



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

César Flores Sosa
DIPUTADO FEDERAL

INFORME VIAJE DE COMISIÓN OFICIAL

Evento: XI Cumbre Mundial de Comunicación Política

Lugar: Cartagena de Indias, Colombia

Fecha: 7, 8 y 9 de junio de 2017

Objetivo: La Cumbre Mundial de Comunicación Política es el congreso donde se reúnen académicos, consultores, periodistas, especialistas del mundo de la comunicación y profesionales de la política para intercambiar experiencias y conocer la radiografía de la situación social y política de diversos países desde la perspectiva de la comunicación, atendiendo la explicación de casos particulares y poniendo especial énfasis en temas como el liderazgo y la importancia de entender las necesidades y la vida de un pueblo desde su coyuntura, su historia y cultura.

Actividades realizadas: Se anexa copia del programa.

Impresiones: Daniel Ivoskus, presidente de la XI Cumbre Mundial de Comunicación Política señaló que “La democracia se hace con más y mejor política” ante más de dos mil personas en el auditorio principal del Centro de Convenciones que durante tres días nos reunió para hablar de experiencias, liderazgo, triunfos y fracasos y poder analizar desde otra perspectiva como se vive la democracia en cada uno de los países donde los expositores han trabajado y han conocido en carne propia las carencias y los conflictos que azotan a las sociedades tan parecidas y diferentes al mismo tiempo.

Este congreso internacional no sólo nos reúne para hablar de la comunicación política o de que hacer y que no hacer para ganar una elección, esta Cumbre trata temas tan sensibles como el plebiscito por la paz en Colombia, la violencia política en México, la democracia representativa y la demagogia representativa, la crisis democrática, la situación de Venezuela y el fenómeno de Donald Trump, entre otros, temas que actualmente están sobre la mesa en diversos organismos internacionales y en los medios de comunicación, y

Av. Congreso de la Unión, 66; Col. El Parque; Deleg. Venustiano Carranza; C.P. 15960 Ciudad de México;
Edificio H, Nivel 2, Oficina 216; Tels. Conms.: 5522-0048 ext. 378; 5036-0000 ext. 51173

cesar.flores@diputadospan.org.mx sosa_1904@hotmail.com

mramirez@diputadospan.org.mx



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

César Flores Sosa
DIPUTADO FEDERAL

que en mayor o menor medida están cambiando la percepción que teníamos de la democracia.

Este evento que reúne a especialistas de todo el mundo y a diversos actores del servicio público nos proporcionó las herramientas básicas para entender un poco mejor el contexto social que afecta cada país y las acciones que debemos emprender para ir avanzando en la consolidación de nuestra democracia buscando cada día una política social inclusiva que vea en los jóvenes la mejor estrategia para lograr el desarrollo de nuestros países.

A lo largo de los tres días que duró la Cumbre tuve la oportunidad de escuchar a destacados personajes del mundo de la comunicación, entre ellos Yago de Marta que con su conferencia "El líder absoluto" puso sobre la mesa la importancia de la participación de cada persona ante el momento más difícil de la historia que hemos vivido, claramente lo señaló al decir que "ningún político va a poder hacer lo que cada uno de ustedes es capaz de hacer uno por uno", definitivamente la mayor lección que deja esta cumbre es el poder de la gente para cambiar su realidad.

En mi labor como legislador creo realmente lo que advirtió Daniel Ivoskus, "se terminó la época de los políticos súper héroes, que decían lo que había que hacer y era ellos sobre todo el mundo. Ahora estamos en la etapa donde el protagonista es el ciudadano, que no quiere que los lleven de las narices. Ahí tenemos el Brexit, el plebiscito por la paz en Colombia, a Pedro Pablo Kuczynski en Perú; a Macri en Argentina, Donald Trump en Estados Unidos; todas elecciones que parecían imposibles, en donde ganó la tendencia que define la gente", de ahí la importancia de entablar una comunicación con nuestros representados, conocer sus planes y objetivos, sus carencias y preocupaciones, y de esa forma trabajar en una verdadera agenda que incluya todas las inquietudes de aquellos que afrontan una realidad diversa a la que llegamos a palpar desde el Congreso de la Unión.

Es por lo anterior que es importante como legislador acudir a este tipo de congresos donde se congregan diferentes realidades en un mismo espacio para debatir como ser y hacer mejor política, pero sobre todo como ser mejores ciudadanos desde cada una de nuestras actividades que como representantes populares realizamos.

