE VÍA IMAGEN	37
1.3.3.C. POSICIONAMIENTO Y ASIGNACIONES	38
1.3.3.D. CANDIDATO IDEAL Y CANDIDATO REAL	38
1.3.3.E. SEGMENTACIÓN Y TARGETING ELECTORALES	39
1.4. COMUNICACIÓN POLÍTICA DE LOS PARLAMENTOS	40
1.4.1. INFORMACIÓN Y LABOR LEGISLATIVA	44
1.4.2. PERCEPCIONES SOBRE EL CONGRESO EN LA PRENSA	46
1.4.3. PERIODISMO PARLAMENTARIO	50
2. PARLAMENTOS, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA EN AMÉRICA LATINA	57
2.1. RELACIÓN ENTRE POLÍTICA Y PRENSA: DE LA DESCONFIANZA AL DIÁLOGO	62
2.2. BÚSQUEDA DE OBJETIVOS COMPARTIDOS E INTERESES COMUNES.....	65
2.2.1. CARÁCTER PÚBLICO DE LA INFORMACIÓN	66
2.2.2. ESTRUCTURACIÓN DE LA AGENDA TEMÁTICA	67



2.3. NECESIDAD DE PROFESIONALIZAR LA COMUNICACIÓN LEGISLATIVA ...	69
2.3.1. IMPORTANCIA PARA EL LEGISLADOR	69
2.3.2. IMPORTANCIA PARA EL PERIODISTA	70
2.3.3. IMPORTANCIA PARA EL SISTEMA DEMOCRÁTICO	71
2.4. COBERTURA PERIODÍSTICA DEL ACONTECER LEGISLATIVO	71
2.5. DESAFÍOS ACTUALES DE LA COMUNICACIÓN PARLAMENTARIA	74
2.5.1. LÓGICA MEDIÁTICA VS. LÓGICA POLÍTICA	75
2.5.2. SOCIEDAD TELEDIRIGIDA	76
2.5.3. VIDEOPOLÍTICA	78
2.5.4. POLÍTICA-ESPECTÁCULO	79
2.5.5. FUERTE PERSONALIZACIÓN	81
2.5.6. ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA	82
2.5.7. LIBERTAD DE PRENSA Y PUBLICIDAD ESTATAL	83
2.5.8. MARKETING POLÍTICO	83
2.6. PODER LEGISLATIVO Y PERIODISMO EN CENTROAMÉRICA	85
2.6.1. CONGRESO Y PRENSA EN COSTA RICA	86
2.6.2. CONGRESO Y PRENSA EN EL SALVADOR	86
2.6.3. CONGRESO Y PRENSA EN HONDURAS	87
2.6.4. CONGRESO Y PRENSA EN NICARAGUA	88
2.6.5. CONGRESO Y PRENSA EN PANAMÁ	89
3. RELACIONES ENTRE CONGRESO Y PRENSA EN GUATEMALA	91
3.1. PANORAMA DE LA COMUNICACIÓN PARLAMENTARIA EN GUATEMALA	91
3.1.1. ÁREAS RESPONSABLES DE LA COMUNICACIÓN LEGISLATIVA	92
3.1.2. PUNTO DE VISTA DE LOS POLÍTICOS	93
3.1.3. PUNTO DE VISTA DE LOS PERIODISTAS	95
3.2. OPINIÓN PÚBLICA E IMAGEN DEL PODER LEGISLATIVO	96
3.3. SEMBLANZA DEL MAPA DE MEDIOS DE GUATEMALA	100
3.3.1. AGENDAS Y LÍNEAS EDITORIALES	102
3.3.2. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	103
3.3.3. ROLES Y FUNCIONES DIFERENCIADAS	104
3.4. HERRAMIENTAS INSTITUCIONALES DE INFORMACIÓN LEGISLATIVA ...	105
3.4.1. INFORMACIÓN DIRECTA AL CIUDADANO	105
3.4.2. INFORMACIÓN DE PRENSA	107
3.4.3. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE INTERNET	107
3.4.4. PUBLICIDAD INSTITUCIONAL LEGISLATIVA	108
3.5. HERRAMIENTAS INSTITUCIONALES DE COMUNICACIÓN INTERACTIVA	109
3.5.1. NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN	109
3.5.2. COMUNICACIÓN PRESENCIAL	110
3.5.3. CONSULTAS E INICIATIVAS DE LA SOCIEDAD CIVIL	112



4. RECOMENDACIONES PARA UNA MEJOR COMUNICACIÓN DEL PODER LEGISLATIVO	113
4.1. CONSEJOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN ELECTORAL	115
4.2. CONSEJOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	122
4.3. CONSEJOS PRÁCTICOS DE RELACIONAMIENTO MEDIÁTICO	128
5. DESAFÍOS ÉTICOS: MARKETING, LIDERAZGO Y VALORES DEMOCRÁTICOS	137
5.1. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL MERCADEO POLÍTICO	138
5.2. DEL HOMO SAPIENS AL HOMO ZAPPING	140
5.3. RIESGOS Y OPORTUNIDADES DE LAS DEMOCRACIAS AUDIOVISUALES ..	142
BIBLIOGRAFÍAS CONSULTADAS	147
SITIOS DE INTERNET VINCULADOS	151