

# ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

LIBRO DEL AÑO 2012

Karen Sanders • María José Canel  
Arantxa Capdevila • Mario G. Gurrionero  
*(Coordinadores)*

acop\*

tecnos

57.109

KAREN SANDERS  
MARÍA JOSÉ CANEL  
ARANTXA CAPDEVILA  
MARIO G. GURRIONERO  
(Coordinadores)

# ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

LIBRO DEL AÑO 2012

## AUTORES

MARÍA ROSA BERGANZA  
SALOMÉ BERROCAL  
FERMÍN BOUZA  
MARÍA ÁNGELES CHAPARRO  
MARÍA JOSÉ CANEL  
ARANTXA CAPDEVILA  
ELENA CEBRIÁN  
PALMIRA CHAVERO  
WOLFGANG DONSBACH  
ROBERT ENTMAN  
KEVIN G. BARNHURST  
MARIO G. GURRIONERO  
LORENA GÓMEZ

JUAN JESÚS GONZÁLEZ  
PATRICIA LAFUENTE  
PABLO LÓPEZ  
PHILIPPE MAAREK  
ROBERTO DE MIGUEL  
RAQUEL RODRÍGUEZ  
ROBERTO RODRÍGUEZ  
ANTÓN R. CASTROMIL  
KAREN SANDERS  
LAURA TERUEL  
MIGUEL VICENTE  
CRISTINA ZURUTUZA



# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	Pág.	11
--------------------	------	----

## PRIMERA PARTE

### TENDENCIAS Y DESAFÍOS EN LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

CAPÍTULO 1. TENDENCIAS EN LA COMUNICACIÓN POLÍTICA: DESAFÍOS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS ANTE LA CRISIS ACTUAL, por <i>Kevin G. Barnhurst</i> , traducido por <i>Victor Sampedro</i> .....		19
1. EL ESTADO ACTUAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESTADOUNIDENSES .....		20
1.1. <i>La crisis tecnológica</i> .....		20
1.2. <i>La crisis económica</i> .....		20
1.3. <i>La crisis laboral</i> .....		21
2. EL ESTADO DE LA CIENCIA POLÍTICA .....		22
2.1. <i>El caso de los métodos cualitativos</i> .....		22
3. EL ESTADO DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA .....		25
3.1. <i>La orientación teórica</i> .....		25
4. LOS DESAFÍOS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS .....		28
4.1. <i>El desafío para la ciudadanía</i> .....		28
4.2. <i>El desafío para la prensa</i> .....		29
5. OPORTUNIDADES DE RENOVACIÓN .....		30
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....		32
CAPÍTULO 2. DEFINING RESEARCH QUALITY IN POLITICAL COMMU- NICATION, Participantes: ROBERT ENTMAN, WOLFGANG DONSBACH, PHILIPPE MAAREK, Moderado por KAREN SANDERS, Trascrito por MARCELA T. GARCÉS y por SANTIAGO RUBÍN DE CELIS .....		33

## SEGUNDA PARTE

### INVESTIGANDO LAS CAMPAÑAS ELECTORALES

CAPÍTULO 3. LA FUERZA ELECTORAL DE LAS PERSONAS MAYORES: COM- PORTAMIENTO DE VOTO Y ESTRATEGIAS PARA PERSUADIR A UN COLECTIVO CADA VEZ MÁS DECISIVO EN CAMPAÑAS, por <i>Roberto Rodríguez</i> .....		47
1. IMPORTANCIA SOCIO-DEMOGRÁFICA Y ELECTORAL DE LAS PERSONAS MAYORES ...		48
1.1. <i>El peso demográfico de los mayores: hacia una sociedad envejecida ..</i>		48
1.2. <i>El peso electoral de los mayores: hacia un electorado cada vez más     decisivo</i> .....		50
1.3. <i>Voto femenino, urbano y heterogéneo</i> .....		51
2. PERSONAS MAYORES, POLÍTICA Y CAMPAÑAS ELECTORALES .....		52
2.1. <i>Actitudes y percepciones de los mayores ante la política</i> .....		53

