

Los Think Tanks en EEUU y su influencia en la opinión pública

Por Lorena N. Arraiz R. Profesora de la Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela (Caracas)

RESUMEN

Los Think Tanks son, fundamentalmente, centros de planificación y desarrollo de investigaciones, que tienen entre sus principales objetivos abrir o continuar debates en la opinión pública. Estados Unidos es el mayor proveedor de Think Tanks del mundo, pero ¿cómo funcionan los Think Tanks y cómo logran formar y desarrollar opinión pública en la sociedad norteamericana?

Introducción

Los Centros de investigación o laboratorios de ideas, mejor conocidos por su término en inglés como Think Tanks, se han venido expandiendo a nivel mundial, hasta lograr cada vez una mayor implicación de la sociedad civil en los procesos de toma de decisiones políticas de los gobiernos, pero sobre todo, han logrado un nivel importante en la formación y desarrollo de la opinión pública, poniendo sobre la mesa importantes temas de discusión.

Ahora bien, ¿sirven realmente los Think Tanks como puente entre los gobernantes y sus ciudadanos? Hay una fuerte tendencia a pensar que la respuesta es afirmativa, pues una vez que los Think Tanks difunden sus ideas sobre temas económicos, políticos, sociales, nacionales e internacionales, se crea una matriz de opinión capaz de expandirse hasta lograr que esos temas se conviertan en *issues* de la agenda pública. Y eso, en términos del nuevo modelo de desarrollo político-cultural, donde la sociedad civil está cada vez más involucrada en la vida política de su país y las formas tradicionales de representación política están atravesando una evidente crisis, hace de la figura de los Think Tanks un puente alternativo entre el gobierno y sus ciudadanos.

Construyendo el puente. Tal y como se ha indicado anteriormente, los Think Tanks tienen entre sus objetivos principales la creación de opinión pública, lo cual comienza por desarrollar estrategias de comunicación que les lleven a la difusión de sus ideas y corrientes de pensamiento avaladas, a su vez, por los expertos que integran el Think Tank. De modo que al provenir de una fuente fiable y luego del análisis exhaustivo planteado en sus investigaciones, esos temas pueden pasar a formar parte de la opinión pública, gracias a los distintos factores que se conoce influyen en el proceso de formación de la misma.

El 21 de enero de 2013 la Universidad de Pensilvania publicó el ranking mundial de los Think Tanks más relevantes de 2012. Según el estudio, Estados Unidos tiene el mayor número de Think Tanks del mundo (1.823) y corresponde entonces hacerse la pregunta de rigor que ha impulsado estas líneas: ¿cuál es la capacidad de influencia que tienen estos 1.823 Think Tanks, en la formación y desarrollo de opinión pública en Estados Unidos?

«Todos los trabajos realizados deben ser útiles, no sólo por un día o un año, útiles en el sentido de ofrecer una mejora permanente en las condiciones de vida de nuestra nación».
F. D. Roosevelt

Centros de Investigación; Centros de debate; Laboratorios de ideas; Centros de pensamiento, análisis y producción intelectual; son algunas de las definiciones que suelen darse para los Think Tanks. También son entendidos como un grupo de expertos que ofrecen consejos y difunden ideas sobre temas políticos, económicos y sociales de interés nacional e internacional.

Son organizaciones sin fines de lucro que pueden surgir desde tres campos:

– El campo universitario: Por la iniciativa de académicos, investigadores y estudiantes que unen conocimientos para formar estos círculos de análisis e investigación.

– El campo privado: Por la iniciativa de empresarios o profesionales del área privada; o expertos en te-

mas determinados; o por iniciativa de una fundación.

– El campo público: Por la iniciativa de formaciones políticas.

Entre las funciones principales de los Think Tanks, se encuentran: por un lado, la investigación para elaborar propuestas concretas, detalladas, analizadas y reales de políticas públicas; y por otro, la generación de ideas fuerza que susciten debates en la opinión pública.

