

I CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN POLÍTICA Y ESTRATEGIAS
DE CAMPAÑA

MADRID, SEDE INTERNACIONAL, DE COMUNICACIÓN POLÍTICA DURANTE DOS DÍAS

Sofía de Roa

Los pasados días 6 y 7 de julio se celebró en Madrid el I Congreso Internacional de Comunicación Política y Estrategias de Campaña “Comunicación 2.0 y Liderazgo”, organizado por la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales, ALICE, en colaboración con el Departamento de Comunicación Política e Institucional del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset. Durante su clausura se destacó la satisfacción de los coordinadores ante el nivel, el rigor y la calidad de las ponencias presentadas, y la oportunidad única que brinda este encuentro para intercambiar ideas entre la Academia y la Consultoría.

“Este congreso demuestra que sí somos una comunidad, somos un conjunto unido por eventos como este, cuya riqueza radica en la unión de sensibilidades totalmente diferentes que trabajan por un objetivo común”, aseveraba José Manuel Rivera Otero, catedrático de ciencia política en la Universidad de Santiago de Compostela, durante la clausura de este primer encuentro internacional.

Durante dos días de debate, organizados alrededor de 24 mesas de trabajo, investigadores y consultores han tratado los últimos avances en investigación en temas como las campañas electorales en las elecciones en España, Argentina, México, Costa Rica o Brasil; la comunicación en época de indignados; el espectáculo y la propaganda en campaña; análisis y consecuencias de diferentes sistemas electorales; o de democracia y gobernabilidad alrededor de un Estado en crisis. En total, dos centenares de ponencias que han radiografiado las estrategias de comunicación política, la planificación y la puesta en marcha de campañas electorales alrededor del mundo, que han demostrando que universidad, comunicación y consultoría han de ir de la mano.

En América Latina y Europa tenemos la capacidad y calidad para generar un discurso propio y alejarnos del seguidismo a EE.UU.

La Fundación Ortega y Gasset, situada en el centro de la capital española, se convirtió en un ir y venir de investigadores, consultores y estudiantes llegados desde Brasil, Colombia, Costa Rica, México, EE.UU., Italia, Uruguay, Argentina, y hasta un total de 17 países, poniendo de manifiesto la unión y el modelo de trabajar entre América Latina y España en el liderazgo en investigación en comunicación política. *“En América Latina y Europa tenemos la capacidad y calidad para generar un discurso propio y alejarnos del seguidismo a EE.UU.”*, sentenciaba Manuel Campo Vidal, director de la Academia Española de Televisión, al cierre del congreso. Entre los investigadores y consultores asistentes cabe destacar a Ramón Cotarelo, Antonio Gutiérrez Rubí, Rafa Rubio, Cristina Moreno, Marcelo Helvecio Navarro Serpa, Mario Riorda, Daniel Ureña, José Luis Dader, Ismael Crespo, Antonio Garrido, Aziz Benyouneso, Esther Barrios, entre otros muchos.

A pesar de la dificultad de abarcar toda la variedad de intervenciones, se pueden destacar los análisis de redes sociales, ciberpolítica y nuevas tecnologías, en

Actualmente hay mucha representación política y poca deliberación pública, y la democracia digital es capaz de solucionarlo.

los que se han puesto sobre la mesa las perspectivas y las posibilidades de mejora en los sistemas políticos que las redes sociales e internet ponen de manifiesto. *“La estrategia de gobierno abierto va ligada al acceso a datos e información. No es un tema de tecnología si no de valores”*, argumentaba Álvaro V. Ramirez, investigador en gobernabilidad pública en la Fundación Ortega y Gasset, quien precisa que *“la desconexión entre ciudadanos y políticos es aún más persistente dada la desconfianza de los líderes hacia las Tecnologías de la Información y la Comunicación”*. En la misma dirección, añadía Bastian González, consultor y maestría de ciencia política, que *“actualmente hay mucha representación política y poca deliberación pública, y la democracia digital es capaz de solucionarlo”* ya que, según Inma Aguilar, experta en comunicación y senado, *“la mayoría de las estrategias dedicadas al gobierno abierto están dirigidas a potenciar una mayor participación ciudadana”*.

Durante la ponencia de Luis Rodríguez Vives. En la mesa, Alberto Mora (izda) y José Juan Veron.



A pesar del optimismo de los investigadores con las posibilidades que ofrece la red para favorecer la comunicación entre representantes y representados, así como de beneficiar un diálogo constante entre todos los miembros de la sociedad, muchos son los retos a afrontar. En este sentido, José Manuel Sánchez Duarte, profesor de comunicación política en la Universidad Rey Juan Carlos, concluía que *“no podemos hablar de esferas públicas digitales, salvo si nos salimos a espacios no comercializados”*.

