

Comunicación política, gobernabilidad e instituciones tiene como objetivo fundamental explicar cómo se construye la comunicación política en México a partir del análisis de sus instituciones políticas, los medios de comunicación y la cultura de los ciudadanos que está mediada por un contexto histórico por demás interesante, distinto a la sociedad estadounidense —cuna de la comunicación y mercadotecnia política— que transmitió esta tradición científica a todos los estudios que actualmente se realizan sobre opinión pública y campañas electorales. Asimismo, esta obra pretende reflexionar en torno a las transformaciones que se han dado en el contexto histórico de México respecto a la comunicación política. Finalmente, la meta de comunicar en cualquier contexto de gobierno es garantizar la legitimidad, la gobernabilidad y la promoción del desarrollo de la democracia como un mecanismo de orden y control social.



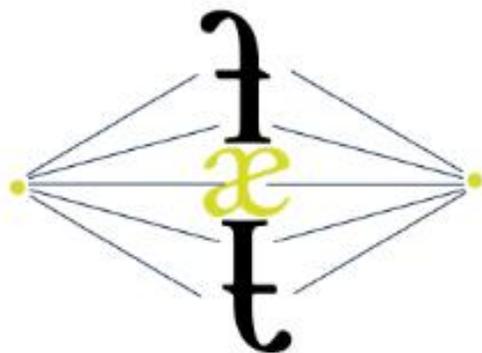
COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN: 978 64 17600 00 6



Comunicación política, gobernabilidad e instituciones

Angélica Mendieta Ramírez
José Luis Estrada Rodríguez



COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

Sumario

Introducción	7
I. Comunicación y mercadotecnia política	13
<i>Comunicación política</i>	<i>14</i>
<i>La mercadotecnia política</i>	<i>28</i>
<i>Los actores de la comunicación</i>	<i>45</i>
II . Comunicación Digital y Gobierno Abierto	53
<i>Comunicación y socialización</i>	<i>61</i>
<i>Comunicar e informar</i>	<i>63</i>
<i>La comunicación digital</i>	<i>69</i>
III . Gobernabilidad y Ciudadanía	87
<i>Comunicación gubernamental</i>	<i>89</i>
<i>La construcción de la ciudadanía</i>	<i>116</i>
<i>Legitimidad democrática</i>	<i>120</i>
<i>Gobernabilidad mediática</i>	<i>123</i>
<i>Gobernabilidad y gobernanza</i>	<i>131</i>
IV. Apuntes finales	139
Bibliografía	147

Introducción

Los estudios sobre comunicación política se han centrado en analizar cómo los gobiernos emiten información a través de los medios de comunicación masiva, la forma en la cual se dan a conocer los mensajes a la audiencia y cómo se construye el discurso por parte de los gobernantes hacia los ciudadanos. Se considera por tanto una tríada entre el gobierno como emisor de mensajes, los medios como transmisores de dicha información y los ciudadanos como receptores de la comunicación. De tal forma que muchos de los estudios en comunicación política realizan este análisis de manera obvia y sin considerar que cada uno de los países y gobiernos a nivel subnacional tienen características distintas, instituciones que determinan la conducta y las amplias posibilidades de comunicación. El sistema político influye y por supuesto la cultura de cada una de las naciones está fuertemente vinculada con el consumo de los medios masivos de la población; pero también sobre sus percepciones. Bajo este planteamiento, este libro tiene como objetivo fundamental explicar cómo se construye la comunicación política en México, a partir del análisis de sus instituciones políticas, los medios de comunicación y

la cultura de los ciudadanos que está mediada por un contexto histórico por demás interesante; distinto a la sociedad estadounidense, cuna de la comunicación y mercadotecnia política, que heredó esta tradición científica a todos los estudios que actualmente se realizan sobre opinión pública y campañas electorales. Asimismo, pretende reflexionar en torno a las transformaciones que se han dado en el contexto histórico de nuestro país respecto a la comunicación política. Finalmente, la meta de comunicar en cualquier contexto de gobierno es garantizar la legitimidad, gobernabilidad y promover el desarrollo de la democracia como un mecanismo de orden y control social.