1. Definiciones

El estudio del Doctor (Ph.D.) James G. McGann, director del Think Tanks and Civil Societies Program (TTCSP) de la Universidad de Pensilvania, define los Think Tanks como organizaciones de investigación, análisis e implementación de políticas públicas que generan recomendaciones en temas nacionales e internacionales que, a su vez, facilitan a los actores políticos y a la sociedad en general, tomar decisiones de manera informada sobre temas de políticas públicas.

Diane Stone los define como “institutos de investigación independiente cuyo principal objetivo es la

investigación de políticas públicas, [...] organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro, independientes del gobierno, partidos políticos y grupo de interés” (1996:16)².

Abelson, por su parte, los define como “institutos orientados a la investigación, sin fines de lucro y no partidarios (que no significa que no sean ideológicos) cuyo principal objetivo es influenciar en la opinión pública y en las políticas públicas” (2002:54)³.

2. Origen y evolución de los Think Tanks

En los inicios. Algunos investigadores (Xifra. 2005; Molina, R & Iglesias, O. 2005; Thompson. 1994) coinciden en situar el surgimiento de los Think Tanks, en Estados Unidos, a raíz de la Segunda Guerra Mundial. Bajo esta perspectiva, los Think Tanks tienen su origen en las organizaciones que ofrecían consejos de inteligencia militar y estrategias de guerra. De hecho, durante la Segunda Guerra Mundial, se decía Think Tank para hacer referencia a la sala donde se diseñaban y discutían las estrategias de ataque y contraataque de los norteamericanos, una vez que entran en la guerra, luego del ataque japonés a la base naval de Pearl Harbor, en 1941.

Cuando se habla del origen y la evolución de los Think Tanks, hay tres autores (Abelson. 2002; Haas. 2002 y Weaver. 1989) que coinciden con estas tres grandes etapas:

Finales del Siglo XIX y principios del S. XX. El término Think Tank como los conocemos hoy en día, comienza a utilizarse como tal en la década de 1950. Sin embargo, ya había organizaciones con estas características en el siglo XIX, pero eran conocidas por el nombre de la institución. Tal es el caso del Instituto de Estudios de Defensa y Seguridad de Londres, fundado en 1831, o de Brookings Institution, fundada en 1916, en Washington. En esta época, este tipo de organizaciones tenía un fin puramente académico y las investigaciones que producían, tenían la intención de influir, instruir en informar a una determinada élite social.

A mediados del S. XX. Ante el nuevo marco de relaciones internacionales que predomina a partir del año 1.945 en todo el mundo, después de la Segunda Guerra Mundial, surge la figura de los “institutos de

investigación contratados por el gobierno” para proveerle información especializada que le permitiera tomar las mejores decisiones políticas y estratégicas, es decir, que sirvieran como consejeros del Estado en estos asuntos.

Los años ´70 y ´80. Es en esta época cuando se da la mayor evolución de los Think Tanks, debido al fenómeno de la globalización que trajo consigo el surgimiento de otros problemas transnacionales, para cuya resolución se ameritaba la intervención de expertos en relaciones internacionales. En esta época surgen las advocacy Think Tanks, los cuales se caracterizaban, sobre todo, por defender las ideas y pen-

samientos planteados en sus investigaciones, con la finalidad de darlos a conocer entre los gobiernos y conseguir influir en la opinión pública.

Actualmente, los Think Tanks han aumentado su influencia a nivel mundial y esto se debe, tal y como explica McGann, a la revolución de la información, los crecientes problemas políticos y económicos mundiales, la crisis de la confianza en los Gobiernos, la globalización y el crecimiento de los Estados. Es así como los Think Tanks han pasado a formar parte del nuevo modelo de sistema político norteamericano, bien como portavoces de ciertas corrientes políticas o como centros de investigación especializados.

3. Los Think Tanks en Estados Unidos

Casi ningún acontecimiento –sobre todo en la política– puede analizarse de forma aislada. Es por ello que resulta imperioso comprender el funcionamiento de la democracia norteamericana para poder entender el reciente crecimiento que han tenido los Think Tanks en Estados Unidos⁴.

