



Copyright: Michael McLuhan, MPA.

In memoriam - Eric McLuhan  
(19 de enero 1942-18 de mayo 2018)

## Editorial

**Diego Armando Mazorra-Correa<sup>1</sup>**  
**Carlos Muñiz<sup>2</sup>**

DOI: 10.5294/pacla.2018.21.3.1

La definición de los campos de estudio siempre ha querido delimitar bordes concretos, límites entre los cuales poder construir diálogos y conversaciones que permitan la consolidación de objetos de estudio y metodologías; pero, a veces, más que un territorio, son un hilo a seguir en laberintos de conocimiento. Una forma en la que se encuentran estos hilos son las preguntas que llevan al discernimiento de las ideas. Esto es lo que se observa en las conversaciones sobre comunicación política, en las que se ha dado lo que Jamieson y Kenski (2017) han denominado un campo híbrido, esto es, un espacio en el que los académicos apuestan por responder a preguntas en común que son de interés compartido para todos; lo que Scolari (2008) llama a su vez una red de conversaciones científicas más que una teoría unificada. Este espacio ha sido construido por las interacciones de nuevas generaciones de académicos, quienes, desde las ciencias políticas y la comunicación, han observado los cambiantes panoramas en un campo que se transforma ante las nuevas ecologías mediáticas.

El momento es privilegiado para observar no solo las conversaciones que construyen el campo, sino las preguntas que buscan entender las transformaciones producidas cuando los medios masivos y las culturas políticas tradicionales se enfrentan a las interfaces digitales, que con las redes sociales transforman la política mediatizada. La cultura cívica ya no es la misma que Almond y Verba (1989) describieron en 1963, pues las diferencias en los valores democráticos, de actitudes y participación política en la región se han acortado, y ya es difícil establecer muros que separen la cultura cívica

---

1 [orcid.org/0000-0001-6764-7034](https://orcid.org/0000-0001-6764-7034). Universidad Externado de Colombia, Colombia. [diego.mazorra@uexternado.edu.co](mailto:diego.mazorra@uexternado.edu.co)

2 [orcid.org/0000-0002-9021-8198](https://orcid.org/0000-0002-9021-8198). Universidad Autónoma de Nuevo León, México. [carlos.munizm@uanl.mx](mailto:carlos.munizm@uanl.mx)

de América Latina y los Estados Unidos, cada vez más cercana en las prácticas de consumo mediático, en las que se hacen presentes los cambios generacionales que modifican a su vez las interacciones entre medios masivos y digitales en la esfera pública.

Este número especial de *Palabra Clave* busca dar cuenta del estado del campo y sus transformaciones en Iberoamérica. Así, reúne algunos de los trabajos presentados en el VII Congreso Latinoamericano de la World Association for Public Opinion Research (WAPOR), que se desarrolló en Monterrey del 12 al 14 de octubre de 2016, junto a otros artículos que complementan este panorama.

El artículo de Rodríguez-Estrada nos abre una ventana para observar un campo en construcción, activo en las redes de citación en México, que se relaciona interdisciplinariamente con las ciencias sociales y políticas, centrado en las prácticas subjetivas de sus investigadores y sus conversaciones. Desde ahí podemos observar las prácticas académicas y las tradiciones investigativas que guían el horizonte de investigación común en América Latina y dan un atisbo a las preguntas que lo conforman.

Y una de las principales preguntas que subyacen a esto son los cambios en la cultura cívica. Así, Pastrana-Valls muestra en su texto cómo ha cambiado la cultura política en México en diferentes generaciones, unos mayores que adscriben a valores básicos frente a nuevas cohortes de jóvenes más cercanas a valores posmaterialistas. Estos cambios van aparejados en transformaciones en las estructuras de circulación de los medios, las cuales son rastreadas en el artículo de Vanessa de Macedo Higgins Joyce, cuando muestra el desarrollo de medios de comunicación que se adaptan a los retos y crisis democráticas de la región, gracias a los recientes escenarios tecnológicos que han posibilitado la aparición de nuevas voces de periodistas que transforman las agendas mediáticas mientras apuestan a otros modelos de negocios.

