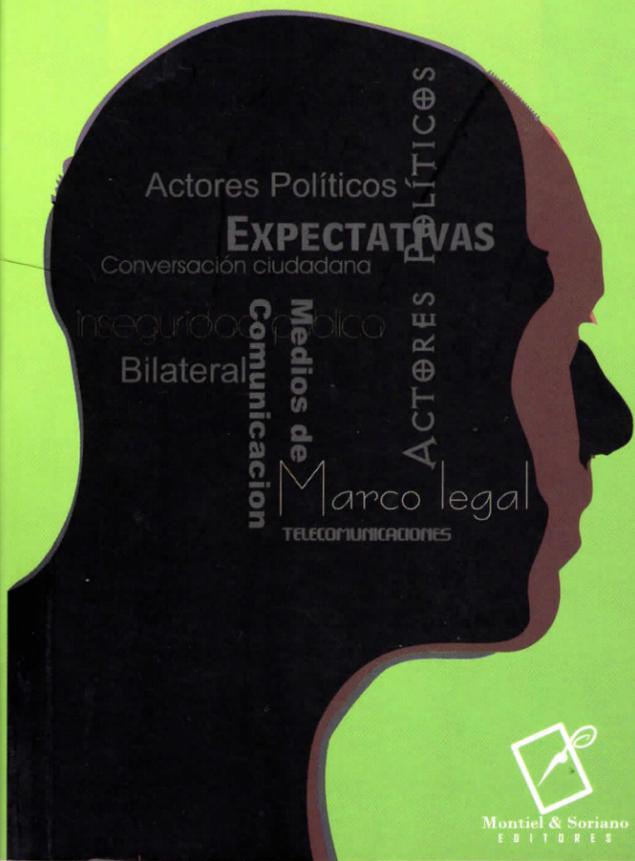


La Complejidad de la Comunicación Política: Actores y Escenarios

ANGÉLICA MENDIETA RAMÍREZ
JORGE LUIS CASTILLO DURÁN
FRANCISCO J. RODRÍGUEZ ESCOBEDO
COORDINADORES



Prólogo
Jorge David Cortés Moreno



La Complejidad de la Comunicación Política: Actores y Escenarios

Angélica Mendieta Ramírez
Jorge Luis Castillo Durán
Francisco Rodríguez Escobedo
(coordinadores)

Prólogo
Jorge David Cortés Moreno



La Complejidad de la Comunicación Política: Actores y Escenarios

Angélica Mendiceta Ramírez

Jorge Luis Castillo Durán

Francisco Rodríguez Escobedo (coordinadores)

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Mtro. Alfonso Esparza Ortíz

Rector

Dr. René Valdiviezo Sandoval

Secretario General

Dr. Ygnacio Martínez Laguna

Vicerrector de Investigación y Estudios de Posgrado

Mtra. María del Carmen Martínez Reyes

Vicerrectora de Docencia

Dr. Jorge David Cortés Moreno

Vicerrector de Extensión y Difusión de la Cultura

Mtro. Israel León O'Farrill

Director de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dr. José Antonio Meyer Rodríguez

Director del Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico



Primera Edición: Noviembre, 2013

ISBN: 978-607-7512-40-0

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Dirección de Fomento Editorial

2 Norte 1404, CP 72000

Teléfono y fax 01 222 2 46 85 59



Montiel & Soriano
EDITORES

Montiel & Soriano Editores S. A. de C. V.

15 sur 1103-6 col. Centro

Puebla, Pue.

Edición: Miguel Angel Soriano Montero

Diseño de Portada: Mario Luna Cholula

Esta publicación no puede ser reproducida ni en todo ni en parte, ni registrada en, o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea este mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electro-óptico, por fotocopia o cualquier otro sin el permiso previo por escrito de la editorial.

Impreso y Hecho en México / *Printed and bound in México*

PRESENTACIÓN

Algo está cambiando...