Según los datos aportados por The Global Go to Think Tanks Report 2012, de la Universidad de Pensilvania, Estados Unidos cuenta con 1.823 Think Tanks y esto no es de asombrar, si se tienen en cuenta una serie de factores del sistema político de Estados Unidos, que propician la existencia de estos organismos: En primer lugar, el sistema político norteamericano reposa en la separación de poderes. En cuanto al ejecutivo y legislativo, esto se traduce en que el Congreso no adopta automáticamente el programa del presidente, ya que éste también legisla. Además, en muchas ocasiones el poder ejecutivo y el poder legislativo están controlados por partidos políticos distintos, lo cual requiere de analistas de distintas tendencias políticas y corrientes de pensamiento, que coexistan y generen análisis exhaustivos de los temas propuestos por unos y otros, a fin de tomar la mejor decisión posible en términos políticos y públicos. Por otro lado, la Cámara de Representantes y el Senado, también son independientes y están divididos en comisiones y subcomisiones que se dedican a analizar en profundidad los distintos temas de la agenda legislativa del país, por lo que, una vez más, se debe recurrir a los expertos.

En segundo lugar, en los últimos tiempos ha surgido una serie de problemas cada vez más técnicos y complejos que a su vez están cada día más interconectados, lo cual dificulta la capacidad de los políticos que ocupan cargos de gestión pública, para resolver estas situaciones con sus propias herramientas, por lo que se debe recurrir a académicos, expertos o consultores que puedan analizar esta complejidad y de este modo proponer soluciones más eficaces.

En tercer lugar, la crisis de representación de los partidos políticos, quienes parecen haber olvidado que la política es negociación y esa negociación se debería hacer también en torno a los intereses públicos y privados de todos los sectores de la sociedad civil. Además, existe una importante debilidad de diferenciación ideológica entre sus dos partidos dominantes (salvo el caso de algunos temas más polémicos) que puede evidenciarse en el hecho de que en ambos partidos coexistan diferentes

tendencias y posturas sobre los mismos temas: liberales, conservadores, partidarios del libre comercio, proteccionistas, intervencionistas, no intervencionistas y radicales. En este sentido, no es extraño que los partidos políticos centren casi toda su atención en su función electoral y la función ideológica y de análisis de los distintos temas que preocupan a los estadounidenses haya quedado en manos de la iniciativa privada trasladada, en numerosas ocasiones, a los Think Tanks.

El primer Think Tank de Estados Unidos fue Brookings Institution, fundado en 1916 en Washington y que actualmente ocupa el primer lugar, según el Ranking proporcionado por la Universidad de Pensilvania. Brookings Institution asegura que su misión fundamental es “formular recomendaciones innovadoras y prácticas en torno a tres grandes objetivos: fortalecer la democracia americana, promover el bienestar económico y social, así como seguridad y oportunidades para todos los estadounidenses y, por último, conseguir una sociedad más abierta, con un sistema internacional seguro, próspero y cooperativo”⁵.

Próxima a cumplir 100 años de historia, Brookings Institution ha contribuido con: la creación de Naciones Unidas, el Plan Marshall, la Oficina de Presupuesto del Congreso, la Reforma Fiscal norteamericana, la Reforma Sanitaria y el Programa de Políticas Metropolitanas. Del mismo modo, llevó a cabo varias investigaciones en temas de defensa y seguridad nacional, así como ha promovido importantes estudios sobre la situación política de Oriente Medio. Actualmente, lleva a cabo la Iniciativa de Defensa del siglo XXI, un programa que tiene por objeto la investigación, el análisis y la difusión de temas como el futuro de la guerra y del sistema de defensa norteamericano.

Estos logros de Brookings Institution, han sido fruto de su ardua labor como Think Tank, influyendo en la opinión pública y en la generación de acciones políticas concretas por parte de los gobiernos. Tras todas estas aportaciones del más antiguo e importante Think Tank de Estados Unidos, cabe volver a las preguntas iniciales: ¿cómo logran los Think Tanks formar y desarrollar opinión pública en la sociedad norteamericana? ¿Cuál es su nivel de influencia en la creación de opinión pública? Para poder responder a estas preguntas, a continuación, daremos una breve explicación de lo que es la opinión pública y cómo se dan sus procesos de formación.