Estos cambios señalan a la mediatización de la vida política que se nos presenta hoy atravesada con las contaminaciones de diferentes interfaces,

pantallas por las que se cruzan medios y política cuando se juntan con las campañas electorales. El artículo de Muñiz, Saldierna y Marañón analiza en este sentido la relación, con un estudio de encuadres mediáticos, entre las campañas mediáticas y su cubrimiento en los medios de comunicación en la campaña de gobernador de Nuevo León (México), en 2015. Además, presenta también la relación que tienen los medios de comunicación con las campañas electorales que han venido transformándose gracias a la inclusión de nuevos formatos en los medios tradicionales, así como a la cada vez más fuerte presencia de posibilidades tecnológicas que dan cuenta, no solo de nuevas iniciativas periodísticas, sino de la participación de los ciudadanos, lo cual a su vez influye en las agendas mediáticas. Lo anterior se puede apreciar en la diferencia en el tratamiento de temas y políticas públicas, que aparecen en los debates entre candidatos y se ocultan en los medios y las redes sociales, tema tratado por López-García, Llorca-Abad, Valera-Ordaz y Peris-Blanes en su artículo.

Así, las campañas electorales se enfrentan hoy a los ambientes mediáticos digitales, particularmente en redes sociales. En ellas, como muestra López Londoño, la propaganda y publicidad política interactúan en una esfera pública, en que las voces ciudadanas aún luchan por encontrar un espacio de diálogo copado con las fuentes de información de medios tradicionales, como se observa en el trabajo de Ituassu, Lifschitz, Capone, Vaz y Mannheim. Estas interacciones digitales transforman las campañas electorales, lo que ocurrió en las recientes campañas presidenciales como la de Trump en los Estados Unidos, y que se aprecia en el trabajo de Rodríguez Andrés. Por último, Cifuentes y Pino muestran que el uso de redes sociales como Twitter generan agenda de identificación partidista y una nueva retórica de campaña que transforma la cultura política.

Este breve panorama intenta, por supuesto, generar de nuevo las conversaciones que precursoras de estas como Doris Graber, quien falleció este 2018, dejaron abiertas. Como indica Graber y Dunaway (2017), evaluar con la evidencia disponible los impactos que muchos asumían de internet y los medios sociales sobre la participación política hace necesario abandonar la mirada mediatizada de la política y volver a las conversaciones ciudadanas.

Volver a este panorama y continuar con la idea de Norris (2000) del círculo virtuoso en política, ampliando su alcance a estos nuevos ambientes digitales en que las opciones de consumos de información política y exposición a las campañas son mucho más amplias, ya no solo en una fuente, sino en dos o tres a la vez. El panorama requiere establecer los diversos caminos de interacción en un ecosistema mediático poblado de multiplicidad de pantallas, un trabajo necesario que requiere nuevos abordajes desde la comunicación política. Además, establecer esta red híbrida en que aparecen las exploraciones y los diálogos de diversos investigadores incita a la presentación de trabajos que aborden desde una perspectiva comparada los cambios ocurridos en las preguntas que guían las conversaciones sobre comunicación política. El hilo debe buscar tejer en diversas escuelas el interés mutuo en comprender las transformaciones de este campo y hace un llamado a seguir construyendo en común nuevas preguntas que orienten las discusiones en comunicación política.

## Referencias

- Almond, G. A. y Verba, S. (1989). *The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations* (3.<sup>a</sup> ed.). Londres: Sage.
- Graber, D. A. y Dunaway, J. (2017). *Mass media and American politics* (10.<sup>a</sup> ed.). Londres: Sage.
- Jamieson, K. H. y Kenski, K. (2017). Political communication: Then, now, and beyond. En K. H. Jamieson y K. Kenski (eds.), *The Oxford handbook of political communication* (pp. 3-15). Nueva York: Oxford University Press.
- Norris, P. (2000). *A virtuous circle: Political communications in post-industrial democracies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.