Sumario

Prólogo	7
Presentación	11
Introducción, <i>por Norma Pareja Sánchez y Silvia Molina y Vedia</i>	13

Primera Parte

COMUNICACIÓN POLÍTICA Y PROCESOS ELECTORALES

1. Medios de comunicación y procesos de intermediación política, <i>por María de la Luz Casas Pérez</i>	25
2. Comunicación y democracia: una agenda para su investigación, <i>por Francisco de Jesús Aceves González</i>	40
3. La cultura política y la comunicación política en las elecciones intermedias del 2009, <i>por Norma Pareja Sánchez</i>	50
4. Percepciones políticas y mercadotecnia electoral, <i>por Gonzalo Leyva Pacheco y Manuela Matus Verdugo</i>	68
5. Elección intermedia 2009 en México y los desafíos de la reforma electoral: fortalezas y debilidades mediáticas de la nueva legislación electoral, <i>por Hugo Sánchez Gudiño</i>	88
6. La coyuntura política en México durante las elecciones intermedias de 5 de julio de 2009, <i>por Roberto Sánchez Rivera</i>	102
7. Avances y limitaciones político-comunicativas de la reforma electoral en las elecciones intermedias mexicanas del 2009, <i>por Javier Esteinou Madrid</i>	119
8. Batallas en el aire. Los spots y las campañas electorales del 2009, <i>por Murilo Kuschick</i>	143

9. Rutinas de producción informativa en el contexto de la alternancia política. El caso del proceso electoral 2009 en la ciudad de Querétaro, *por Gabriel Alfonso Corral Velázquez* 160
10. Implicaciones de la reforma electoral en el estado de Michoacán, *por Lorena Zaldívar Bibriesca y Nayeli Martínez Rosiles* 172

Segunda Parte

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

11. «Los jóvenes no saben de política». Patrones de consumo y recepción de información política y gubernamental en jóvenes, *por Martín Echeverría Victoria y Maricarmen Garay Hernández*..... 183
12. La aplicación del análisis textual a los debates político-electorales televisados en México, *por Rebeca Domínguez Cortina*..... 204
13. El discurso político a través de la prensa veracruzana, *por Patricia Andrade del Cid*..... 219
14. De la calle a la Radio, del mitin a la tele y del volante a la web. Las estrategias y acciones comunicativas de la APPO en el 2006, *por Cecilia Ortega Ibarra*..... 233
15. Un proyecto de estrategia de comunicación para fomentar el derecho de acceso a la información en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, *por Miriam Castillo Ruiz y Santa Isabel Camarillo Reyes*..... 248
16. Desarrollo del marketing electoral en México. Consecuencias democráticas, *por Sergio García Sánchez* 261

Tercera Parte

COMUNICACIÓN POLÍTICA Y RELACIÓN MÉXICO-ESTADOS UNIDOS

17. El discurso de Barack Obama y su incidencia en la elección presidencial, *por José Antonio Meyer Rodríguez*..... 281
18. Pautas de cambio en el discurso político norteamericano: Obama y Clinton en México, *por Silvia Molina y Vedia* 303
19. Estrategias para captar el voto latino en las elecciones de Estados Unidos 2008, *por Frambel Lizárraga Salas*..... 329