«La opinión pública es más fuerte que el poder legislativo y casi tan fuerte como los diez mandamientos».

Charles Dudley Warner

1. Acercándonos a una definición

El término opinión pública es uno de los más importantes en las ciencias sociales. Sin embargo, carece de una definición única que guíe las investigaciones y sus ámbitos de aplicación. Tal vez esa especie de confusión conceptual en torno al término, se deba precisamente a las distintas especialidades que lo utilizan. Por ejemplo, para algunos enfoques sociológicos, la opinión pública es un instrumento de control social; para el derecho y la ciencia política, se trata de una abstracción que permite evaluar la calidad de la democracia; mientras que para otros especialistas, la opinión pública es tan sólo un formalismo para hacer referencia a las encuestas. Será por esta razón, que Jean Padiou señaló irónicamente que a “la opinión pública le sucede lo que al diablo, debe existir puesto que pronunciamos su nombre”.

Pero a pesar de este aparente vacío conceptual, varios autores han dado su visión de la opinión pública y han hecho importantes estudios a partir de ellos. De este modo:

Walter Lippmann (1922), sostiene que “las imágenes que se hallan dentro de las cabezas (...) de los seres humanos, las imágenes de sí mismos, de los demás, de sus necesidades, propósitos y relaciones, son su opinión pública”, situando así la opinión pública dentro del ámbito de las percepciones y los estereotipos mentales.

Elizabeth Noelle-Neuman (1974), ubica la opinión pública dentro de una definición psicosocial, como “las opiniones sobre temas controvertidos que pueden expresarse en público sin aislarse”⁶.

Giovanni Sartori (1987), define la opinión pública como un concepto ante todo y sobre todo, político; definiéndola entonces como “un público o multiplicidad de públicos cuyos difusos estados mentales (de opinión) se interrelacionan con corrientes de información referentes al estado de la res pública”⁷.

Hans Speier (1950), por su parte, entiende la opinión pública como “las opiniones sobre cuestiones de interés para la nación, expresada libre y públicamente por gentes ajenas al gobierno, que pretenden tener el derecho de que sus opiniones influyan o determinen las acciones, el personal o la estructura de su gobierno”⁸.

Estas son sólo algunas de las definiciones que se han dado sobre opinión pública, a lo largo de la historia. Para poder analizar la influencia de los Think Tanks en la formación y desarrollo de opinión pública en la sociedad norteamericana, vamos a guiarnos por la definición aportada por Hans Speier.

2. Factores que influyen en la formación de opinión pública

Se han hecho varias clasificaciones de los factores que componen la opinión pública, por ejemplo, la que hiciera el profesor Bernard C. Hennessy⁹, quien los divide en varios grupos, como explicaremos a continuación.

En primer lugar, **el tema**. La opinión pública se forma en torno a uno o varios temas de dominio público que ocasionan posturas opuestas, bien entre líderes de la política o de la sociedad civil y que, por tanto, generan fuertes debates.

En segundo lugar, **la naturaleza del público**. Existen públicos distintos para los distintos temas, aunque una persona puede formar parte de varios públicos, de temas diferentes.

En tercer lugar, **las creencias del público**. Se trata de los conjuntos de opiniones que se forman acerca de los diferentes temas. Cabe destacar que algunas creencias son mutuamente excluyentes.

En cuarto lugar, **los mecanismos de manifestación** de la opinión pública. Esto incluye movilizaciones masivas, utilización de los medios de comunicación, códigos simbólicos, entre otros.

En quinto lugar, **el número de personas involucradas**. La cantidad de personas que pueden movilizarse o manifestar su opinión, varía de acuerdo a cada tema. Lo importante, en este caso, es que el número sea capaz de producir algún efecto.