Las costumbres, los hábitos y hasta las formas de aprendizaje están cada vez más cerca de aquello que en su momento pensamos como “futuro”. ¿Se acuerdan cuando hablábamos del año 2000 como un cambio de era, como un nuevo ciclo? En ese entonces, esa era la versión de futuro más lejana y la que tanta expectativa nos generaba.

La historia se demuestra en los hechos: en 2006, cuando edité mi primer libro la frase más escuchada era que Internet y el fenómeno digital alcanzaban sólo al 1% de la población. Sin embargo, algunos asegurábamos que el futuro promisorio de las nuevas tecnologías recién estaba dando sus primeros pasos.

En 2008 ya se calculaba que los seres humanos recibíamos alrededor de cuatro mil impactos entre señales de tránsito, vía pública, llamadas telefónicas, etc. Sin embargo, los asépticos daban a este panorama un impacto en el 5% de la población.

Cuando en 2010 titulé mi último libro “Obsesión Digital”, la primera pregunta a voces fue: “¿Es para tanto?”. La respuesta está en los números: en 2013 alcanzamos la cifra de 6.000 millones de teléfonos celulares en el planeta. Sin embargo, 1.200 millones de personas de los 7.000 millones que lo habitan no tienen acceso a agua potable y 2.400 millones no están

ÍNDICE

Presentación	
<i>Daniel Ivoskus</i>	7
Prólogo	
<i>Jorge David Cortés Moreno</i>	14
Introducción	18
Complejidad de la Comunicación Política	
I. Otra comunicación política, para otra democracia en México	
<i>Javier Esteinou M</i>	25
II. La comunicación política ¿una herramienta de participación social?	
<i>Francisco José Rodríguez Escobedo</i> <i>Angélica Mendieta Ramírez</i> <i>Fernando Hernández Gutiérrez</i>	50
III. Comunicación, elección racional y sistema	
<i>Carlos Adolfo Gutiérrez Vidal</i>	66
IV. Politing: más allá del marketing político	
<i>Carlos Salazar Vargas</i>	82
Actores de la Comunicación Política	
V. Marco legal de la comunicación en el ámbito de los procesos electorales	
<i>Fabiola Coutiño Osorio</i> <i>Jorge Luis Castillo Durán</i> <i>Francisco Santillán Campos</i>	97

VI. Las radios comunitarias ante la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones

José Manuel Ramos Rodríguez

Miriam Carrillo Ruiz113

VII. Transmitiendo información a través de los spots televisivos electorales: análisis de contenido desde la teoría del framing

Lauro Maldonado Maldonado

Carlos Muñoz Muriel

José Segoviano Hernández123

Escenarios de la Comunicación Política

VIII. La gran responsabilidad de los medios durante una profunda crisis política y social

Flor Micaela Ramírez Leyva

José Manuel De Pablos141

IX. Escenario y discurso en la comunicación política de la elección presidencial de México 2012

Carlos Enrique Ahuactzin Martínez

José Antonio Meyer Rodríguez155

X. Cuestiones de género en los spots electorales presidenciales en Latinoamérica - un estudio comparado entre Brasil y México

Luciana Panke169

X. Emotividad y ficción en el espacio público, bases para un modelo de comunicación política en México

Norma Pareja Sánchez179

Líneas curriculares de los autores del libro.....195

II

LA COMUNICACIÓN POLÍTICA ¿UNA HERRAMIENTA DE PARTICIPACIÓN SOCIAL?

Francisco José Rodríguez Escobedo (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla-Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico).

Angélica Mendieta Ramírez (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla-Facultad de Ciencias de la Comunicación).