2.2.	<i>Actitudes de los mayores ante las campañas electorales</i> .....	57
2.3.	<i>Invisibilidad de los mayores en la política activa</i> .....	63
2.4.	<i>La edad como freno para ser candidato</i> .....	65
3.	CONCLUSIONES Y ALGUNAS PROPUESTAS PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN POLÍTICA CON LAS PERSONAS MAYORES .....	70
3.1.	<i>Consideración de los mayores como un grupo heterogéneo</i> .....	71
3.2.	<i>Reconocimiento de los mayores como sujetos activos y no pasivos</i> .....	72
3.3.	<i>Diseño de estrategias concretas para este electorado</i> .....	74
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	75
CAPÍTULO 4. LAS ELECCIONES DE 2008 EN LOS DIARIOS GRATUITOS Y DE PAGO ESPAÑOLES. ANÁLISIS DE LAS DIFERENCIAS ESTRUCTURALES Y DE CONTENIDO EN LA COBERTURA DE LA CAMPAÑA ELECTORAL, por <i>María Rosa Berganza, Roberto de Miguel y María Ángeles Chaparro</i> .....		
1.	INTRODUCCIÓN .....	79
2.	METODOLOGÍA E HIPÓTESIS .....	83
3.	RESULTADOS .....	86
3.1.	<i>Análisis descriptivo del tratamiento de los comicios de 2008 en la prensa gratuita: aspectos morfológicos</i> .....	86
3.2.	<i>Análisis exploratorio de la tabloidización de la prensa de pago</i> .....	89
3.3.	<i>¿Está politizada la prensa gratuita?</i> .....	92
4.	DISCUSIÓN .....	95
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	96
CAPÍTULO 5. LAS ELECCIONES EUROPEAS DE 2009 EN LA PRENSA NACIONAL Y ARAGONESA: DEL PROCESO DE EUROPEIZACIÓN A LA «ESPAÑOLIZACIÓN» DE EUROPA, por <i>Patricia Lafuente y Cristina Zurutuza</i> .....		
1.	INTRODUCCIÓN .....	99
1.1.	<i>El caso de las elecciones europeas de 2009 en España</i> .....	102
1.2.	<i>El caso de las elecciones europeas de 2009 en Aragón</i> .....	104
1.3.	<i>Metodología del estudio</i> .....	105
2.	ANÁLISIS DE LOS DATOS .....	107
3.	CONCLUSIONES .....	116
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	118
CAPÍTULO 6. ELECCIONES EUROPEAS 2009: ESTRATEGIAS RETÓRICAS Y ARGUMENTATIVAS, por <i>Arantxa Capdevila y Lorena Gómez</i> .....		
1.	INTRODUCCIÓN .....	120
2.	METODOLOGÍA DE ANÁLISIS: LA PERSUASIÓN A TRAVÉS DEL DISCURSO .....	121
3.	PRINCIPALES RESULTADOS DEL ANÁLISIS .....	125
3.1.	<i>Partido Socialista Obrero Español: «Este partido se juega en Europa».</i>	125
3.2.	<i>Partido Popular: «Es hora de soluciones»</i> .....	130
3.3.	<i>Iniciativa per Catalunya Verds-Esquerra Unida i Alternativa (ICV-EUiA) e Izquierda Unida (IU): «Los mundos posibles de la Izquierda».</i>	133
3.4.	<i>Coalición por Europa: Cataluña en Europa</i> .....	136
3.5.	<i>Europa de los pueblos: «próxima estación, Europa»</i> .....	138
3.6.	<i>Unión, Progreso y Democracia: «La España fuerte»</i> .....	139
4.	CONCLUSIONES .....	139
4.1.	<i>¿Y Europa?</i> .....	139
4.2.	<i>Un diálogo nada genuino</i> .....	141
4.3.	<i>Spots para expertos</i> .....	141
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	142