Ahora bien, teniendo presente estos factores, resulta fácil pensar en los Think Tanks como organizaciones formadoras de opinión pública, pues según hemos explicado anteriormente, son organizaciones que se constituyen en torno a un tema específico y de acuerdo a cada tema de investigación, estudio o análisis, tienen un determinado público que apoya esa propuesta o esa idea por considerar que es la más cercana a sus creencias.

3

LA INFLUENCIA DE LOS THINK TANKS EN LA OPINIÓN PÚBLICA NORTEAMERICANA

«Numerosos informes (...) independientes o académicos han impulsado iniciativas gubernamentales antes tratadas de inviables».
Víctor Sampedro Blanco¹⁰

En la época de la posguerra, si algo comenzaba a latir en las mentes de todas las personas, era que para reconstruir la política mundial, había que librar una nueva batalla: la de las ideas. No en vano los Think Tanks son entendidos como laboratorios de ideas. Entonces, conviene rescatar nuestra pregunta inicial: ¿Cómo contribuyen los Think Tanks con la formación y el desarrollo de opinión pública en Estados Unidos?

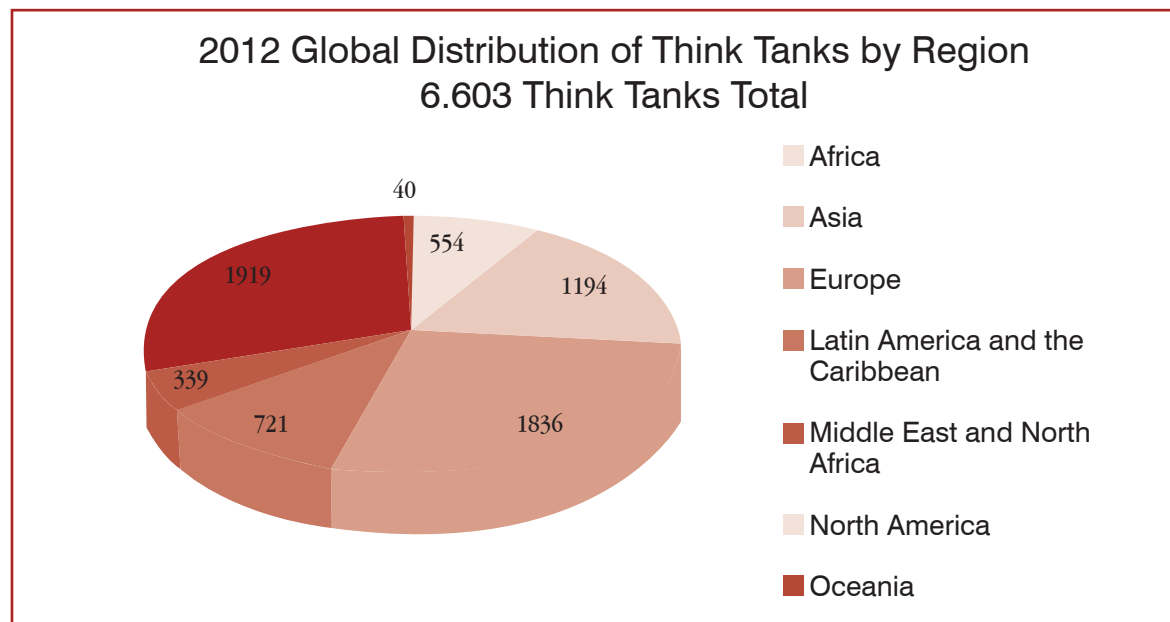
Partiendo de la definición de opinión pública aportada por Speier, quien asegura que se trata de las opiniones sobre cuestiones de interés para la nación, expresada libre y públicamente por gentes ajenas al gobierno, que pretenden tener el derecho de que sus opiniones influyan o determinen las acciones, el personal o la estructura de su gobierno; y a ello le sumamos las principales funciones de los Think Tanks, como la investigación para elaborar propuestas concretas, detalladas, analizadas y reales de políticas públicas, así como la generación de ideas fuerza que susciten debates en la opinión pública, entonces obtendríamos una primera idea del papel de los Think Tanks como generadores de opinión pública. Pero para ahondar más en esta situación, nos corresponde entonces hablar del nivel de influencia, lo que McGann denominó el nivel de impacto.

