

Presentación

En los años recientes, el papel de los medios de comunicación en el proceso de transición democrática de nuestro país ha tomado una relevancia sin precedente, dado que se han conformado como la nueva esfera pública del debate político. Hoy en día es imposible el desarrollo de un proceso político, como son las elecciones, sin la intervención de los medios, no sólo como visibilizadores de los actores y de las acciones que en estos escenarios se generan, sino, y sobre todo, como actores políticos centrales en el debate. De esta manera, en la actualidad, los protagonistas de la comunicación política son los medios de comunicación, al lado de los políticos —partidos y candidatos— y de los ciudadanos, representados por los sondeos y las encuestas que día a día informan de las preferencias políticas del electorado.

En este tenor, y con el objetivo de conocer las particularidades que este fenómeno toma en el caso mexicano, la presente edición de la *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* tiene como propósito central analizar los elementos (actores y acciones) que configuran el escenario de la comunicación política actual. Teniendo como marco el proceso electoral de 2003 en México, antesala directa de las elecciones presidenciales de 2006, la mayor parte de los trabajos que integran este número discute sobre el papel que los protagonistas de estas elecciones (medios de comunicación, ciudadanos y políticos), tuvieron en este escenario. Se trata de trabajos desarrollados por un destacado grupo de investigadores que, interesados en este tema, han venido generando estudios consistentes desde tiempo atrás.

Debido a que la cantidad de contribuciones para este número ha sido generosa, dos de las secciones tradicionales de la *Revista*, “Sociedad y política” y “Documentos”, han cedido, por esta ocasión,

sus respectivos espacios. Creemos que la relevancia de las temáticas así lo justifica. En la sección “Perspectivas teóricas” se agrupan los trabajos que reflexionan en torno a las teorías que explican la relación sociedad, medios de comunicación y política. En este tenor, Florence Toussaint nos presenta en su artículo titulado “Electores persuadidos. Democracia de masas y televisión”, una reflexión teórica muy pertinente en torno al papel de los medios de comunicación en la participación política de los ciudadanos. A partir de una revisión de las principales teorías y tesis acerca de cómo los medios pueden llegar a persuadir al auditorio de los límites y/o las distorsiones en tal proceso y de cómo las elecciones se han convertido en un momento ideal para investigar el comportamiento de los sujetos frente a la televisión, este trabajo señala las directrices sobre las cuales se puede abordar el análisis empírico de este fenómeno.

Por su parte, en el trabajo “Comunicación gubernamental: ¿encanto o desencanto?”, Silvia Molina y Vedia plantea que el proceso de transición democrática comporta un complejo enramado en el que las expectativas de la sociedad y las organizaciones sociales entran frecuentemente en contradicción con el discurso oficial. Por su parte, la comunicación gubernamental, afirma la autora, se enfrenta no sólo a las demandas sociales, sino a los medios de comunicación que suelen destacar los rasgos noticiosos y espectaculares sin tomar en cuenta los contenidos propiamente políticos. Asimismo, debe sufrir, además, los embates de los partidos de oposición. En este contexto, la comunicación política se presenta como una arena en la que se juega constantemente y no sin riesgos a vivir la democracia, fenómeno que constituye el objetivo de este artículo.

El siguiente trabajo es de Murilo Kuschik quien, bajo el título “Teorías del comportamiento electoral y algunas de sus aplicaciones”, se propone demostrar —a partir del análisis de resultados de diferentes encuestas de opinión, en el contexto de procesos electorales celebrados en México— que, al existir en el país procedimientos democráticos que ofrecen a los votantes varias posibilidades de elección, es factible utilizar hipótesis y teorías que se construyeron sobre las modalidades de decisión del elector estadounidense para explicar la conducta electoral de los mexicanos.

El último artículo que conforma esta sección es de Maricela Portillo, quien en el trabajo “Reflexiones en torno a una propuesta me-

todológica para abordar el estudio de la opinión pública como un proceso comunicativo desde una perspectiva multinivel” desarrolla una interesante propuesta que aboga por la comprensión de la opinión pública como un proceso comunicativo y no como un actor social. Por ello, plantea la autora, es necesario mirar a la opinión pública como un proceso susceptible de ser analizado en distintos niveles. La perspectiva multinivel nos plantea esta posibilidad; permite iniciar la indagación a partir de un concepto comprensivo —y no restrictivo— de este fenómeno, así como abrir diferentes formas de construirlo analíticamente y abordarlo empíricamente. Éste es el motivo por el cual se justifica la utilidad de este enfoque.

