



LA FUERZA
DEL OPTIMISMO

THE POWER
OF OPTIMISM

LUIS ROJAS MARCOS

ORO EN LA COMPETICIÓN,
LATÓN EN LA GESTIÓN

GOLD IN COMPETITION,
BRONZE IN MANAGEMENT

MARKETING REPUTACIONAL
REPUTATIONAL MARKETING

ENTREVISTA / INTERVIEW:
FRANCISCO BELIL / SIEMENS



CONVERSACIÓN CON / CONVERSATION WITH

MONROE PRICEUN VISTAZO A LA COMUNICACIÓN POLÍTICA GLOBAL
LOOKING TOGETHER AT GLOBAL POLITICAL COMMUNICATION**MONROE PRICE**

Catedrático y Director / Professor and Director
Center for Global Communication Studies,
Annenberg School for Communication-
University of Pennsylvania

SAMUEL MARTÍN-BARBERO

Decano / Dean
IE School
of Communication-IE University

Samuel Martín-Barbero, decano del IE School of Communication-IE University, ha mantenido una conversación con Monroe Price, catedrático y director del Center for Global Communication Studies, Annenberg School for Communication-University of Pennsylvania.

Monroe Price, es también catedrático en Derecho del Joseph and Sadie Danciger Law y director del Programa Howard M. Squadron en Derecho, Medios y Sociedad en la Cardozo School of Law de la Yeshiva University (Nueva York, EEUU). Dirige el Stanhope Centre for Communications Policy Research en colaboración con el departamento de Medios de la London School of Economics and Political Science (Reino Unido), y es el director del Center for Media and Communication Studies de la Central European University, en Budapest (Hungría).

SMB. ¿Cuáles son los principales retos de la comunicación política en el siglo XXI, estable-

cimiento de la agenda informativa, contextualización, jerarquización, efectos... y por qué? MP. Creo que estamos ante un periodo dinámico para la organización de la política en sí misma y quizás, de la propia definición de lo que significa ser un ciudadano. Tendremos nuevos modelos políticos, nuevos conceptos de involucración, nuevas tecnologías que crearán estos cambios y a su vez, seguramente, enormes tensiones en nuestras sociedades.

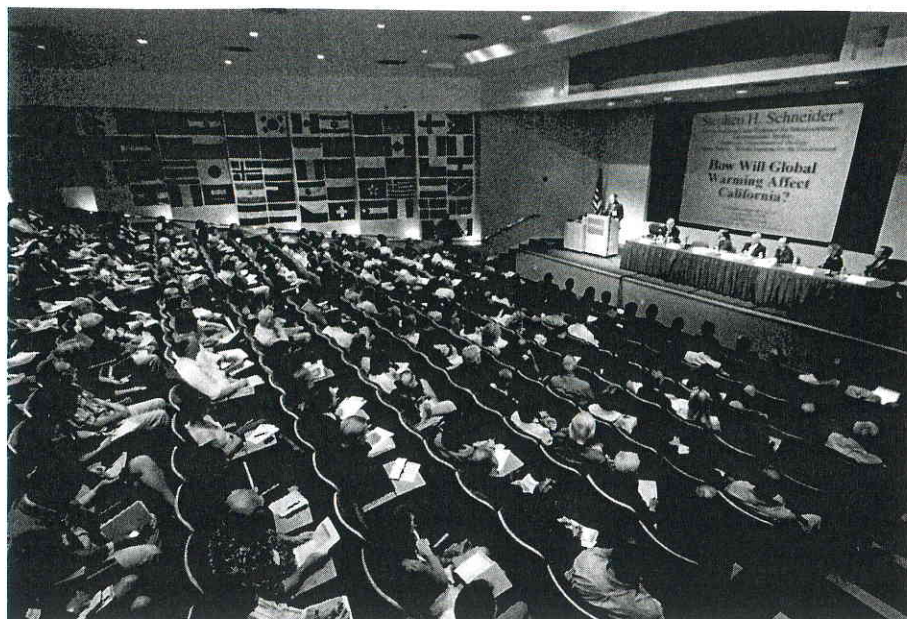
Samuel Martín-Barbero, Dean of IE School of Communication-IE University, spoke with Monroe Price, professor and director of the Center for Global Communication Studies, Annenberg School for Communication-University of Pennsylvania. Price is also the Joseph and Sadie Danciger Professor of Law and Director of the Howard M. Squadron Program in Law, Media and Society at the Cardozo School of Law-Yeshiva University (NYC, U.S.). He directs the Stanhope Centre for Communications

Policy Research in partnership with the Media Department at the London School of Economics and Political Science (U.K), and is the Chair of the Center for Media and Communication Studies of the Central European University in Budapest (HU).

