

Análisis de los últimos cuatro periodos presidenciales en México: su comunicación de gobierno

Dr. Jorge Luis Castillo Durán

Dra. Sandra Timal López

Persiste un debate, no solo académico, sino a nivel social, en torno a la influencia de los medios de comunicación sobre la actuación de gobierno, a partir de la percepción que se genera entre la ciudadanía.

En los más recientes 25 años México ha experimentado procesos de alternancia en los procesos federales de manera recurrente. Estos procesos han conducido a la emergencia de fenómenos e incluso, estrategias de comunicación ante la dependencia de adaptarse a la creciente influencia de los medios de comunicación tradicionales.

Si bien este hecho se ha producido al margen de la acción gubernamental, traducida en la provisión de bienes y servicios, así como en la definición de políticas, los medios han visto la necesidad de adoptar nuevas formas para propiciar que los efectos esperados de sus mensajes, lleguen de manera efectiva a sus auditorios.

En el último decenio, la comunicación gubernamental ha presentado una evaluación acelerada, desde una generación de mensajes de manera unidireccional, hegemónica y con exclusividad del sector gubernamental, como único emisor.

Esta evolución no ha sido ajena o autónoma al entorno económico, político o social a nivel internacional. Su relación directa con la comunicación política ha tenido el siguiente comportamiento: en el ámbito político la apropiación de un lenguaje compartido es vital para la definición y consecución de objetivos grupales, ya sea en concordancia o en oposición, pero finalmente, se genera un debate necesario para el desarrollo integral de las sociedades contemporáneas.

Es así que en esta investigación, justamente analizaremos las estrategias de comunicación de los últimos 4 expresidentes de México, para conocer su estrategia, así como los resultados logrados con ella, poniendo un especial énfasis en la comunicación unipersonal de la persona titular del Poder Ejecutivo en México.