En la siguiente sección, “Cuestiones contemporáneas”, encontramos aquellos trabajos que analizan la relación sociedad, medios de comunicación y política en el contexto del proceso electoral federal de 2003. El artículo que la abre, “Amas de casa, televisión y participación política. México, elecciones 2003”, de Aimée Vega Montiel, se analizan, a partir de los resultados derivados de una investigación empírica realizada en este contexto, las complejidades que comporta esta relación. En su trabajo, la autora parte del supuesto de que la relación de las mujeres con la política es harto compleja y está basada, fundamentalmente, en su exclusión en esta esfera, por un lado, y en la lucha por el reconocimiento de su ciudadanía, por el otro. En este tenor, la autora plantea la necesidad de preguntarse acerca de los elementos sobre los cuales las mujeres, en concreto las amas de casa, construyen su participación política dentro de la cual la televisión, en tanto que constituye su principal fuente de información, se conforma como un elemento clave.

El siguiente trabajo, desarrollado por Delia Covi Druetta con el título “Internet en las elecciones de 2003”, afirma que la importancia de la *International Network* como recurso para la comunicación política se hizo latente por primera vez en una contienda electoral en México, de ahí la necesidad de analizar los alcances y límites de esta tecnología, de cara a las elecciones presidenciales de 2006.

Por su parte, Ilya Adler Milstem afirma en el artículo “Prensa y elecciones 2003”, que las recientes elecciones de 2003 fueron observadas con atención por su obvia importancia: se trataba de la primera elección después de la histórica victoria de Vicente Fox en el año 2000. De acuerdo con el autor, en estas elecciones, en las que

debutó el gobierno “del cambio”, la mayoría de las opiniones eruditas se centraron en dos aspectos: el altísimo porcentaje de abstencionismo y la obvia derrota simbólica del presidente Fox y de su partido, fenómeno en el que tomó relevancia el papel de la prensa mexicana, en tanto que se constituyó como la arena principal en la que se llevó a cabo este debate.

Los siguientes tres artículos que conforman esta sección analizan el papel que jugó la televisión mexicana en esta contienda. En este tenor, Concepción Virriell señala en el documento “Elecciones 2003: *spots* políticos y cultura política”, que el elevado abstencionismo que privó durante este proceso electoral se encuentra directamente vinculado con la cultura del fraude heredada de los gobiernos priístas y con la redefinición de los partidos políticos ante las necesidades que plantea el proceso de transición democrática. Estos aspectos, de acuerdo a la tesis central de la autora, influyeron en el contenido de los *spots* televisivos producidos por los principales actores políticos de la contienda, los partidos, *spots* que son analizados en este trabajo mediante la técnica del análisis del discurso.

El siguiente trabajo es el de Martha Alicia Márquez Rodríguez, quien con el título “Televisión y tratamiento de la información político-electoral”, analiza, mediante un ejercicio de análisis de contenido, la manera en la que los noticiarios de mayor cobertura en el país cubrieron la información relativa a estas elecciones. Una de las tesis centrales que plantea este trabajo afirma que la cantidad o calidad de la información sobre política nacional que se difunde en los medios de comunicación, es un factor que contribuye en el proceso de formación de opinión pública y, en última instancia, en un insumo de la cultura política.

El tercer trabajo desarrollado en esta línea, “Análisis de contenido del noticiario CNI Canal 40, referente a las campañas electorales para diputados federales”, de Rafael Espinoza, nos presenta los resultados derivados de un análisis de contenido aplicado al noticiario de la televisora privada durante los días previos a la celebración de los comicios. Su finalidad es la de observar de qué manera la tercera televisora privada más importante del país se posiciona frente a este proceso de transición democrática.

El último artículo que conforma esta sección está firmado por Karla A. Planter Pérez, quien con el título “La producción de noticias.

Un acercamiento a la percepción, conocimiento y visión de la política mexicana y el proceso electoral federal de 2003 de los periodistas”, nos presenta un interesante trabajo que, mediante el uso de la entrevista cualitativa, analiza la relación de los periodistas mexicanos con la esfera de la política. Cabe destacar además que se trata de uno de los pocos trabajos que en la línea del *newsmaking* se han llevado a cabo en nuestro país.

Finalmente, en la sección “Reseñas”, se presentan dos obras por demás interesantes. La primera, firmada por Carlos Castro, nos aproxima a la obra de Pierre Bourdieu, mediante su trabajo *Interventions, 1961-2001. Science sociale et action politique*. Por otro lado, Marta Rizo reseña de forma consistente el trabajo de Leonor Arfuch, *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*.

De cara a la creciente relevancia que la actividad política y la comunicación —entendidas como procesos culturales y sociales— han adquirido en el marco de la vida política nacional, esperamos que esta edición aporte a los interesados en el tema nuevos conocimientos sobre esta compleja relación.