

PRESENTACIÓN

El tema del presente número de *Politai* me parece particularmente oportuno para el análisis en Ciencia Política, de temas hoy muy importantes en la actualidad peruana y regional. Me refiero a la comunicación y la propaganda política, dos fenómenos de la mayor trascendencia, cuya complejidad, intensidad y cambio acelerado constituyen uno de los retos más exigentes para una disciplina aún joven entre nosotros. El atractivo del presente número aumenta porque estas materias se tratan en varios de los artículos con énfasis en campañas electorales y a través de algunos estudios de caso de los recientes procesos peruanos.

Es particularmente meritorio, además, que los estudiantes de esta Asociación hayan logrado conseguir colaboraciones ad-hoc de un distinguido grupo de académicos especialistas, tanto extranjeros como nacionales. Debemos felicitarlos por ello. De este modo el lector, politólogo o no, tendrá la sana tentación de leer seguidos varios artículos, y por qué no, toda la revista, porque los distintos asuntos y enfoques se suman y nos ofrecen un panorama vivo de cuestiones claves de la Comunicación Política y de su creciente y poco conocida complejidad.

El rol de los distintos medios –de los clásicos a los más nuevos, de los impresos a la televisión o al Internet– en un momento público tan decisivo como la elección de las máximas autoridades de un país, resalta sin duda como una cuestión central. Lo que encontramos; sin embargo, es que ella nos remite a una diversidad de tecnologías, formas organizativas, recursos económicos, roles antes inexistentes, actores variados, pautas culturales y públicos a diferenciar, para entender mejor cómo es que vía los medios se pueda hablar hoy, casi ya de la política entera como ‘política mediática’.

Las tecnologías electrónicas de la información han corrido parejas en su espectacular desarrollo con los cambios políticos y del poder que han

producido la llamada globalización actual. No tenemos un Estado mundial pero sí una fuerte interdependencia a un mercado y a una cultura occidental de origen. La Comunicación Política y las elecciones nos obligan a colocarnos justamente, de frente, en medio de este mundo en parte desterritorializado. A estudiar, por ejemplo, la interacción entre los mensajes de la propaganda ultra moderna de candidatos nacionales, con los códigos culturales de votantes con experiencias y necesidades aún muy locales y propias. La Ciencia Política, para seguir estos procesos, requiere trabajar con conceptualizaciones y métodos de otras disciplinas. El contenido de varios de los artículos de esta revista lo prueba: enfoques psicológicos y antropológicos son utilizados para entender campañas y propagandas. Y el abanico podría ampliarse más. A la vez, el estudio de las relaciones de poder, del desprestigio de las instituciones de la democracia representativa o del atractivo de los liderazgos personalistas, temas propios a la Ciencia Política clásica, no podrían hacerse hoy por fuera de la Comunicación Política, es decir, de asumir que la política y los gobiernos son mediáticos, para bien y para mal.

La Asociación Civil Politali sigue transitando así, de ofrecer un lugar de encuentro y de intercambio a estudiantes y profesores de la Pontificia Universidad Católica del Perú, como era hace dos años cuando comenzó, a entregar con su revista un conjunto de materiales de estudio académico de muy buen nivel, mucho mas allá de esa frontera. Les deseo que sigan por este camino y generen más emulación.

Rolando Ames Cobían

*Profesor Principal de la Especialidad de Ciencias Políticas
Facultad de Ciencias Sociales Pontificia Universidad Católica del Perú*