



Lobbies y think tanks

Comunicación política en la red

Antonio Castillo Esparcia
y Emilia Smolak Lozano

Los individuos y las organizaciones necesitan que las instituciones conozcan sus demandas y eso se hace normalmente a través de los partidos políticos, pero también existen otras organizaciones que defienden sus intereses. En este sentido, los *lobbies* y los *think tanks* han tenido un desarrollo muy relevante en el ámbito de la comunicación política en España. Conocer cómo se gestionan, procesan y visibilizan numerosos intereses sociales es un ámbito poco conocido y escasamente estudiado.

Con este libro se podrá conocer qué se entiende por *lobby* y también podremos conocer cómo se crean, qué papel social y político desempeñan y para qué planifican, desarrollan y ejecutan estrategias de comunicación con la finalidad de que sus intereses sean asumidos por los poderes públicos. También se profundiza en los *think tanks*, denominados laboratorios de ideas, como actores políticos relevantes y con una creciente incidencia en el flujo de ideas que circulan por la sociedad. Además, tanto los *lobbies* como los *think tanks* se analizan desde la comunicación dialógica como uno de los vectores esenciales de las sociedades contemporáneas donde las temáticas y sus soluciones se hacen a partir de una lucha entre numerosos actores sociales que encuadran las fronteras conceptuales que ofrecen soluciones a la complejidad. Este libro desentraña cómo es la sociedad digital, cómo se gestionan los intereses y de qué manera se proyectan ideas políticas que aportan respuesta a las incertidumbres sociales y políticas.



Antonio Castillo-Esparcia es catedrático de Relaciones Públicas en la Universidad de Málaga. Su actividad investigadora se ha centrado en la teoría y práctica de las relaciones públicas y la comunicación política. Especialista en el análisis de las estrategias de comunicación de los *lobbies* y *think tanks*, ámbito en el que cuenta con numerosas publicaciones.



Emilia Smolak-Lozano es doctora en Publicidad y Relaciones Públicas y licenciada en Sociología por Universidad Jaguella y en Estudios Europeos por la Universidad de Exeter. Profesora de Publicidad y Relaciones Públicas. Su interés académico es la comunicación 2.0 en la política y sociedad.

500461 IBIC: GTC



ISBN: 978-84-16919-59-8
15,3 X 22,5 CM
RÚSTICA
PESO: 334 GR
308 PÁGINAS
PVP 23,90€ / 22,98€

• **Temas:**

Comunicación política, influencia de los *lobbies* y los laboratorios de ideas.

• **Público:**

Especialistas en estrategias de comunicación 2.0 y actores sociales en la comunicación empresarial.

Profesionales del ámbito de las asesorías de comunicación, comunicación empresarial, y relaciones públicas.

Véase también:



ISBN: 978-84-9784-313-3
PVP: 22,90 € / 22,02 €



ISBN: 978-84-9784-998-2
PVP: 19,90 € / 19,45 €