Fernando Hernández Gutiérrez (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla)

1. Introducción

La participación ciudadana en la hechura de políticas públicas, es característica del fortalecimiento del sistema democrático. De este modo la agenda pública se consolida como una arena de discusión para el establecimiento de consensos capaces de legitimar la acción gubernamental, la transparencia y la contribución de las organizaciones de la sociedad civil a la convivencia democrática. Es importante comprender la influencia que ejerce la comunicación política en la opinión pública ya que, en ocasiones, marca la pauta para que la sociedad decida involucrarse o mantenerse

alejada del quehacer político. La ciudadanía recibe información que los medios de comunicación consideran importante, pero en ocasiones, tal información es sesgada y se obstaculiza el acercamiento de la ciudadanía con los gobiernos. Si bien es cierto que la existencia de espacios de participación ciudadana como son los consejos ciudadanos y la interacción con algunos grupos sociales organizados, son acciones implementadas por los gobiernos a favor del desarrollo democrático, éstas no son suficientes; se requiere identificar la existencia de estrategias de reconocimiento y visibilidad para los rostros y las voces provenientes de sectores sociales marginados que, con sus necesidades, ejercen su influencia para la configuración del espacio público. En este trabajo se hace una breve revisión de la teoría acerca de la comunicación política, su relación con las políticas públicas y la participación ciudadana en México.

2. La Comunicación Política

La política y la comunicación tienen un vínculo estrecho ya que, en la actualidad, sin la comunicación es prácticamente imposible hacer política y muchas de las veces la política marca el rumbo que debe tomar la información en el proceso de comunicación, ya sea entre los mismos políticos o de los medios de comunicación hacia los ciudadanos, esta correlación, conocida como comunicación política, dista de ser diferente a cualquier tipo de comunicación vista desde la perspectiva de la teoría de la comunicación de masas (Lasswell, 1985:1), Lasswell formula preguntas básicas que describen cualquier acto de comunicación: ¿quién dice qué? ¿en qué canal? ¿a quién? y ¿con qué

efecto? Pues bien, en la comunicación política, estas preguntas se tornan un poco más complejas por lo variado de los involucrados en ésta. Encontramos, entonces, que:

“la comunicación política constituye un quehacer permanente de interrelación, un proceso dialógico entre gobernantes y gobernados vinculado con la generación de información y mensajes políticos transmitidos a través de los medios de comunicación” (Vidaña, 2010:95).

A simple vista no se observa la complejidad de este proceso ya que los actores son fácilmente reconocibles, por ejemplo el gobernante o el político como lo menciona el mismo Vidaña, *“los gobernados y los medios de comunicación”*, (Vidaña, 2010:94); sin embargo, dentro de estas categorías se encuentran universos muy complejos que convergen entre sí y que tienen un impacto directo en la vida de toda la sociedad dado que, para la teoría de la comunicación, *“la comunicación política es el conjunto de mensajes que permite la formación de decisiones políticas”* (Arnoletto, 2007:14).

Este carácter complejo de la comunicación política es lo que Mendieta y González (2012) denominan *bucle de la comunicación política*, concepto que acuña Mendieta (2011) y que describe las interacciones, correlaciones, sinergias y zonas de conflicto de las fuerzas, actores y entramados sociales, culturales, educativos e ideológicos con los que se configura el dinamismo de la comunicación política, sus confrontaciones, encuentros y desencuentros:

“De alguna manera la comunicación política opera como un bucle que cuestiona, dialoga y debate de manera constante e ininterrumpidamente las prácticas políticas en un contexto determinado” (Mendieta y González, 2012: 44)

Este carácter complejo, recursivo e interdependiente del *bucle de la comunicación política* (Mendieta, 2011) es más una virtud que una limitante, porque, de lo contrario, se producen riesgos al simplificar el modelo de análisis, como lo señala Mendieta (2013):

“La multirreferencialidad y multidimensionalidad que presenta, contribuyen a una comprensión que atienda a la complejidad del proceso sujeto a análisis. Simplificar el proceso sólo acarreará confusiones en el estudio de las decisiones ciudadanas y en consecuencia cerrará el camino para la construcción de interpretaciones adecuadas de la comunicación política en México” (Mendieta, 2013: 878).