SMB- What are the main challenges that political communication, as a theory and as practice, faces in the 21st century? Agenda-setting, framing, priming, effects... and why?

MP- I think this will be a dynamic period for the organization of politics itself and perhaps, the very definition of what it means to be a citizen. We will have new models of politics, new concepts of involvement, new technologies that create these changes. And we may have huge tensions in our societies.

SMB- Which lessons, ideas or structures could U.S. researchers in this field (political communication) borrow from their peers in other parts of the world, such as Europe and Asia, for example?



SMB. ¿Qué lecciones, ideas y estructuras pueden los investigadores estadounidenses en esta área (comunicación política) tomar prestadas de sus colegas de otras partes del mundo, como Europa y Asia, por ejemplo?

MP. Es posible que la aguja se mueva más hacia los análisis cualitativos, en parte si envuelven esfuerzos de los investigadores estadounidenses hacia el entendimiento global de la comunicación política. Quizá es más difícil encontrar y confiar en datos, a pesar de la importancia continuada de esos datos.

SMB. ¿Cómo lograrán informarse sobre sus líderes políticos locales, aquellos ciudadanos de países en vías de desarrollo? ¿Posee la nueva tecnología (los blogueros, por ejemplo) una influencia y credibilidad más positiva o negativa, con respecto al "método cara a cara" para estos propósitos?

MP. No estoy seguro de saber si los líderes políticos locales sean más accesibles en países en vías de desarrollo, ni cómo y si los ciudadanos se informan. Pero, desde luego, en áreas de alto conflicto, donde las tácticas de la contrainsurgencia son asumidas como importantes, mantener lazos locales entre ciudadanos y los líderes locales resulta cardinal.

SMB. ¿Podría ilustrarnos con un ejemplo actual de ONG, laboratorio de acción o fundación que se esté convirtiendo en un modelo de emprendimiento, orientación con impacto social y diplomacia pública, a favor de la transparencia en la comunicación política?

MP. No estoy seguro de todos estos objetivos, pero Human Rights Watch, por ejemplo, es una ONG que he estado estudiando como modelo que desarrolla muchas funciones de los nuevos

jugadores, incluyendo, producción y diseminación. A veces, contribuye a la transparencia, quizás a menudo rebatidos por aquellos que ostentan el poder, preparando informes muy similares a los del periodismo de investigación.

SMB. ¿Cuánta importancia concedería a esta última colaboración internacional con el Simposio en Comunicación Política (Conexiones Transnacionales, marzo 2010) y la potencial alianza institucional entre Annenberg School for Communication-University of Pennsylvania e IE School of Communication-IE University?

MP. Creo que es muy importante. Annenberg School for Communication se beneficia de figurar con frecuencia en el discurso de los científicos mundiales en comunicación política. El simposio fue un gran hito como evento al intentar nutrir dicha relación y hacerla fructífera. ■

MP- It's possible the needle will move more towards qualitative analyses partly if it involves efforts by U.S. researchers to understand political communications globally. It may be more difficult to find and rely on data, notwithstanding the continued importance of that data.

SMB- How would citizens in developing countries in the near future become informed about their local political leaders, and communicate with them? Does new technology (bloggers, for instance) have a more positive or negative influence and credibility than the "face-to-face method" for these purposes?

MP- I'm not sure whether local political leaders are more accessible in developing countries or whether and how citizens become informed. Certainly, in areas of high conflict, where counterinsurgency tactics are assumed to be important, maintaining some local ties between citizens and local leaders becomes salient.

SMB- Could you provide an example of any NGO, action tank or foundation that is becoming a model of entrepreneurship, social impact orientation and public diplomacy in favour of political communication transparency?

MP- I'm not sure of all of these goals, but Human Rights Watch, for example, is an NGO I've been studying as an example of an entity that performs many of the functions of news players, including production and dissemination. Its contribution to transparency, sometimes, maybe often, contested by those in power, is that that they prepare reports that are much like investigative journalism.

SMB- How important would you describe this last Political Communication Symposium's (*Transnational Connections*, March 2010) international collaboration and potential institutional alliance between Annenberg School for Communication-University of Pennsylvania and IE School of Communication-IE University?

MP- I think it's very important. The Annenberg School profits from being in discourse with political communication scholars around the world. The Symposium was a hallmark event at trying to nurture such a relationship and make it fruitful. ■