

## LIBROS

▼ Luis-M. Romero-Rodríguez



**Comunicación en campaña: Dirección de campañas electorales y marketing político.** Julio César Herrero y Max Römer (Coords.); Madrid, Pearson, 2014; 321 págs.

de la cobertura informativa en campañas electorales (pp. 187-208) mayormente enfocada a la televisión por la primacía y relevancia que tiene este medio en países hispanohablantes. En este apartado se hace una revisión pormenorizada del marco jurídico español en materia de cobertura informativa en campañas electorales y se plantea una hoja de ruta para la planificación informativa de candidatos enfocada en Radio Televisión Española, atendiendo a sus bloques informativos y grilla de programación actual. Otra temática de importante reflexión es abordada en la obra en referencia al análisis del discurso y los tipos de audiencia a las que el candidato hará frente (pp. 239-269), ofreciendo algunas pautas para la redacción del discurso, la argumentación, y una selección de las figuras retóricas más efectivas en la persuasión y de las falacias más habituales en este campo, y finalmente dando recomendaciones y sugerencias para la puesta en escena del acto comunicativo. En relación al ciberactivismo, nuevo paradigma de la comunicación digital y participación ciudadana, este manual también ofrece una visión pragmática y analítica sobre el potencial uso estratégico de las herramientas tecnológicas para motivar los apoyos de base a través de las redes sociales (pp. 77-106). En este apartado se revisan datos estadísticos sobre el uso de la «Ciberpolítica» tanto en Latinoamérica como en Estados Unidos y se ofrece una guía estratégica para maximizar la influencia y la fuerza numérica del candidato en el ecosistema digital, haciendo referencia a casos como la campaña de Barack Obama o del ex candidato colombiano Antanas Mockus. En definitiva, este manual viene a ofrecer una visión pragmática actualizada sobre la metamorfosis que ha venido gestándose en el campo de la comunicación electoral en virtud de los cambios de hábitos de consumo informativo y participación ciudadana, por lo que lleva a considerar que el marketing político está tomando nuevas y más efectivas herramientas para favorecer la interrelación con los prospectos votantes y analiza las estrategias más novedosas en este campo del conocimiento.

La presente obra colectiva se consagra como el primer manual en castellano centrado exclusivamente en la dirección de campañas electorales y marketing político, realizado desde la óptica de académicos y profesionales del área tanto españoles como latinoamericanos. La visión pragmática es imperante en todo su contenido y se constituye como piedra angular, abordando áreas temáticas acerca de las agendas de campañas electorales, actividades de Relaciones Públicas, la propaganda y los actos políticos, la cobertura informativa, la planificación de discursos y el cabildeo, sin abandonar las nuevas modalidades de interacción social que brindan las tecnologías de información y comunicación, al dedicarle dos capítulos a las figuras del ciberactivismo y el «community manager». Con un enfoque práctico, el libro también revisa casos y experiencias acerca de las relaciones con los medios de comunicación social y el cabildeo en la Unión Europea, por lo que se convierte en una referencia obligada tanto para consultores políticos, gabinetes de comunicación, asesores de campaña, marketing y comunicación política, como para el profesorado y alumnado universitario interesado en conocer, actualizarse y reflexionar sobre las estrategias y técnicas de la gestión de campañas electorales. Aunque el enfoque del manual es mayormente práctico, no se abandona su componente académico al revisar críticamente temáticas como la propaganda electoral (pp. 129-147) y el traslado que ha sufrido el modelo tradicional y los procesos políticos a las nuevas formas de comunicación, en el cual se hace especialmente relevante la mutación que sucede de la poética aristotélica y la estética comunicativa a los paradigmas y clasificaciones de los spots propagandísticos en relación a la imagen y narrativa audiovisual actual. Asimismo se ofrece una radiografía sobre el diseño y la ejecución