

## Los medios, siempre los medios...

FRANCISCO DE JESÚS ACEVES GONZÁLEZ\*

Así se podría intitular este volumen que, en su cuarta entrega, *Comunicación y Sociedad* pone en manos de sus lectores. En efecto, del conjunto de textos que lo conforman, seis de ellos enfatizan el aspecto mediático del fenómeno comunicacional, en los que abordan una diversidad de temas, todos ellos relevantes en nuestro ámbito disciplinar.

Signo de la preeminencia de los estudios electorales en el proceso de transición política mexicana, los tres primeros artículos abordan temáticas relacionadas con el papel de la comunicación en las contiendas electorales, específicamente con la irrupción del *marketing* político en las contiendas electorales y el papel de las estrategias discursivas utilizadas por los candidatos en la construcción de sus identidades.

En lo relativo al *marketing*, Luis Fernando Sánchez analiza, desde una perspectiva teórica, la incidencia del *marketing* político en la conformación de la democracia. Así como su desarrollo ha impactado en los planteamientos ideológicos de los partidos y su búsqueda para maximizar el número de votos ha determinado sus estrategias políticas. Y es precisamente sobre este tema de la rentabilidad electoral que Francisco de Jesús Aceves presenta un estudio de caso sobre el impacto del *marketing* en el voto electoral. Sustentado en el análisis de la tendencia histórica de la votación, en los sondeos de preferencia electoral y en la

\* Profesor investigador del Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara.

Correo electrónico: faceves@cencar.udg.mx.

estrategia publicitaria ejecutada por los candidatos a diputados por el Distrito 10 de Jalisco, en las elecciones federales de 2003, Aceves aporta elementos de reflexión con suficiente evidencia empírica, que contribuyen a un mayor conocimiento sobre *marketing* político y su rentabilidad electoral. Por su parte, Aquiles Chihu incursiona en lo electoral abordando desde la perspectiva teórica del *frame analysis*, las estrategias discursivas de los candidatos del PAN, PRI y PRD a la jefatura de gobierno del Distrito federal en las elecciones de 1997. En su artículo, Chihu analiza el papel del discurso en la confrontación política de los candidatos, en el que identifica las estrategias de ataque y defensa, la construcción de las identidades y la definición de sus propuestas de campaña.

Como un homenaje póstumo al investigador estadounidense Everett M. Rogers, fallecido el 21 de octubre de 2004 en Albuquerque, Comunicación y Sociedad incluye el trabajo de Raúl Fuentes en el que analiza su indiscutible presencia e influencia en el desarrollo de la investigación de la comunicación en Latinoamérica, específicamente su enfoque sobre el papel de los medios en la difusión de innovaciones como un elemento fundamental en la promoción del desarrollo y la modernización. En el texto se recuperan algunos testimonios emitidos por Rogers en una charla que sostuvo, en su visita a Guadalajara en 1994, con el autor y con Enrique Sánchez Ruiz.

El campo de los estudios de audiencia es abordado en el trabajo de Aimée Vega, quien se cuestiona sobre la factibilidad de analizar los procesos comunicativos desde una perspectiva de género. En su trabajo plantea que la identidad de género determina las formas en que los jefes de familia se relacionan con la realidad social y con los otros, en la percepción que tienen de las esferas pública y doméstica y, por ende, en la manera en que se relacionan con la televisión y su interpretación de los mensajes mediáticos.

Los artículos que completan esta entrega están enfocados, de nuevo, al reconocimiento por diversas instituciones de la importancia fundamental de los medios electrónicos en la difusión de sus mensajes institucionales. En el primer caso, Pedro Gilberto Gomes y Antônio Fausto Neto reflexionan sobre las concepciones que han orientado a la Iglesia Católica en el uso de los medios electrónicos y advierten de los riesgos que representan para su acción de evangelización. Por otra par-

te, Raoul Germain Ble destaca su importancia como instrumentos de sensibilización e información para la prevención de enfermedades en un país africano como Costa de marfil.

Finalmente, en la sesión de reseñas, Rodrigo González Reyes recomienda un texto de Agustín García Matilla en el que alimenta la utopía posible de pensar en una televisión educativa; Christopher Estrada y Francisco Hernández disertan sobre los medios en Centroamérica a partir del libro de Rick Rockwell y Noreene Janus; y Aristarco Regalado invita a asomarse a las imágenes de México en Estados Unidos en una recopilación de textos realizada por Martine Dautier