

Este nuevo número de la Revista *Politai* aborda, como tema principal, el campo de la Comunicación Política, presentando un conjunto de investigaciones y ensayos con diversas perspectivas de análisis y sub-temas. En nuestra sección de Artículos Académicos e Investigación, podemos encontrar hasta cuatro áreas de la Comunicación Política, estas son: las campañas electorales, la comunicación gubernamental, el rol de los asesores políticos en la comunicación y las tensiones entre gobiernos y medios de comunicación.

En cuanto a campañas electorales presidenciales, Enrique Patriau examina el tema de la efectividad de medios de comunicación usados por los principales candidatos en competencia. Muestra que, en la actualidad y en un contexto que se reconoce como de expansión de la comunicación a través de las redes sociales virtuales, la televisión sigue siendo el medio de comunicación política predominante en el Perú.

Enfocados en aspectos de la última campaña presidencial peruana (2011), y en base a un análisis desde la psicología política, Ferrándiz, Ibáñez y Espinosa aportan un enfoque multidisciplinario a la revista, abordando críticamente las expresiones de racismo que abundaron en las redes sociales en la última elección presidencial. Explican que la despersonalización en las redes de comunicación virtuales permite que se hagan expresiones racistas de manera abierta. Estudiando desde otro enfoque temático esta misma campaña electoral (y algunos meses posteriores a su culminación), Pedro Patrón realiza un análisis del discurso de 'inclusión social' realizado por el partido político Gana Perú desde la campaña presidencial de 2011 hasta la creación del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social. A partir de enfoques de mercadeo político y de teoría de la retórica, interpreta el por qué de los cambios en el mensaje político de Gana Perú.

Por otro lado, en una investigación ambiciosa, Taylor Boas estudia cómo se determina el énfasis en los diferentes tipos de mensajes (enfocado en políticas públicas, clivajes o en vínculos directos con el electorado) en campañas presidenciales en países de democracias nuevas en América Latina (Brasil, Chile y Perú). En el contexto actual en que los estudios en el subcampo de la comunicación política comparada no están del

todo consolidados, aún a nivel de investigaciones de los países desarrollados y democracias de larga duración,¹ Taylor Boas nos propone una muy interesante y sólida teoría inspirada en el isomorfismo institucional acerca de cómo se determinan los estilos de campañas electorales en las nuevas democracias: la teoría del *success contagion* (contagio del éxito). La misma se desarrolla inductivamente a partir del estudio en profundidad de las campañas electorales de los tres países mencionados desde que transitaron a regímenes democráticos. Incluso, a final del artículo y de manera breve, el autor pone a prueba su teoría en un conjunto amplio de países democratizados en la tercera ola.

El presente número contiene, asimismo, dos aportes valiosos en el análisis de la comunicación gubernamental. Por un lado, Mario Riorda hace énfasis en la necesidad de estudiar la comunicación gubernamental como una sección o esfera diferenciada de la comunicación política en diversas circunstancias (campañas electorales, riesgo y crisis). El autor fundamenta la importancia de la comunicación gubernamental como condición para el desarrollo de lo que define como gubernamentalidad (acciones transversales a todas las dimensiones de gobierno que dotan de consenso a las gestiones). Por otro lado, D'Adamo y García Beaudoux sistematizan el cambio en los tipos de propaganda gubernamental en el mundo occidental con una visión longitudinal partiendo desde 1900 hasta la actualidad. Con esta investigación, los autores realizan una propuesta de clasificación de las etapas de las propagandas de gobierno.

Abordando otro sub-tema, Toni Aira cuestiona el rol de los asesores en comunicación política; a partir de entrevistas en profundidad a asesores en comunicación en distintos niveles de gobierno de España. Aira encuentra conveniente que estos asesores deban mantener un nivel de discreción estratégico para no disputar protagonismo a los representantes políticos, ya que así resultarán siendo flancos fáciles de opositores. Aira parte de la labor compleja que tienen los políticos y sus asesores en comunicación, hoy, para mantener una imagen positiva en un contexto de sobreexposición mediática. Finalizando la sección de Artículos Académicos e Investigación, la Comisión de Investigaciones de Politaí analiza la reacción de algunos de los últimos gobiernos andinos (Morales en Bolivia, Correa en Ecuador, García en Perú y Chávez en Venezuela) ante la tensión entre estos y los medios de comunicación. Se llama la atención sobre los métodos que usan los gobiernos mencionados para intentar el control de medios en circunstancias específicas, resaltando que

¹ En su publicación sobre el estado del arte de importantes publicaciones en comunicación política comparada, Pippa Norris señala que una "breve revisión de estos volúmenes sugiere que, en contraste al progreso en otras áreas de la política comparada, el sub-campo de la comunicación política comparada aún no ha desarrollado un extenso cuerpo de literatura que establezca marcos analíticos sofisticados teóricamente, reforzado por generalizaciones científicas puestas a prueba rigurosamente, conceptos comunes, instrumentos estandarizados y bases de datos compartidas con la capacidad para identificar regularidades que resulten robustas en contextos variados" (Norris 2009: 322), traducción propia. NORRIS, Pippa. 'Comparative political communications: Common frameworks or Babelian confusion?' en *Government and Opposition*, Vol.44 (2), (2009), pp.321-34.

estos giran en torno a la regulación en políticas de comunicaciones y otros mecanismos más o menos sutiles como la no renovación de licencias de funcionamiento.

Las secciones finales de este número ofrecen aportes interesantes y valiosos en diversas dimensiones de Ciencia Política. En primer lugar, la revista *Politai* inaugura su nueva sección de 'Tesis'. Melissa Navarro presenta un artículo de investigación en base a su tesis de licenciatura sobre la consolidación de un partido personalista luego de que su líder salga de la competencia política: estudia la trayectoria del fujimorismo. De otro lado, el artículo de metodología de Cohaila detalla los procesos para la elaboración de encuestas de opinión pública y las ventajas y limitaciones que estos tienen. En una sección posterior, presentamos una excelente entrevista en profundidad al profesor Steven Levitsky realizada por Mariana Ramírez y Mario Cateriano. En la sección 'Reseña', Pablo Quintanilla realiza la revisión del libro *Reorganizing Popular Politics: Participation and the New Interest Regime in Latin America* (2009, editado por R. Collier y Handlin). Quintanilla resaltó la relevancia de esta publicación, la cual aborda las nuevas formas de participación política popular en América Latina. Finalmente, las secciones de Eventos y Observatorio nos brindan, respectivamente, un recuento de las principales actividades de *Politai* en su rol de promotor de la disciplina de la Ciencia Política en el Perú y un nutrido listado detallado de plataformas y publicaciones en Comunicación Política.

Esperamos que los artículos y trabajos presentados sirvan de estímulo para la realización de investigaciones o trabajos ensayísticos; en especial de estudiantes y egresados en Ciencia Política.

Al mismo tiempo, tenemos la seguridad de que la discusión y debate acerca de los temas abordados dentro de este número servirán para afianzar el rol de *Politai* como espacio de difusión e investigación de la Ciencia Política en nuestro país.