*Programa preliminar sujeto a cambios de última hora

Miércoles 7 de Junio



ACREDITACIÓN

ACTO DE INAUGURACIÓN - Gran Salón Barahona

Antonio Sola - España - Gran Salón Barahona
11 Principios fundamentales de la estrategia política.

Luis David Duque - Colombia - Gran Salón Barahona
Hasta que la muerte nos separe.

Abelardo De La Espriella - Colombia - Gran Salón Barahona
Ejercicio del Derecho Pensar y la Comunicación política

☕ COFFEE BREAK

Antonio Roldán y Rafael Carreón - México - Gran Salón Barahona
Primero: Descifrar la elección. Después: Crear la estrategia.

Yago De Marta - España Gran Salón Barahona
EL Líder Absoluto.

Mauricio de Vengoechea - Colombia - Gran Salón Barahona
La Política Cambia en Tiempo Real.

ALMUERZO

15:00hs
Santiago Martínez - España

Neurocomunicación y oratoria política: Ya está todo inventado?

Antoni Gutiérrez Rubi - España
La política (y las campañas) sin partidos.

Ada Álvarez - Puerto Rico
La juventud en la política.

Camilo Severino - Ecuador
Plataformas ciudadanas, La vocería perfecta para lo que los gobiernos no pueden decir.

15:30hs
Angel Beccassino - Argentina
Votar adeligaza

Tatiana Larrea - Ecuador
Hacer campaña limpia y ganar para contar.

José Penso - Colombia
La marca política, el principio activo de un político.

David Barquill - Colombia
" Bajémoslo de la nube: Cómo conectar con las necesidades reales de la gente y producir resultados.

16:00hs
Dumek Turbay - Colombia

De "m-si" candidato a Buen Gobernante

Daniela Aruj - Argentina
El arte del bla bla bla.

Jaime Hernández Amin - Colombia
El cerebro social: comunicación colectiva para transformar sociedades.

Carlos Coronel - Ecuador
Campaña Lechuza: Las 4 verdades en una elección presidencial"

16:30hs
Rafael Carreón, Antonio Roldán - Manuel Cossio - México

Cómo bajar de manera adecuada la estrategia general a reales sociales, aire y tierra.

Jorge Imhof - Argentina
Ni una sola palabra de amor. La historia de María Teresa y Enrique.

Edna Martínez - México
¿Imagen Artificial? Big Data y reelección ya es parte de nuestra realidad.

Juan María Naveja - México
Después de Trump la comunicación política no volverá a ser igual.

17:30hs

Laura Ardilla - Colombia
Cubriendo el poder desde una Región.

Wanda Nazario - Puerto Rico
Mujer con poder ¿y ahora qué? ... "Estrategias para liderar con éxito"

Jaime González - Colombia
El poder y la política.

18:00hs

Alfredo Dávalos - Ecuador
Cuidate de los Alejos.

Carlos Escalante - Venezuela
Gana quien menos se equivoca.

Viviana Arias - Colombia
Mujer ficha clave para ganar elecciones.

18:30hs
Héctor Riveros - Colombia
El mensaje y la acción política, caso plebiscito por La Paz.

Mauricio Casas - Colombia
La estrategia comienza por la gerencia de la campaña.

Ingrid López - Colombia
Insight: el vínculo de conexión con el elector.

Natali Becerra - Ecuador
Medios de comunicación: ¿defensa o ataque?

19:00hs
Vladimir Ramos - México
El poder del mensaje.

Federico Posadas - Argentina
Las transformaciones políticas y los cambios de conciencia colectiva

Veronica Ríos - México
Estrategia de imagen y Comunicación para actores políticos.

Jorge Sandoval - México
Fotografía de campaña: Lo que más se ve, lo que menos se cuida.

PÁNELES - Salón Arsenal

14:30hs
Angelica Villalba - Colombia
La simplicidad del lenguaje para una comunicación política efectiva.

Cristopher Reyes - Chile
Comunicación política y la juventud: Ser político y no dialogar en internet, una contradicción hasta lógica

Martha Meléndez - Perú
Houston, tenemos un problema "Houston, we have a problem"

Cristian Martínez - Argentina
Ramón Solohaga - Argentina
El Poder Mediático y la Política. La Necesidad de la Batalla Ideológica - Cultural, como Escenario de Disputa Hegemónica.

15:30hs
Tania Olarte - Colombia
El valor de las historias políticas contadas por jóvenes.

