
SUMARIO ANALÍTICO

DIEZ RASGOS DE LA NUEVA OPINIÓN PÚBLICA

VÍCTOR SAMPEDRO BLANCO

Resumen: Se realiza una revisión de las transformaciones de los espacios en los que se crea y expresa la opinión pública con la aparición de los medios masivos y los sondeos. Agrupadas en diez rasgos, estas transformaciones sirven para introducir los trabajos de los autores que colaboraron en este monográfico.

Palabras clave: Medios de comunicación; opinión pública; sondeos de opinión; modernidad; efectos mediáticos; democracia deliberativa.

EL IMPERIO DEL MARKETING POLÍTICO. CUANDO LAS IMÁGENES DESPLAZAN A LAS IDEAS

RAÚL TREJO DELARBRE

Resumen: Desde una perspectiva teórica se analizan las transformaciones de la política a partir de la presencia masiva de medios de comunicación y sondeos de opinión; que los ha convertido en representantes cotidianos de las opiniones ciudadanas. El creciente peso de la información audiovisual, con sus particularidades específicas, es considerado por el autor como un factor clave de la transformación de algunos elementos constitutivos básicos del proceso político democrático: campañas electorales, partidos políticos y candidatos.

Palabras Clave: Medios de comunicación, comunicación política, opinión pública, discurso político, campañas electorales

LA CRISIS DE CONFIANZA EN LA POLÍTICA Y SUS INSTITUCIONES: LOS MEDIOS Y LA LEGITIMIDAD DE LA DEMOCRACIA EN BRASIL

MAURO PEREIRA PORTO

Resumen: El artículo aborda algunos problemas conceptuales dentro del debate teórico sobre la legitimidad, planteando como inciden en este proceso los medios de comunicación en el caso brasileño. Para ello se analizan distintos fenómenos informativos que dinamizan la articulación entre esfera mediática y proceso político: la ofensiva del periodismo de investigación; la "antipolítica" de los medios de comunicación y el carácter sesgado de la cobertura periodística de las instituciones políticas. Para concluir se analizan las consecuencias de este papel de los medios en la diseminación de la crisis de confianza en la política y en sus instituciones y, en consecuencia, en la creación de obstáculos a la consolidación del régimen democrático.

Palabras clave: Medios de comunicación, informativos, legitimidad, sistema político, consolidación democrática, Brasil.

LA NOTA ROJA: PERIODISMO POPULAR Y TRANSICIÓN A LA DEMOCRACIA EN MÉXICO

DANIEL C. HALLIN

Resumen: Este artículo analiza el rol ambivalente de la información de sucesos en la esfera pública mexicana, señalando los sesgos de la representación mediática del crimen, la fusión que se produce entre géneros informativos y de entretenimiento, y las diferencias entre programas dirigidos a sectores sociales segmentados según su capacidad adquisitiva. Estas transformaciones son explicadas en relación a dos cambios estructurales de la sociedad mexicana: la democratización y la liberalización económica.

Palabras Clave: Medios de comunicación, televisión, información sensacionalista, prensa amarilla, democratización, liberalización económica, México.

JUSTICIA Y SEGURIDAD EN LAS NOTICIAS SOBRE EL CRIMEN: LA CONSTRUCCIÓN TELEVISIVA DE UN PROBLEMA SOCIAL

RICARDO GUTIÉRREZ

Resumen: Con un análisis de los telenoticieros argentinos el autor nos desvela las definiciones mediáticas del crimen, así como el papel atribuido a las instituciones políticas y a los propios medios en las noticias sobre ese "problema social". A partir de esta información, se apuntan algunas dificultades de la ciudadanía para entender y participar en una solución política de los problemas del orden y la justicia sociales.

Palabras Clave: Medios de comunicación, televisión, informativos, análisis de discurso, problemas sociales, crimen, instituciones políticas, Argentina.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS Y ESTABLECIMIENTO DE LA AGENDA: UN ESTUDIO EMPÍRICO EN ARGENTINA

ORLANDO D'ADAMO, FLAVIA FREIDENBERG Y VIRGINIA GARCÍA BEAUDOUX

Resumen: En el presente artículo se aborda la problemática de los efectos de los medios de comunicación de masas sobre la opinión pública a partir de los resultados obtenidos mediante una investigación empírica. En particular, se analizará la función de establecimiento de la agenda, entendida como la capacidad de los medios de comunicación de dirigir la atención pública hacia ciertas cuestiones particulares. La hipótesis principal propone que los problemas destacados por los medios en su propia agenda temática, terminan siendo los problemas que las personas consideran como los más importantes al elaborar la agenda pública.

