

Propaganda política en México y Estados Unidos: aproximaciones teórico-metodológicas discordantes.

Lucía Alejandra Sánchez Nuevo - Gustavo Meixueiro Nájera - Nayelli Contreras Mendoza



DOI: 10.22395/angr.v17n33a3

INVESTIGACIÓN



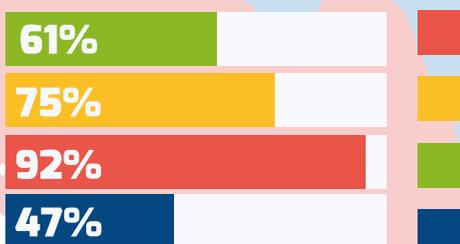
El vehículo de comunicación masiva más utilizado entre partidos o candidatos durante procesos electorales actuales es la propaganda política televisiva.

RESULTADOS

Como resultado de un diseño exploratorio se identificaron, ordenaron y estudiaron los artículos referentes a la materia. Exponemos los postulados teórico - metodológicos de un mosaico de autores, mexicanos y norteamericanos, que han analizado los contenidos y efectos del spot político.



RESULTADOS



Concluimos, la tensión entre la investigación cualitativa y cuantitativa es regional, en México el pragmatismo de las ciencias sociales domina el campo, en contraste, en Estados Unidos hay campo estructurado.

ANÁLISIS

En este artículo se realiza una revisión sistemática de las tendencias de investigación al respecto.

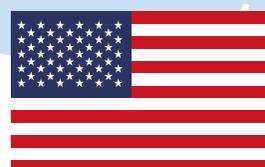


HALLAZGOS

En **México** no existe una consolidación disciplinar debido a que los autores realizan aproximaciones intermitentes al tema. Además, las metodologías cualitativas dominan las investigaciones emprendidas, y en las de carácter cuantitativo el uso de la estadística ha sido marginal.



En **Estados Unidos** hay una sofisticación en los modelos estadísticos utilizados, diversos presupuestos teóricos han sido probados, y podrían ser un elemento que configure el incipiente análisis de la comunicación política en México y Latinoamérica.



ANAGRAMAS

RUMBOS Y SENTIDOS DE LA COMUNICACIÓN

REVISTA CIENTÍFICA