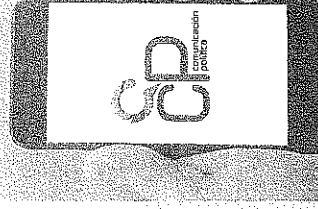
Franklin Geovanni Selva - El Salvador
Uso de la información pública en medios de comunicación escritos y su contexto electoral.

Macarena Mercado - Argentina
#MuchasMds. Mujeres promotoras de políticas sociales desde la comunidad.

16:30hs
Rodrigo Ocampo - México
Comunicación de la Estrategia Pública

Luis Carlos Zuñiga - Colombia
Medios escritos y la paz en Colombia, perspectiva de la región Caribe.

☕ COFFEE BREAK



<p>Octavio Islas - Mexico Salón Barahona 3 Razonar la comunicación política desde la comunicación estratégica.</p>	<p>Ramón Ramón - España Salón Barahona 3 Barahona 3 7 claves para conectar con la ciudadanía, convirtiéndola en voluntarios y voluntariado.</p>	<p>Mario Riorida - Argentina Salón Barahona 3 La comunicación política es política.</p>	<p>Germán Hernández - Colombia Salón Barahona 3 Comunicación desde la comunidad: experiencia de tecnología e innovación social del proyecto Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura en Colombia.</p>	<p>Ana Laura Arroyo - México Salón Barahona 3 Global Research: De los encuestas a la inteligencia de datos.</p>
<p>Juan Sebastian Delgado - Colombia Salón Barahona 4 La política en la era de la convergencia de los medios.</p>	<p>Guillermo Velasco - México Salón Barahona 4 ¿Cómo se narra la historia estratégica del neopopulismo? ¿Influencia o ideología? ¿Influencia o ideología?</p>	<p>Jennifer Islas - México Salón Barahona 4 La política de las redes sociales.</p>	<p>Carlos Sánchez - Colombia Salón Barahona 4 Hacer política no significa ganar elecciones.</p>	<p>Carlos Almanza - Colombia Salón Barahona 4 De la comunicación como información a la comunicación como participación ciudadana.</p>
<p>Nilsa Maíz - Paraguay Salón Barahona 2 La importancia del dinero en las campañas electorales.</p>	<p>Ricardo Castillo - Venezuela Salón Barahona 2 La estrategia es el contraste</p>	<p>Marco Antonio Pérez - Colombia Salón Barahona 2 Llegaron los post-electores, ¿ahora qué hacemos?</p>	<p>Camilo Rojas - Colombia Salón Barahona 2 Psicología de masas.</p>	<p>Bernardo Moreno - Ecuador Salón Barahona 1 Medios inteligentes de la elección ecuatoriana.</p>
<p>Javier Meza - Perú Salón Barahona 3 Millennials, Z's y nuevos modelos de liderazgo y comunicación política.</p>	<p>Velmarie Hernández - Puerto Rico Salón Barahona 1 Famosos, No... influencers</p>	<p>Gabriela Falconi - Ecuador Salón Barahona 1 El proceso de formación de la imagen y reputación de gobierno.</p>	<p>Pablo Pérez Palacino - Argentina Salón Barahona 1 Hacia un nuevo paradigma de la comunicación de gobierno. Caso argentino.</p>	<p>Maximiliano Aguiar - Argentina Salón Barahona 1 ¿Estrategia vale más que mil palabras.</p>
<p>Antonio Sánchez - Colombia Salón Barahona 4 Tu macuñillo al Frankenstein y yo se lo vendí a los periodistas.</p>	<p>Memo Rentieria - México Salón Barahona 3 Publicidad política con cerebro, corazón carácter y... un toque de locura.</p>	<p>Dimas Concha - Perú Salón Barahona 3 Inteligencia y nuevas tecnologías: Innovando y Comunicando.</p>	<p>Dimas Concha - Perú Salón Barahona 3 Inteligencia y nuevas tecnologías: Innovando y Comunicando.</p>	<p>Giovanna Peñaflor - Perú Salón Barahona 4 Como interpretor adecuadamente lo que quiere el elector.</p>
<p>Gustavo Cusot - Ecuador Salón Barahona 2 El proceso de formación de la imagen y reputación de gobierno.</p>	<p>Carlos Lorenzana - México Barahona 4 Semiótica política.</p>	<p>Luis Babino - Argentina Salón Barahona 1 La tróica memorable del SXXI: escuchar, interpretar y emocionan.</p>	<p>Luis Babino - Argentina Salón Barahona 1 La tróica memorable del SXXI: escuchar, interpretar y emocionan.</p>	<p>Imma Aguiar - España Salón Barahona 2 Microcampaña y pospolítica. Campañas nuevas: La superación de lo grande.</p>