En The Global Go To Think Tanks Report 2011, McGann explica que una de los motivos que impulsó

la investigación, fue la aparente confusión existente entre los resultados de los Think Tanks y sus niveles de impacto. Esta confusión se evidenció en los diversos estudios que McGann ha hecho a lo largo de los años, donde los investigadores y otros miembros de los Think Tanks eran cuestionados sobre el impacto de sus estudios en las políticas públicas y ellos contestaban sistemáticamente con un listado de resultados, es decir, publicaciones, conferencias, visitas webs, entre otros.

El reto de los Think Tanks. Fue entonces cuando McGann se vio en la obligación de aclarar que los resultados no son la única manera de medir el impacto. Y propuso, en su informe 2011, una clasificación inicial para determinar/diferenciar los recursos, la utilización, los resultados y el impacto de los Think Tanks:

– Indicadores de recursos: Capacidad para contratar y retener a destacados investigadores y analistas; el nivel de calidad, y la estabilidad de la ayuda financiera, la proximidad y el acceso a los responsables de la toma de decisiones en el gobierno y otras élites políticas; un personal con la capacidad de llevar a cabo una investigación rigurosa y producir un análisis oportuno e incisivo; la calidad y la fiabilidad de las redes y los contactos clave en las comunidades políticas, académicas y en los medios de comunicación.



– Indicadores de Utilización: Reputación de “go-to”, la cantidad y calidad de apariciones en los medios de comunicación, visitas en la Web, el testimonio ante los órganos Legislativo y Ejecutivo; reuniones, citas oficiales, la consulta por parte de funcionarios de departamentos y organismos públicos; libros vendidos, informes distribuidos, las referencias hechas a la investigación; análisis en publicaciones académicas y populares; y asistencias a conferencias y seminarios organizados.

– Indicadores de Resultados: Esto hace referencia al número y la calidad de propuestas de políticas e ideas generadas; las publicaciones producidas (libros, artículos de revistas, notas sobre políticas, papers, etc); entrevistas de prensa realizadas, reuniones informativas, conferencias y seminarios organizados; y el personal que son nombrados a puestos de asesoramiento y de gobierno.

– Indicadores de Impacto: Recomendaciones consideradas o aprobadas por las autoridades y organizaciones de la sociedad civil; el papel de asesoramiento a partidos políticos, candidatos, los equipos de transición; premios otorgados, la citación de publicaciones en revistas académicas, el testimonio público y los medios de comunicación que influye en el debate de la opinión pública y en la toma de decisiones sobre políticas públicas; el dominio del sitio, y el éxito en desafiar la sabiduría convencional y procedimientos normalizados de trabajo de los burócratas y funcionarios electos en el país.

Como bien lo indica el Global Go To Think Tanks

Report 2012, la evaluación de la influencia y el impacto de los Think Tanks no es una tarea fácil de realizar, dada la diversidad de actores y eventos que están involucrados en el proceso de toma de decisiones políticas.

Sin embargo, hemos venido explicando cómo funcionan los Think Tanks como forjadores o contribuyentes al debate de las ideas en la esfera pública. Así, para influir en el debate público, recurren a las distintas herramientas que hemos mencionado anteriormente, sobre todo y de manera sistemática, produciendo expedientes o informes que sintetizan sus propuestas en torno a los temas políticos vigentes.

Debemos tomar en cuenta que vivimos en una sociedad global que parece estar en constante polarización si no política, de las ideas que mueven a la gente. El reto de los Think Tanks ha sido, es y deberá seguir siendo, la búsqueda de la verdad desde una trinchera neutral que le permita argumentar sus ideas a partir de investigaciones académicas y empíricas, y no a partir de las pasiones que suscitan las ideologías. Para esto último, ya existen distintas organizaciones de la sociedad civil, si los Think Tanks caen en el populismo partidista, dejarán de tener la credibilidad que tienen hoy en día, que es la que les permite influir en la opinión pública y generar propuestas concretas, serias y viables de políticas públicas que puedan ser consideradas por los gobernantes.