Ahora bien, regresando a las preguntas de Lasswell y los actores que intervienen en el diálogo, es relativamente sencillo ver por qué se torna complejo el desarrollo del proceso de comunicación, ya que cuando vemos “¿quién dice qué?” nos encontramos con el hecho de que no sólo es el gobernante quien manda mensajes a los ciudadanos, sino también los políticos de oposición e incluso políticos de la misma corriente que la del gobierno e

incluso agentes externos que son capaces de dar dirección a la política de un país. Todos suelen hablar a la vez sobre un mismo asunto; sin embargo, todos hablan desde diferentes perspectivas, lo que puede llegar a causar cierta confusión en el receptor, que puede ser tanto la ciudadanía como los mismos políticos. Siguiendo esta línea vemos la segunda fase “¿en qué canal?” en donde usualmente la mayor cantidad de información y mensajes entre los diferentes actores participantes se concentra y fluye a través de los medios de comunicación masiva, lo que no quiere decir que necesariamente haya un diálogo directo entre los que toman las decisiones y la ciudadanía; sin embargo, en la sociedad del siglo XXI, los medios de comunicación han estado presentes y han formado un vínculo estrecho con la sociedad, ya que con éstos la información ha sido capaz de cubrir a prácticamente toda la población y se han convertido en los hacedores de la opinión pública. No obstante, la relación se hace cada vez más compleja en tanto que para las preguntas ¿a quién va dirigido? y ¿con qué efecto? vemos que, si bien el receptor principal es la ciudadanía en su conjunto, dentro de ese conglomerado existen diferentes formas de ver y comprender la información que también depende en gran medida del sector social al cual se pertenezca y del manejo que los medios hagan del mismo.

Esto hace que el receptor no sea más un ente acrítico que recibe el mensaje, lo decodifica y actúa en consecuencia. En la sociedad del conocimiento y la información en que vivimos las personas son productores de sentido y, desde los recursos que les proveen las nuevas tecnologías de comunicación e información, generan discurso, producen crítica y

generan opinión desde su casa, tableta electrónica o celular. El discurso se ha dispersado de forma casi compulsiva en una red rizomática de sentido que no le pertenece a nadie pero le llega a todos de forma directa o indirecta. Las redes sociales, los blogs y las páginas de internet personalizadas son recursos a la mano de casi cualquier persona y en ello radica su potencial generador de signos y significados que eventualmente pueden producir movilizaciones sociales en torno a una causa o a favor de un proyecto de futuro. Acciones individuales que se tornan en movilizaciones colectivas gracias al papel de los nuevos medios de comunicación e información, forman parte de las nuevas condiciones en que se configura el espacio público.

Además de esta problemática, es decir, de la heterogeneidad de la sociedad, existe otro aspecto en el que los medios, como hacedores de la opinión pública, son capaces de influir en la vida política de un país. Este problema lo observó Lasswell en su teoría de la aguja hipodérmica la cual señala que “*los medios de comunicación ‘inyectan’ una información con un contenido que se da por cierto y verídico; es decir, que lo que un medio de comunicación diga es cierto y de ninguna manera requiere ser verificado*”, lo cual es un riesgo en sí mismo, ya que la información manejada de manera tendenciosa, viciada o incompleta, produce una sociedad frágil e indefensa ante las decisiones que los políticos tomen, ya que, si bien hay medios independientes que hablan generalmente con la verdad, es muy marcada la tendencia de la gran mayoría de los medios masivos de comunicación de presentar información tendenciosa y contribuir a la desinformación de las masas (Cunyat, 2010).

Todo esto se da debido al mismo proceso de desarrollo histórico que han tenido los medios de comunicación, quienes, de ser una herramienta al servicio del Estado, ahora se han convertido en “*verdaderos agentes de poder y que tienen un rango que se acerca al propio de las instituciones públicas*”, dado que ahora persiguen intereses propios (Canel, 2006: 17).