En ese sentido, la comunicación política que vincula a los actores con las campañas políticas, sociales, con la comunicación de gobierno y comunicación social es una disciplina que integra a la ciencia política y la comunicación; incluso más recientemente a la mercadotecnia. Estos elementos son indisolubles para comprender el poder político, el sistema político mexicano y sobre todo la manera en la cual se construye el *statu quo*. Maarek (2008), sostiene que la investigación en comunicación se halla en una encrucijada porque comparte créditos con la ciencia política, periodismo, psicología, sociología, mercadotecnia y otras disciplinas científicas. Es por tanto que, la comunicación política, tiene una amplia pertenencia a variadas formas de entender un fenómeno y de acceder al conocimiento desde un enfoque interdisciplinario.

Con el desarrollo que ha tenido la comunicación política ésta cuenta con un lenguaje especializado y requiere de vocablos específicos que sistematizan los

significados de los nuevos términos. Estamos ante un desarrollo inusitado de una disciplina con creciente auge, por las implicaciones que tiene en el sistema de representación política como instrumento para ganar las elecciones, así como instaurar la gobernabilidad, gobernanza y aceptación de los gobiernos.

Más aún, con el desarrollo de las nuevas tecnologías e Internet, el análisis y estudio de la comunicación política muestra un creciente desarrollo hacia la imagen, el discurso, la persuasión y otros elementos que confluyen en el desarrollo de estrategias para convencer a los ciudadanos por qué candidato votar o en su defecto cómo aceptar y respaldar políticas públicas emanadas desde el gobierno; pero también brindan una mayor visibilidad de los políticos que puede promover el descrédito, la pérdida de consenso, simpatías y otros fenómenos derivados de esta exposición mediática.

La televisión, que fue uno de los principales instrumentos de comunicación política, en algunos países ha sido superada por los medios digitales, aplicaciones y redes sociales con amplias posibilidades de interacción y retroalimentación. Pero comunicar es también un ejercicio de relaciones públicas, que conlleva un plan o estrategia siempre definida con antelación para prever los resultados y las metas. Una campaña política, por ejemplo, está ceñida a procesos y un *timing* o cadena de acciones para producir un efecto en los ciudadanos.

Asimismo, cuando hablamos de la democracia en nuestro país, es imprescindible realizar un análisis de los actores de la comunicación política que construyen la opinión pública, forman la agenda pública e

influyen en los tomadores de decisiones. En ese sentido, la comunicación es política —en la medida en que un mensaje emitido por una fuente— tiene un efecto en el sistema político con una intencionalidad de persuasión y motivación hacia los ciudadanos, así como en los electores en los momentos de campaña o en la aceptación de las políticas propuestas por los gobernantes.

Este libro está dividido en tres apartados que introducen al lector, en un proceso de aprendizaje, por la descripción de los conceptos y el análisis de los elementos que derivan de la interacción entre gobernantes y gobernados. Pero más allá de este necesario aprendizaje, el análisis de la comunicación política a través de sus tres grandes dimensiones, contribuye a mejorar la aplicación de los métodos, técnicas y herramientas de investigación que nos provee este campo de las ciencias sociales para transformar la realidad de nuestra comunidad y del país.

Hacer comunicación política en México es trabajar en la construcción de los puentes que nos permitan transitar hacia un sistema político más democrático y un espacio público mejor habilitado para dar cabida a todas las voces de una sociedad civil dinámica, que participa en la gran conversación pública de la comunicación política.

El propósito de los autores de este libro es abrir los cauces para que nuevas generaciones de especialistas de la comunicación política y los expertos en este campo de consultoría profesional se encuentren con los ejes de la discusión actual en la materia y produzcan las nuevas preguntas que se requieren plantear para que

nuestra disciplina se consolide como una herramienta pertinente en la transformación social y política de nuestro país.