Palabras clave: Medios de comunicación de masas, efectos psicológicos, establecimiento de la agenda, agenda pública y agenda de los medios.

MOVIMIENTOS SOCIALES Y COMUNICACIÓN: EL ESPEJO CÓNCAVO Y LA IRRUPCIÓN INDÍGENA

ROSSANA REGUILLO

Resumen: Los problemas de los movimientos indígenas para consolidar una imagen de ciudadanía en tiempos de globalización son muchos. Debatándose entre el pasado y la modernidad, entre el centro y la periferia de sus sociedades, los movimientos populares de América Latina buscan en los medios un espacio de representación de difícil acceso y efectos contradictorios. El caso del EZLN mexicano le sirve a la autora para ejemplificar estos argumentos.

Palabras clave: Movimiento indígena, comunicación popular, medios de comunicación, exclusión social, modernidad, zapatismo, México.

INDUSTRIA GLOBAL, CULTURAS Y POLÍTICAS LOCALES: LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA TELEVISIÓN LATINOAMERICANA

SILVIO WAISBORD

Resumen: El artículo analiza los procesos más importantes que experimentó la televisión latinoamericana en los ochenta y los noventa. Se presenta un argumento doble: la globalización tiene consecuencias disímiles para las televisiones domésticas debido a que la situación de la industria televisiva varía notablemente de país a país. Estas diferencias se acentuaron recientemente, precisamente, porque la globalización fortalece y debilita las posibilidades de la producción local. Las perspectivas para la producción de contenidos que reflejen culturales locales y nacionales son diferentes según factores económicos. La experiencia reciente de la televisión latinoamericana sugiere que la globalización es un proceso político-económico que abre las puertas al flujo de capitales y tecnologías y facilita la concentración de medios. Esto no implica, sin embargo, que lleve a la homogeneización de la cultura televisiva o haga irrelevante la política y el Estado como prácticas e instituciones que moldean y definen las estructuras comunicacionales de una sociedad.

Palabras clave: Televisión, globalización, producción audiovisual, medios y cultura, nuevas tecnologías

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA CULTURA POLÍTICA DEMOCRÁTICA EN MÉXICO

JACQUELINE PESCHARD

Resumen: El texto ofrece un balance del comportamiento de los medios de comunicación durante la época de la hegemonía del PRI en México, poniendo énfasis en la "unilateralidad informativa" que caracterizó a la cobertura de las campañas políticas en radio y televisión

Para atender a esta disparidad informativa, desde 1994, el Instituto Federal Electoral ha realizado monitoreos de los principales noticieros en medios electrónicos durante las campañas electorales, y desde entonces la información que sobre los eventos de campaña ofrecen los medios en su conjunto ha sido más equilibrada, pues al menos los tres principales contendientes han obtenido un espacio relativamente equitativo. No obstante, al descender a nivel de los diferentes estados de la república mexicana, puede apreciarse que en 1997 y durante el primer mes de campaña del 2000, algunas estaciones de radio y canales de televisión siguen presentando sesgos a favor de alguno de los partidos políticos.

Palabras clave: Unilateralidad informativa, monitoreo, sesgos en la cobertura, cobertura de campañas, competencia por la audiencia, circunscripciones electorales, valoración de las notas informativas.

ANALYTICAL SUMMARY

TEN FEATURES OF THE NEW PUBLIC OPINION

VÍCTOR SAMPEDRO BLANCO

Abstract: The author presents a theoretical overview of the transformation of the public spheres due to the consolidation of mass media and opinion polls. Ten traits of the *new public opinion* offer a framework to introduce the articles included in this monographic issue.

Key words: Mass media; public opinion; opinion polls; modernity; media effects; deliberative democracy.

THE EMPIRE OF THE POLITICAL MARKETING. WHEN THE IMAGES DISPLACE THE IDEAS

RAÚL TREJO DELARBRE

Abstract: From a theoretic perspective the article analyzes the changes of politics related to the massive presence of media and opinion polls; these ones have appeared as the habitual representations of public opinions. The growing importance of audiovisual information, with its specific features is considered by this author as a key factor of the transformation of some constitutive elements of the democratic process: electoral campaigns, political parties and candidates.

Key words: Mass media, political communication, public opinion, political discourse, electoral campaigns.