Las reacciones de la sociedad, entendidas como la opinión pública, de igual manera han demostrado que tienen la capacidad de revertir, en algunos casos, las decisiones tomadas desde el gobierno. Esta opinión pública se ve reflejada de diversas maneras que van desde las manifestaciones hasta las encuestas de opinión para calificar el desempeño de los gobernantes. Es ahí donde se ven de cerca los efectos que causa la información mal proporcionada, incompleta o tendenciosa, que es tan diversa como los grupos que conforman una sociedad, ya que es notorio que ante una decisión del gobierno, los empresarios la pueden aplaudir mientras que el resto de la sociedad la puede repudiar o viceversa. En sí misma, la información proporcionada por los medios de comunicación tiene la capacidad de volver pasiva o combativa a la sociedad. Desafortunadamente, estas características dependen en gran medida de los intereses de los propios medios de comunicación.

Desgraciadamente, los medios masivos de comunicación han cobrado tanta fuerza que son capaces de crear o desaparecer personajes de la escena política de un país solamente con la inconsciente participación de los espectadores ya que para los medios al defender sus intereses “*no existen los matices, todas las frases cuentan, una frase destruye o*

construye todo un discurso, una actitud produce o destruye una ideología” (Núñez, 2007: 4).

Sin duda, el proceso de la comunicación política es complejo y más si se enfrenta a las circunstancias de la sociedad globalizada, en donde la información fluye desde diversos enfoques que pueden influir claramente en las políticas implementadas. Sin embargo, una alternativa a este control mediático aplastante lo constituye lo que se ha dado en llamar las redes sociales, que han demostrado ser una fuente de información alternativa que puede hacer llegar los mensajes de una manera menos distorsionada e incluso permite la interacción directa de la sociedad con los políticos o con los propios medios y que han llevado a grandes movilizaciones en el mundo. Sin embargo, no está exenta de que se encuentre en esta información una cierta dosis de tendenciosidad personal o de grupo; no obstante, es una alternativa de comunicación que se encuentra en evolución y que, sin duda alguna, cambiará aún más el proceso de comunicación política. Vale la pena señalar también que las redes sociales tienen una influencia limitada en la sociedad, debido a que la gran mayoría de los ciudadanos son ajenos al acceso a estos medios alternativos de comunicación; sin embargo, la tendencia es que cada día vaya acrecentándose su influencia como un agente en el proceso dialógico entre ésta y las élites políticas: “*la comunicación política no es la política, pero la política (parte considerable de ella) es, o se produce, en la comunicación política*” (Morató, 2012:2). Y dicho proceso “*es indispensable para su funcionamiento, desde la formación de las demandas hasta los procesos de conversión y las respuestas del sistema*

(...) cuyo desarrollo es un requisito indispensable para todas las otras funciones del sistema político” (Arnoletto, 2007:14).

3. Las Políticas Públicas

Los grupos sociales siempre han buscado tener interacción con los gobiernos para darles a conocer sus demandas y necesidades, pero los gobiernos han presentado algunos obstáculos, por medio de legislaciones, que limitan la comunicación. Entonces, los grupos han sido utilizados sólo de forma consultiva. En México la participación de la ciudadanía se ha limitado a emitir opiniones, proponer pero no deliberar y, al final, esperar la decisión que tomen los gobiernos. Los programas implementados son ejecutados de forma vertical y universal, sin una planeación focalizada que atienda de forma específica los problemas que presentan las regiones.

En primer lugar, se entiende que:

“una política pública es a) un conjunto (secuencia, sistema, ciclo) de acciones, estructuradas en modo intencional y causal, que se orientan a realizar objetivos considerados de valor para la sociedad o a resolver problemas cuya solución es considerada de interés o beneficio público” (Aguilar, 2009:14).

Lo que señala Aguilar es que las acciones empleadas por los gobiernos para la resolución de algún conflicto social, sean discutidas previamente

con los ciudadanos y que la decisión tomada se traduzca en beneficio del grupo social en cuestión.

La propuesta del autor contrasta con la tradición mexicana de hacer políticas públicas, como lo señala Cabrero, la formulación y el diseño de políticas públicas en México se caracteriza por ser un proceso endógeno donde se excluye la participación de instituciones académicas u organizaciones no gubernamentales en el diseño de los programas y éstos son mostrados a la ciudadanía cuando ya están en operación (Cabrero, 2000: 204).