<p>Sergio Gómez - México Salón Barahona 3 El candidato ¿perfecto? Un compromiso con la campaña.</p>	<p>María Sol Corral - Ecuador Salón Barahona 4 Imagen y política. Arquetipos en el siglo 21.</p>	<p>Ofelia Santiago - España Salón Barahona 3 Innovando en el liderazgo: coaching político transformador.</p>	<p>Ofelia Santiago - España Salón Barahona 3 Innovando en el liderazgo: coaching político transformador.</p>	<p>Rolando Figueroa - Argentina Salón Barahona 1 "Comunicar para revalorizar la política: Neuquén, una experiencia desde la Patagonia"</p>
<p>Fernando Dopazo - Argentina Salón Barahona 4 Renovar el contrato social: claves de la comunicación de gobierno.</p>	<p>Leonardo Gil - Estados Unidos Salón Barahona 2 Las elecciones se ganan el día de las elecciones: movilización electoral.</p>	<p>Loirena Arraiz - Venezuela Salón Barahona 4 Manual del nuevo populista universal.</p>	<p>Loirena Arraiz - Venezuela Salón Barahona 4 Manual del nuevo populista universal.</p>	<p>Miguel Ángel Ordóñez - México Salón Barahona 3 No te equivoques: gana la tierra o pierde la campaña.</p>
<p>Fernanda Cuzme - Ecuador Salón Barahona 2 Diálogo sobre Lenin Moreno con los votantes. Indecisos en Ecuador</p>	<p>Daniel Lambriaca y Marisa Haedo - Argentina Salón Barahona 1 Separar, a los creativos no les interesa la política.</p>	<p>Aureola del Sol Castillo - México Salón Barahona 2 De apagafuegos a la estrategia... Cuando la comunicación se fragmenta.</p>	<p>Aureola del Sol Castillo - México Salón Barahona 2 De apagafuegos a la estrategia... Cuando la comunicación se fragmenta.</p>	<p>David Ross - México Salón Barahona 4 Retrato emocional semiológico.</p>
<p>Claudia López - Colombia Salón Barahona 3 Comunicación política con la ciudadanía.</p>	<p>Ricardo Pimentel - República Dominicana Salón Barahona 3 La antecala del triunfo.</p>	<p>Paulo Rezende - Brasil Salón Barahona 1 Comunicación gubernamental en el mundo real.</p>	<p>Paulo Rezende - Brasil Salón Barahona 1 Comunicación gubernamental en el mundo real.</p>	<p>David Ross - México Salón Barahona 4 Retrato emocional semiológico.</p>
<p>Fernando Mejorado - México. Salón Barahona 4 Del plato a la boca se cae la elección.</p>	<p>Laura Castellanos - Venezuela Salón Barahona 4 Y por qué no me escuchan?</p>	<p>Ricardo Paz Ballivián - Bolivia Salón Barahona 3 El realismo mágico de una campaña electoral.</p>	<p>Ricardo Paz Ballivián - Bolivia Salón Barahona 3 El realismo mágico de una campaña electoral.</p>	<p>David Ross - México Salón Barahona 4 Retrato emocional semiológico.</p>
<p>Diego Paul Zambide - Ecuador Salón Barahona 2 ¿Si el cerebro nos engaña al decidir? Claves para entender y dialogar con el elector.</p>	<p>Eduardo Reina - Argentina Salón Barahona 2 Branding Media Training... Marca, Redes y Medios.</p>	<p>Braulio González - México Salón Barahona 4 Cómo evitar campañas desastrosas: remanar y ganar.</p>	<p>Braulio González - México Salón Barahona 4 Cómo evitar campañas desastrosas: remanar y ganar.</p>	<p>Daniel Zavaleta - Honduras Salón Barahona 2 El política todólogo.</p>
<p>Mafe Carrascal - Colombia Salón Barahona 1 Político no político: cómo ejercer la política en el ejercicio ciudadano.</p>	<p>Jorge Aguilera - Colombia Salón Barahona 1 Ciudadanía digital y crisis de gobierno en América latina.</p>	<p>Henry Rafael - Perú Salón Barahona 2 Ganar y Gobernar: House of Cards o Guerra de Tronos.</p>	<p>Henry Rafael - Perú Salón Barahona 2 Ganar y Gobernar: House of Cards o Guerra de Tronos.</p>	<p>Ana Correa - Argentina Salón Barahona 1 La hora de las mujeres en la comunicación política.</p>