NOTAS

- ¹ *The Global Go To Think Tanks Report 2011*. Disponible en: <http://www.gotothinktank.com/wp-content/uploads/2012/01/2011GlobalGoToThinkTanksReport-UNEditionWITHOUTLETTER.pdf>
- ² Stone, D. (1996). *Capturing the political imagination. Think Tanks and the Policy Process*, London: Frank Cass & CO. LTD.
- ³ Abelson, D. (2002). *Do Think Tanks matter? Assessing the impact of Public Policy Institutes*, Montreal: McGill-Queen 's University Press.
- ⁴ RICCI, D. M. (1993). *The transformation of American politics: The new Washington and the rise of Think Tanks*. New Haven: Yale University Press.
- ⁵ Información oficial del web site de Brookings Institution, disponible en: <http://www.brookings.edu/about> 3 Abelson, D. (2002). *Do Think Tanks matter? Assessing the impact of Public Policy Institutes*, Montreal: McGill-Queen 's University Press.
- ⁶ Noelle-Neumann, Elisabeth: *El Espiral del Silencio (Opinión pública. Nuestra piel social)*. Paidós, Barcelona, Comunicación 62, 1995. pp. 88.
- ⁷ Sartori, Giovanni: *Teoría de la Democracia, 1. El debate contemporáneo*. Alianza Universidad, No.566, Madrid, 1988. Pp. 118.
- ⁸ Del capítulo "La opinión pública" del libro *Los medios de comunicación social*, recopilado por Steinberg, Charles y Bluen, A. William. Edit. Roble S.A. Segunda edición. 1972. pp.103.
- ⁹ Citado en Gómez, Luis Aníbal: *Opinión pública y Medios de Difusión*. Ciespal/Fundación Friedrich Ebert, Quito, 1982. Pág. 116-122.
- ¹⁰ Sampedro, Víctor. "Opinión pública y democracia deliberativa: Medios, sondeos y urnas". Ediciones Istmo, S.A., Madrid, 2000. pp. 14.

BIBLIOGRAFÍA

- Abelson, D. (2002). *Do Think Tanks matter? Assessing the impact of Public Policy Institutes*, Montreal: McGill-Queen 's University Press. 2002.
- Gómez, Luis Aníbal. *Opinión pública y Medios de Difusión*. Ciespal/Fundación Friedrich Ebert, Quito, 1982.
- Haass, R. *Think Tanks and the U.S. Foreign Policy: A Policy Maker 's Perspective*. U.S. Foreign Policy Agenda. November, 2002
- Molina, R. & Iglesias, O. (2005) "Poder e ideas: en el papel de los think tank en el diseño y ejecución de la política exterior Estadounidense." *Revista electrónica de estudios internacionales*. Num. 10. Disponible en la World Wide Web: www.reei.org.
- Noelle-Neumann, Elisabeth. *El Espiral del Silencio (Opinión pública. Nuestra piel social)*. Paidós, Barcelona, Comunicación 62, 1995.
- Sartori, Giovanni: *Teoría de la Democracia, 1. El debate contemporáneo*. Alianza Universidad, No.566, Madrid, 1988.
- Steinberg, Charles y Bluen, A. William. *Los medios de comunicación social*, recopilado por. Edit. Roble S.A. Segunda edición. 1972.
- Stone, D. *Capturing the political imagination. Think Tanks and the Policy Process*, London: Frank Cass & CO. LTD. 1996.
- Thompson, A. "Think Tank en la Argentina." *Conocimiento, instituciones y política CEDES*, Buenos Aires. CEDES. 1994.
- Weaver, K. "The Changing World of Think Tanks". En *Political Science and Politics*, Vol.22 (Nº3), 1989.
- Xifra, J. "Los think tank y advocacy tank como actores de la comunicación política." No. 32, Universitat de Girona. 2005.