De igual forma, en la etapa de evaluación, los grupos de expertos organizados por el aparato de gobierno, son quienes toman el control y si éstos fueron los encargados de diseñar la agenda e implementar el programa, ellos serán los encargados de decidir si el programa ha resultado exitoso.

3.1 Participación ciudadana en México para el proceso de políticas públicas

Para que los gobiernos tengan un contrapeso, se necesita de la participación ciudadana, entendida ésta como la incidencia en las estructuras gubernamentales y en las políticas públicas; la transformación del orden social y político y, finalmente, la exigibilidad de los derechos ciudadanos y humanos en general (Canto, 2008:7). En México se cuenta con gobiernos locales donde la participación ciudadana está regulada y aunque en algunos estados los mecanismos de participación como los consejos ciudadanos no son utilizados de forma deliberativa, sino consultiva, en otras entidades se cuenta con experiencias donde el

referéndum, por ejemplo, ha sido determinante para la derogación de una reforma electoral (Aziz, 1998:202).

Es cierto que la idea de participación ciudadana engloba buenas intenciones y deseos de mayor pluralidad en la toma de decisiones por parte de los órganos de gobierno, pero se debe pugnar por dar cabida real a los grupos organizados.

Siguiendo a Canto, la participación ciudadana se puede dar en cada una de las fases de las políticas públicas; sin embargo, este proceso cuenta con limitaciones como la falta de información ciudadana, por lo tanto la ciudadanía, en ocasiones, no cuenta con las herramientas suficientes para argumentar sus demandas y deja en manos de los grupos de expertos la toma de decisiones. Otro problema surge cuando sólo participan grupos organizados de la sociedad civil y son éstos quienes monopolizan la interacción con los gobiernos (Canto, 2010:68)

Navarro acuñó el término *élites participativas* para caracterizar a aquellos grupos que tienden a predominar en los espacios participativos. Una desventaja de este hecho es que cuando los grupos organizados cierran filas hacia la construcción o diseño de formas de participación, al mismo tiempo excluyen al ciudadano común (no organizado). Sólo los segmentos sociales más organizados como los consejos ciudadanos tienden a tener acceso a los mecanismos de participación, pero éstos en realidad no representan los intereses del total de la ciudadanía (Yáñez, 2010:72).

Es importante analizar hasta qué punto las intenciones que se tienen con los mecanismos de participación ciudadana son viables dependiendo del contexto local y, aunque en los múltiples estudios

acerca del tema se observa unanimidad de que el involucramiento de los actores sociales en el quehacer político es necesario para la consolidación de la democracia, aún existe mucho por hacer.

En este sentido, la comunicación política entendida como mecanismo de transformación social en el que los ciudadanos intervienen gracias al uso de herramientas tecnológicas y redes de comunicación global, puede ser un camino de intervención en el proceso de diseño de las políticas públicas. Cada vez más en México se exige que las autoridades gubernamentales, legislativas o judiciales, rindan cuentas a la sociedad civil; la exigencia de transparencia informativa, de la mano con el creciente acceso a medios de comunicación abiertos para todos podrían, por una parte expropiar de manos privadas el diseño de los contenidos informativos que orienten a la opinión pública y, por otro lado, abrirían un sendero para que las políticas públicas respondan a las necesidades reales y percibidas de la población y cada vez menos a los intereses de grupos reducidos de poder.

4. Conclusiones

La comunicación política es un proceso dialógico entre gobernantes y gobernados que, lejos de propiciar la participación social para la resolución de problemas colectivos, lo que hace es manipular a la ciudadanía a través de la recepción de información que los medios de comunicación consideran importante, pero que, en la mayoría de las ocasiones, tal información es sesgada y responde a los intereses de los propios medios.

Otro tema que se destaca en este trabajo es el papel que desempeñan las organizaciones no

gubernamentales interesadas en el proceso de políticas públicas, tales como las organizaciones civiles, observatorios ciudadanos, grupos de investigación y cuerpos académicos.