Salón Arsenal		Salón Arsenal	
<p>Geovanny Espinosa - Ecuador Un país partido en la mitad, realidades sociales y política - El caso Ecuador.</p> <p>John Forero - Colombia El candidato como medio BTL.</p> <p>Carolina Albán - Ecuador Cómo se construye a una líder política.</p> <p>Lesly Shica - Perú LA INABORRABLE MANCHA DE LA CORRUPCIÓN: CASO ODEBRECHT. Reputación Política del candidato.</p>	<p>Eladio Jardón - España Convierte a tu territorio en el Héroe de LA HISTORIA.</p> <p>Verónica Valdivia - México RESPONDE: ¿Tienes los políticos que te mereces?</p> <p>Camila Farías - Argentina Convergencia en Acción.</p> <p>Leonardo Urrego - Colombia Liderazgo y responsabilidad social.</p>	<p>Tania Atarón - Ecuador Conocer el cerebro para liderar las ideas.</p> <p>Diego Mora - Colombia El cambio con un alcalde cercano, un camino para la comunicación pública en Riobamba.</p> <p>Fernando Avila - México Ganar el debate. Ganar los votos.</p> <p>Andrés Nieto - Colombia ¿Cómo entender el voto LGBTIP en las contiendas electorales en América Latina?</p>	<p>Igorit Montes Alvarino - Colombia E-Government y uso de redes sociales: dinámicas de la inteligencia colectiva en la era de la E-Democracia.</p> <p>Milton Buelvas Mendoza - Colombia Gobernabilidad y gobernanza en el posconflicto en Colombia.</p> <p>Georgina de León - Colombia Construcción de paz y desarrollo humano en los Montes de María, una mirada al postconflicto.</p> <p>Alvaro Quintana - Colombia Público y performance político: implicaciones del discurso político-religioso en la construcción de escenarios políticos.</p>
<p>Pedro Pedrosa - Venezuela ¿Eres marxista y no lo sabes? Influencia del Marxismo Cultural en la Comunicación Política.</p> <p>Yuri Ramirez - Colombia Claves para montar su gobierno o la Chingada.</p> <p>Elexzar Avila - México Seguro de vida electoral para candidatos (Cuarta de guerra).</p> <p>Liliana Acosta - Colombia Comuniqué desde el corazón de la gente</p>	<p>Germán González - Colombia Activismo político en redes sociales: ¿Una tendencia mundial?</p> <p>Alma Bravo - México LA POST VERDAD: Post Truth</p> <p>Pedro Alexander Rodríguez - Colombia Blindaje contra el fraude electoral.</p> <p>Rodrigo Palacios - Chile La campaña PAME: Micro-targeting en Campañas Pequeñas y Medianas.</p>	<p>Yuisa James Permettissa - Colombia Crisis del discurso político y de la democracia.</p> <p>Ezequiel Cabarcas - Colombia La incidencia de la investigación en la formación de los jóvenes en la política.</p> <p>Edgar David González - Colombia Lo políticamente correcto: el inmemorial del elector.</p> <p>Khaferne Jiménez - Colombia ¿Se les ven los ojos? Garantía del éxito de una campaña política?</p>	<p>Gerardo Martínez - Colombia En quien confiamos.</p> <p>Javier Pérez - Chile Siete claves de segmentación y mensaje para la campaña de tierra.</p> <p>Rafael Marroquín - Brasil Legitimación y representación; desafíos de la comunicación pública y política.</p>
<p>Mauricio Flórez-Morris - Colombia ¿Cómo se elabora un plan de marketing de una política pública? Siete bases para su planificación aplicadas a un ejemplo concreto.</p> <p>Emanuel Puigui - Colombia Conéctese con la gente narre con imágenes.</p>	<p>ALMUERZO</p>		

