

En el mundo contemporáneo la comunicación a través de medios masivos se ha convertido en la forma esencial de información entre los seres humanos. El volumen y la intensidad con que estos medios llegan al ciudadano común, merece no solamente un profundo estudio, sino además un acercamiento particular a cada forma y ámbito de la comunicación de masas. Tal es el caso de la comunicación política, está involucra tanto a los receptores, que son los ciudadanos, como a los emisores que son los agentes políticos; así, constituye un espacio de acuerdo o desacuerdo entre aquellos que conforman una sociedad organizada. De ahí la importancia de estudiar sus características discursivas y su evolución a lo largo de los años.

Lo anteriormente planteado hace que propongamos un planteamiento hipotético: Esta investigación se propone hacer análisis de la comunicación política en México, a partir del nuevo periodo presidencial de Enrique Peña Nieto¹. Intentaré hacer un recuento de la relación de las televisoras mas grandes en México y la política, más bien estudiar las consecuencias para el desarrollo de una comunicación política, en donde los medios de comunicación actúen como agentes objetivos y plurales, y en donde la ciudadanía no esté sujeta a puntos de vista monopólicos y parciales de televisoras privadas. Como ya lo decía, dar cuenta del poder de las dos televisoras mexicanas con mas trayectoria en el país: Televisa y Tv Azteca, para la creación de la opinión publica en la sociedad mexicana, que la mayoría de las veces crea ideologías e ideas equivocadas por falta de bienes culturales y la mayor parte de la población depende de la televisión abierta.

¹ Desde el 1 de diciembre de 2012, Enrique Peña Nieto es el Presidente de los Estados Unidos Mexicanos. Es licenciado en Derecho por la Universidad Panamericana y tiene una maestría en Administración por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM). (Mexico, presidencia de la republica, pagina web)