Pensamos que estos grupos deben estar más involucrados en el seguimiento y monitoreo constante de los programas implementados para su posterior evaluación. Se necesitan crear canales de comunicación permanente entre los ciudadanos, el gobierno y sus órganos. Construir estrategias que permitan la incorporación de sectores más amplios de la sociedad en los diferentes mecanismos de participación. Por tal motivo, pensamos que es fundamental la creación de mayores espacios de participación donde se genere información acerca del seguimiento a programas en operación, así como de los resultados obtenidos de las evaluaciones. Además de la difusión y explicación de información, también es importante que los ciudadanos sean partícipes de asambleas, consejos, foros, en donde se discutan los aspectos que intervienen en las decisiones gubernamentales tomadas.

Un concepto que contribuye a identificar salidas del laberinto informativo y gubernamental con el que se pretende alienar a los ciudadanos, es el de gobernanza que implica un nuevo modelo de gestión gubernamental que asume la responsabilidad de construir gobiernos transparentes, abiertos, participativos, eficaces y coherentes. La gobernanza se articula como una propuesta de interacción dialógica de los ciudadanos con el gobierno para la construcción de la agenda pública y su definición operativa. Sin embargo, este modo de hacer gobierno con los ciudadanos sólo funciona si se considera a la ética como elemento

legitimador que sustancia de vida a cualquier acción pública de la autoridad:

“La gobernanza con bases de legitimidad democrática, en diálogo con los sectores sociales que le otorgan sentido y rumbo a su actuar, necesariamente implica una profunda comprensión de su responsabilidad que en ocasiones podría ser desobediente a la exigencia del poderoso, ya que asume que su compromiso primero es con el mandatario de una democracia: la sociedad civil”
(Mendieta, 2011: 238).

De esta forma se puede evitar la dependencia de los medios de comunicación, los cuales, en la mayoría de los casos, sesgan la información, provocando que el ciudadano se mantenga alejado de la interacción y búsqueda de algún mecanismo de participación.

5. Bibliografía

- ARNOLETTI, E. J. (2007). *Glosario de conceptos políticos usuales*. Recuperado el 14 de octubre de 2013, de Enciclopedia Virtual eumed.net: <http://www.eumed.net/diccionario/definicion.php?dic=3&def=210>
- AZIZ, A. (1998). *Referéndum y Ciudadanía*. Recuperado el 27 de octubre de 2013, de Flacso México: <http://publicaciones.flacso.edu.mx/index.php/revista?sobi2Task=sobi2Details&catid=18&sobi2Id=214>
- CANEL, M. J. (2006). *Comunicación Política. Una guía para su estudio y práctica*. Recuperado el 15 de octubre de 2013, de Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas": http://www.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/6677a5_comunicacionpoliticaunaguia de estudio.pdf

CANTO, M. (2008). *La participación ciudadana en las sociedades complejas*. Recuperado el 26 de octubre de 2013, de Instituto de Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales del Distrito Federal: <http://www.infodf.org.mx/capacitacion/documentos/JURIDICO08/PRESENTACIONES/MODULO%207/ManuelCantoChacCiudadanaLagobernanzadelassociedades.pdf>

CANTO CHAC, M. (2010). *Participación Ciudadana en las Políticas Públicas*. México: Siglo XXI Editores.

CHAC, M. C. (2010): *Participación Ciudadana en las Políticas Públicas*. México: Siglo XXI Editores.

CUNYAT, X. (23 de enero de 2010). *Modelos de comunicación I: Lasswell y la "aguja hipodérmica"*. Recuperado el 20 de octubre de 2013, de Filosofía Esplugues: <http://filosofiaesplugues.blogspot.mx/2010/01/modelos-de-comunicacion-i-lasswell-y-la.html>

LASWELL, H. (1985). *Estructura y función de la comunicación en la sociedad*. Recuperado el 13 de octubre de 2013, de Instituto de la Comunicación e Imagen. Universidad de Chile: <http://periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/lasswell.pdf>

MENDIETA RAMÍREZ, Angélica (2011): *La comunicación política en la construcción de la cultura política de los ciudadanos en México. Una propuesta de análisis* en Durán Medina, José Francisco, Vargas Delgado, José Jesús, Rodríguez Sánchez, Yaniris y Sierra Sánchez, Javier (Coordinadores) *El EEES y la divulgación de los resultados investigadores sobre innovación docente*. Editorial Visión Libros. Madrid.