<p>María Clara Posadas - Colombia Campanas para mujeres, campañas diferentes.</p>	<p>María Alejandra Trujillo - Colombia El éxito de la oposición en la presidencia de Ecuador.</p>	<p>Claudio Elortegui - Chile Memes y política: ¿una relación explosiva?</p>	<p>Panel Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano - FNPI. "Nuevas tensiones en la cobertura periodística de las campañas electorales."</p>
<p>Augusto Reyes - Colombia El Gobernador y el Manager experiencias ganadoras para comunicar.</p>	<p>Rubén Turanzo - España Equipos altamente motivados: El arma secreta de la victoria electoral.</p>	<p>Juan Fernando Carranza - Ecuador Comunicación en procesos electorales: Segmentación de públicos.</p>	<p>Juanita León - Colombia Carmila Zuluaga - Colombia Carlos Cortes - Colombia Moderador: Jaime Abello Banfi.</p>
<p>Marco Torres Paz - Perú La batalla por la Presidencia del Perú: PPK vs. Keiko Fujimori.</p>	<p>María Beatriz Salcedo - Colombia Del Sancocho a las Redes Sociales.</p>	<p>Francisco Sandoval - México Cualos de Género, Medios y Violencia Política en México.</p>	<p>Victor Vargas - México La ciencia de la guerra política 3.0: Neuropolítica aplicada.</p>
<p>Roberto Martínez - Colombia. 10 ideas para la creatividad de gobierno.</p>	<p>Miguel Antezana - Perú Qué hacer (y que no) en Comunicación Gubernamental.</p>	<p>Walter Leunda - Argentina La influencia de los medios tradicionales en las campañas electorales.</p>	<p>Carlos Gutiérrez - España ¡Alerta! Campaña digital.</p>
<p>Alejandro Ordóñez - Colombia La opinión pública no es la opinión publicada: Retos ante una comunicación politizada.</p>	<p>Juan Pablo Pozo - Ecuador Encuestos y Pronósticos en tiempos electorales: Una mirada desde la institucionalidad.</p>	<p>Victor López Torrents - España Tecnología Masiva para la Victoria.</p>	<p>Clausura XI Cumbre Mundial de Comunicación Política Conferencia de Cierre</p>
<p>María Alaristó - México Perspectiva de género para eliminar discriminación sexista en la elaboración de políticas públicas.</p>	<p>Alexander Vega - Colombia Plebiscito por la paz: Reglas claras, voto seguro.</p>	<p>Amaury Moqollon - Venezuela ¿Qué pasa con los Millennials en Colombia?</p>	<p>Sergio José Gutiérrez - México La sociedad ret: mitos y realidades de los estrategos.</p>
<p>Alejandra Ezeta - México Nuevos retos y estrategias de la comunicación social gubernamental.</p>	<p>Manuel Mosca - Argentina Consensos legislativos para leyes electorales.</p>	<p>Raniero Cassoni - Venezuela La cultura como base social y política.</p>	<p>Carla Hervás y Paulette Torres - Ecuador Polarización Electoral: Campaña de desprestigio - Elecciones Ecuador 2017.</p>
<p>Ana Ferszt - Argentina El lenguaje teatral en el discurso político.</p>	<p>Carlos Suárez - Colombia Como engranar el marketing electoral con el marketing de gobierno.</p>	<p>Oscar Diaz - Perú Como enfrentar con éxito a los periodistas.</p>	<p>Sheila Montaño - México Marca Personal en la Era Digital.</p>
<p>Miguel Jaramillo Luján - Colombia Sin marca no hay voto.</p>	<p>Diana Acosta - Colombia Un Gobierno 24/7 comunica sin intermediarios.</p>	<p>Emit Vásquez - Ecuador Tecnología 3.0 para el éxito en campañas y en gobierno.</p>	<p>Guadalupe Santacruz - México La Crisis de Comunicación en los partidos políticos en México (Sin credibilidad ni coherencia)</p>
<p>Julian Kanarek - Uruguay Mucho más que contar una historia.</p>	<p>Germán Medina - Colombia La nueva campaña política, no más JJ.</p>	<p>Camilo Romero - Colombia Ideas de un Nuevo Gobierno.</p>	<p>Rubén Erazo - Colombia Elecciones Colombia 2018: La rampante corrupción, el odio, el miedo y la paz.</p>
<p>Alejandro Zavala - Ecuador ¿Una campaña nacional con 10 líneas es imposible? ¡don't think so!</p>	<p>César Bolloero - Venezuela Las emociones como herramientas comunicacionales.</p>	<p>José Morel - Argentina. La importancia del PRH en la Administración Pública.</p>	<p>Gabriela Álvarez - Argentina. Companas Legislativas: la importancia de la integración de los Contenidos Offline - Online.</p>

