

CORTE SUPREMA BIBLIOTECA	
SIG. TOPOGRAFICA FS959	INVENTARIO 156506



Comunicar lo local

Estrategias electorales y de gobierno

Gonzalo Arias
Lucas Doldán

Índice

Prefacio. En tiempos de pandemia	11
Introducción. (Re) pensar lo local	17
1. Los municipios argentinos	25
El siglo de la urbanización.....	25
Radiografía local.....	27
Un nuevo rol	32
La comunicación, herramienta estratégica	34
2. El punto de partida: la comunicación política	37
¿Qué es la comunicación política?	37
Orígenes y desarrollo del campo	39
La comunicación, herramienta de la política	41
3. La política (y las campañas) en el ámbito local	45
Lo local desde una perspectiva multinivel	45
Lo local como espacio vital e identitario	47
Transformaciones en las campañas (y en la política en general).....	48
Las campañas locales.....	50
Lo local y lo nacional	51

La comunicación de proximidad.....	54	Imagen y posicionamiento	167
4. Conociendo a los electores	61	Algunas recomendaciones	175
La importancia de la investigación.....	61	Concejos y legislaturas de “puertas abiertas”.....	176
Un diagnóstico preciso y realista.....	64	9. Los medios de comunicación y la política local	179
Las principales herramientas de investigación.....	65	Prensa y políticos: una relación difícil.....	179
5. Estrategias para campañas locales	77	Los medios locales.....	181
La dimensión estratégica	77	La estrategia de medios.....	184
¿Qué es y cómo se construye la estrategia electoral?	79	Los principales medios locales.....	186
Los principales elementos de una buena estrategia de campaña	81	Otros medios de difusión.....	188
6. La comunicación de gobierno local.....	103	El “valor noticia”	190
La campaña permanente.....	104	Una relación productiva con los medios y periodistas	194
La estrategia	106	10. Prensa y política local: caja de herramientas	197
Algunas advertencias	107	Herramientas clásicas de la comunicación local	197
¿Y dónde está el ciudadano?	109	Algunas recomendaciones.....	204
La comunicación interna y el involucramiento del personal.....	111	Técnicas imprescindibles para enfrentar a los medios	213
Estilos de comunicación de gobierno local.....	113	Las palabras: tono y estilo comunicacional.....	216
La comunicación negativa: una apuesta de riesgo.....	120	Comunicación no verbal.....	218
Los mensajes y los contenidos de calidad	123	11. Comunicación local 2.0.....	221
La marca ciudad: una comunicación cómplice	128	Un nuevo paradigma comunicacional	221
7. La comunicación de crisis.....	133	Internet: de lo global a lo cercano.....	223
Crisis permanente	134	El diseño de una estrategia digital.....	224
¿Qué es una crisis?	135	Las principales herramientas de la comunicación digital	229
Cronología de una crisis	138	Buenas prácticas en el uso de las redes sociales.....	236
Gestión de la comunicación local en tiempos de crisis.....	139	Los contenidos.....	239
¿Cómo responder eficazmente ante una crisis?.....	142	¿Cómo viralizar contenidos?.....	243
Prevenir las crisis para controlar los daños.....	146	¿Para qué estar en Internet?	245
Crisis 2.0	148	¿Cómo gestionar los comentarios negativos?.....	246
Liderazgo político para enfrentar las crisis	149	Epílogo. La comunicación, herramienta de la política y el gobierno local.....	249
8. La comunicación y las instituciones legislativas locales ...	151	Referencias bibliográficas	255
La imagen de las instituciones representativas	151		
Funciones: entre la tradición y la innovación	155		
¿Crisis del parlamento?	157		
Comunicación institucional y comunicación estratégica	165		