MENDIETA RAMÍREZ, Angélica (2011): "Gobernanza y ética política: la compleja relación de los medios y fines en la acción pública" en Coutiño, Fabiola (Coord.) *Ética y gobernanza*. México: BUAP.

MENDIETA RAMÍREZ, Angélica (2013): "Decisiones político-electorales de los ciudadanos en México" en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (Vol. 19 Núm. Especial abril 2013) Madrid.

MENDIETA RAMÍREZ, Angélica y GONZÁLEZ VIDANA, Braulio (2012): *La elección no sólo es ni está en las urnas. ¿Y la imaginación política?* México: BUAP-CISYE-LIMUSA.

MENDOZA, E. C. (2000). *Usos y Costumbres en la hechura de las políticas públicas en México*. Recuperado el 23 de octubre de 2013, de Gestión y Políticas Públicas: http://www.gestionypoliticapublica.cide.edu/num_anteriores/Vol.IX.No.II.2dosem/CME.Vol.9.No.II.2sem.pdf

MORATÓ, J. d. (s.f.). *¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación política?* Recuperado el 20 de octubre de 2013, de Universidad del País Vasco: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer01-04-delrey.pdf>

NÚÑEZ, R. R. (2007). *La nueva comunicación política: lenguaje, blogs, videoblogs y comunidades sociales*. Recuperado el 14 de octubre de 2013, de Fundación Rafael Preciado Hernández A.C: <http://www.fundacionpreciado.org.mx/biencomun/bc154/Rubio.pdf>

VIDAÑA, A. Z. (2012). *La comunicación gubernamental en los ayuntamientos de Veracruz*. Recuperado el 15 de octubre de 2013, de Enciclopedia Virtual eumed.net: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/azv/index.htm>

VILLANUEVA, L. F. (2009): Marco para el análisis de las políticas públicas. En F. M. Navarro, *Política pública y democracia en América Latina del análisis a la implementación*. México, México: Porrúa.

YÁÑEZ, C. N. (2008): ¿Quiénes y cómo participan? En M. C. Chac, *Participación Ciudadana en las Políticas Públicas*. México: Siglo XXI Editores.

Desde mediados de los años noventa y gracias a la alternancia democrática, se inauguró en Iberoamérica la corriente de las ciencias sociales denominada comunicación política, que es un campo de investigación interdisciplinaria en el que se dan cita la reflexión, análisis e interpretación de los discursos que comunican el sentido de la agenda pública, a través de los instrumentos teóricos y metodológicos que proveen la sociología, la ciencia política, la etnografía, la mercadotecnia, la publicidad, las teorías de la comunicación, la antropología, la psicología social, la semiología y los estudios periodísticos.

La complejidad de la comunicación política: actores y escenarios reúne los resultados de las investigaciones producidas por algunos de los más destacados especialistas iberoamericanos en la materia, en las que se expresa el complejo entramado de fuerzas, actores y dimensiones que definen los escenarios de la práctica de la comunicación política y las experiencias de este campo de estudio en países como España, México, Argentina, Colombia, y Brasil.

Es así como el libro *La complejidad de la comunicación política: actores y escenarios*, actualiza el debate contemporáneo en torno a la comunicación política a fin de situarlo más allá del reduccionismo que limita su estudio al campo de la mercadotecnia electoral, para dar paso a propuestas teóricas y conceptuales que fortalezcan la democracia por medio del reconocimiento del papel que juegan los diferentes actores de la sociedad civil organizada en la consolidación y apertura del espacio público en la región



9 786077 512400