El I Congreso Internacional de Comunicación Política y Estrategias de Campaña fue un éxito gracias a la alta participación e interés, mostrados también en la red.

Aunque las nuevas tecnologías son un campo de participación creciente y aún por explorar, los medios tradicionales son los grandes escenarios donde se ejecuta la política, y dentro de esta atmósfera la propaganda electoral a base de spot es crucial a la hora de difundir el mensaje de los diferentes partidos. *“En este campo hay mucho que hacer ya que la construcción de un relato coherente y que se coordine con el resto de la campaña ha de ser rigurosamente estudiado”*, aseguraba Virginia García, investigadora en la Universidad de Belgrano, Argentina.

En definitiva, este I Congreso Internacional de Comunicación Política y Estrategias de Campaña fue un éxito gracias a la alta participación e interés, mostrado también en la red, ya que tanto las ponencias como las impresiones de los participantes fueron seguidas a través del hashtag #ALICE12, donde se pudo seguir el transcurso de este encuentro, que pretende convertirse en un referente internacional de comunicación política y celebrarse de manera anual para fortalecer y estrechar las relaciones entre la comunidad dedicada la comunicación política de vanguardia, en las técnicas y metodologías propias de la comunicación político-electoral.



Sofía de Roa
Periodista Más Poder Local.
sofiaderoa@hotmail.com

Actividad en Twitter #ALICE12

	José Manuel Trujillo @josematrujillo 7 de jul @AJVazquez no, está muy bien invertido. #ALICE12 ha valido mucho la pena. Y x lo del blog, yo intento reconocer los esfuerzos "per sé" Ver conversación
	Alvaro Ramírez-Alujas @redmatriz 7 de jul Enhorabuena! Excelente congreso, gran comunidad y mucho aprendizaje! RT @ALICE_Madrid12 Ya en la clausura de #alice12 twitpic.com/a4wrd3 Ver foto
	ALICE @ALICE_Madrid12 7 de jul El presidente de Goberna A.F. Poyato destaca la necesidad de aprender y fortalecer las capacidades de A.Latina para el Alto Gob. #alice12 Abrir
	Luis Fernández Campo @luisfernandez 7 de jul Clausura de #ALICE12 con @manuelcampovidal ow.ly/i/KHMj Abrir
	ALICE @ALICE_Madrid12 7 de jul "En A.Latina y Europa tenemos la capacidad y calidad para generar un discurso propio y alejamos del seguidismo a EE.UU." c.Vidal #alice12 Abrir
	Alberto Mora @AlbertoMora 7 de jul @chemoscopia @elenabarrios @immaaguilar @dalvarez37 @Sara_SanH hasta muy pronto y gracias!! #ALICE12 Ver conversación
	ALICE @ALICE_Madrid12 7 de jul "La riqueza de #alice12 radica en la unión de sensibilidades totalmente diferentes que trabajan por un objetivo común" J.Rivera U.Compostela Abrir
	Ivana Merlo Rodríguez @merlorodriguez 7 de jul "@ALICE_Madrid12: "Universidad, Comunicación y consultoría han de ir de la mano" @mcampovidal en la clausura #alice12" Abrir
	ALICE @ALICE_Madrid12 7 de jul "Universidad, Comunicación y consultoría han de ir de la mano" @mcampovidal en la clausura #alice12 Abrir
	Imma Aguilar Nàcher @immaaguilar 6 de jul "@MiljanaM: Empieza la ponencia de @congosto y @elaragon sobre el Twitter en las elecciones de 20N #ALICE12" Abrir
	Luis Rodríguez Vives @elchiconaranja 6 de jul Todavía no se puede hablar de esferas públicas como lo hizo Habbermas en las redes sociales #ALICE12 #Govermentia Abrir
	Sergio Pérez @sergiopcas 6 de jul El 90% de las veces cogemos o vemos lo que han dicho otros, el 9% lo modificamos y sólo el 1% de las veces creamos #ALICE12 Abrir
	ALICE @ALICE_Madrid12 6 de jul "Casi todos mensajes son boletines de info. Fuerte personalización, poca reciprocidad y nivel de argumentación bajo" #análisisredes #alice12 Abrir
	Luis Rodríguez Vives @elchiconaranja 6 de jul Faltan espacio para la deliberación política en las redes sociales? #ALICE12 #Govermentia Abrir
	Ana Ruiz @Anairmoslares 6 de jul El apoyo social a un frame tiene más posibilidades cuando se pone el acento en el riesgo más q el beneficio #ALICE12 Abrir
	Pablo Aragón @elaragon 6 de jul Las dos primeras ponencias del #alice12 evidencian carencias de representatividad del espectro político en twitter Abrir