THE POLITICAL CONFIDENCE CRISIS AND ITS INSTITUTIONS: MEDIA AND LEGITIMACY OF THE BRASILIAN DEMOCRACY

MAURO PEREIRA PORTO

Abstract: This article undertakes some of the conceptual problems of the theoretical debate about legitimacy, proposing how the mass media influence over this process in the brazilian case. In this way, are analyzed different informative events which are in the articulation of media sphere and the political process: the offensive of research journalism, the "antipolitics" of mass media and the interested character of the journalistic coverage of political institutions. Finally, are studied the consequences of the role of the media in the growing trust crisis politics and institutions, and, as a consequence in the appearance of obstacles in the consolidation of the democratic regime.

Key words: Mass media, news, legitimacy, political sistem, democratic consolidation, Brazil.

THE NOTA ROJA: POPULAR JOURNALISM AND TRANSITION TO DEMOCRACY IN MEXICO

DANIEL C. HALLIN

Abstract: This article analyzes the ambivalent role of the sections of accidents and crime reports in the mexican public sphere, underlying the bias of crime media representation, the joining between informative section and entertainment, and the differences among programs directed to segmented social sectors according to their purchasing power. These transformations are explained in the relation to two structural changes of mexican society: the democratization and the economic liberalization.

Key Words: Mass media, television, sensacionalist information, tabloid, democratization, economic liberalization, Mexico.

JUSTICE AND SECURITY IN THE NEWS ABOUT CRIME: THE TELEVISION CONSTRUCTION OF A SOCIAL PROBLEM

RICARDO GUTIÉRREZ

Abstract: Analyzing argentine tv news, the author describes the media definitions of crime, and the role of political institutions and the same media in the news about this "social problem".

From this information are established some difficulties of the citizens to understand and participate in the political solution of the order and social justice problem.

Key Words: Mass media, tv news, discourse analysis, social problems, crime, political institutions, Argentine.

MASS MEDIA AND ESTABLISHMENT OF THE AGENDA: A EMPIRICAL STUDY IN ARGENTINA

ORLANDO D'ADAMO, FLAVIA FREIDENBERG Y VIRGINIA GARCÍA BEAUDOUX

Abstract: This paper focuses on the mass media effects on public opinion. For that purpose, the results of an empirical research will be used. In particular, we will analyze the agenda setting function, defined as the capacity of the mass media to direct public attention to specific issues. The main hypothesis proposes that the problems the mass media emphasize in their own agenda are the same problems that people will end to consider as the most important when it comes to elaborate the public agenda.

Key Words: Mass Media, Psychological Effects, Agenda Setting, Public Agenda, Mass Media Agenda.

SOCIAL MOVEMENTS AND COMMUNICATION: THE CONCAVE MIRROR AND THE INDIGENOUS IRRUPTION

ROSSANA REGUILLO

Abstract: Many are the problems of indigenuos movement to consolidate an image of citizenship in an age of globalization. Discussing between past and modernity, between the centre and the pheriphery of these societies, latinoamerican popular movements look for a space of representation in the mass media of difficult acces and contradictory effects. The example of EZLN is used by this author to develop these arguments.

Key words: Indigenous movement, popular communicaton, mass media, social exclusion, modernity, zapatismo, Mexico.

GLOBAL INDUSTRY, CULTURES AND LOCAL POLICIES: THE GLOBALIZATION OF LATIN AMERICAN TELEVISION

SILVIO WAISBORD

Abstract: The article analyzes the most important processes that the Latin American television experienced in the 1980s and 1990s. It offers a double argument: globalization has different consequences for domestic television due to the fact that the conditions of local television vary from country to country. These differences became sharper recently, precisely because globalization both strengthens and weakens the chances for local production. The prospects for the production of content that reflects local and national cultures are different according to economic factors. This case suggests that globalization is an economic-political process that opens the door to the flow of capital and technology, thereby facilitating media concentration. This does not imply, however, that it leads to the homogeneization of television cultures or that it makes politics and the State irrelevant as practices and institutions that shape and define communication structures in a society.

Keywords: Television, globalization, audiovisual production, media and culture, new technologies.

MASS MEDIA IN THE CONSTRUCTION OF THE DEMOCRATIC CULTURE IN MEXICO

JACQUELINE PESCHARD

Abstract: During the long period of political hegemony of the PRI in Mexico, the information about electoral campaigns reported by the mass media was clearly biased against opposition parties because the PRI received over 80% of the time given to the parties. From 1994 on, the Federal Electoral Institute has been monitoring the main newsreels on radio and television during electoral campaigns and has found that as a whole, the transmission of the electoral activities of the three main political parties has been balanced. However, when analyzing newsreels in the different states, the bias is still present, but in 1997 it favoured only the PRI, and during the first month of the Presidential campaign of 2000 it favoured the three main parties. This shows that the media have become pluralistic.

Key words: informative unilaterality, monitoring, campaing coverage, canpaing audience, electoral district, news assessment.