## TERCERA PARTE

## INVESTIGANDO LA COBERTURA DEL CONFLICTO

CAPÍTULO 7. NEGATIVISMO MEDIÁTICO Y PLURALISMO POLARIZADO EN LA VIDA POLÍTICA MADRILEÑA, por <i>Antón R. Castromil</i> .....	147
1. INTRODUCCIÓN .....	147
2. LOS TRES MODELOS DE HALLIN Y MANCINI .....	148
3. EL NEGATIVISMO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	152
4. METODOLOGÍA DE ANÁLISIS: LA CAMPAÑA ELECTORAL EN MADRID .....	156
5. RESULTADOS: EL NEGATIVISMO MEDIÁTICO EN MADRID .....	158
6. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN .....	164
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	165
CAPÍTULO 8. EL POSICIONAMIENTO EDITORIAL DE LA PRENSA ESPAÑOLA SOBRE LA POLARIZACIÓN POLÍTICA, por <i>Laura Teruel</i> .....	169
1. PLANTEAMIENTO .....	169
2. MARCO TEÓRICO .....	171
3. CONTEXTO POLÍTICO: CARACTERÍSTICAS DE UNA LEGISLATURA POLARIZADA .....	172
4. METODOLOGÍA: ANÁLISIS DE CASOS SIGNIFICATIVOS .....	175
5. ANÁLISIS .....	177
5.1. <i>La argumentación en torno a la declaración de Rajoy de que el presidente Zapatero traicionaba a los muertos</i> .....	177
5.2. <i>La argumentación en los editoriales en torno a la aprobación de la ley de matrimonio homosexual</i> .....	182
5.3. <i>Búsqueda de editoriales con los términos polarización y crispación</i> ...	184
6. CONCLUSIONES .....	187
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	189
CAPÍTULO 9. EL VALOR DE LAS PALABRAS EN LA COBERTURA DEL TERRORISMO: ANÁLISIS DEL FRAMING DESDE LA PERSPECTIVA DRAMATÍSTICA, por <i>Mario G. Gurriero y María José Canel</i> .....	192
1. INTRODUCCIÓN .....	192
2. LA PUGNA DE ENFOQUES EN EL DISCURSO SOBRE EL TERRORISMO .....	192
3. PARA EXPLICAR EL TRIUNFO DE UN ENFOQUE .....	194
4. LOS ELEMENTOS DE LA DRAMATÍSTICA PARA EL ANÁLISIS DE ENFOQUES .....	195
5. LAS RATIOS Y LA CICLICIDAD DEL ORDEN COMO HERRAMIENTAS PARA IDENTIFICAR LAS MOTIVACIONES DE QUIEN HABLA .....	196
6. LA DRAMATÍSTICA Y LA TEORÍA DEL FRAMING .....	197
7. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA .....	198
8. RESULTADOS .....	199
8.1. <i>Algunos detalles sobre el contexto político</i> .....	199
8.2. <i>El discurso del Gobierno</i> .....	201
8.2.1. El plano estructural: la Péntada burkeana .....	201
8.2.2. El plano maestro: el Ritual de purificación .....	202
8.2.3. El plano evaluativo: la Ratio y la Ciclicidad del orden .....	202
8.3. <i>El discurso del líder de la oposición</i> .....	203
8.3.1. El plano estructural: la Péntada burkeana .....	203
8.3.2. El plano maestro: el Ritual de purificación .....	203
8.3.3. El plano evaluativo: la Ratio y la Ciclicidad del orden .....	204
8.4. <i>La cobertura en prensa</i> .....	204
9. DISCUSIÓN .....	205
9.1. <i>Sobre la comparación de los discursos</i> .....	205
9.2. <i>Sobre la comparación de la cobertura en los diarios</i> .....	206
9.3. <i>Sobre la relación de la teoría Dramatística y la teoría del Framing</i> ...	208
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	209

## CUARTA PARTE

NUEVOS FENÓMENOS Y RETOS METODOLÓGICOS  
Y CONCEPTUALES

CAPÍTULO 10. GÉNESIS Y DESARROLLO DE LOS ENCUADRES PERIODÍSTICOS EN UN SISTEMA MEDIÁTICO POLARIZADO: EL CASO ESPAÑOL (2004-2008), por <i>Fermin Bouza, Juan Jesús González, Raquel Rodríguez, Antón R. Castromil y Palmira Chavero</i> .....		213
1. INTRODUCCIÓN .....		213
1.1. <i>Problema</i> .....		213
1.2. <i>Revisión de la literatura</i> .....		215
1.3. <i>Propósito</i> .....		216
2. METODOLOGÍA .....		220
3. RESULTADOS .....		221
3.1. <i>Problemas de agenda</i> .....		221
3.2. <i>La agenda temática</i> .....		224
3.3. <i>Los encuadres</i> .....		230
4. DISCUSIÓN .....		231
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....		233
CAPÍTULO 11. PROPUESTAS DE CONSOLIDACIÓN TEÓRICA Y ANALÍTICA PARA LOS ESTUDIOS DE <i>FRAMING</i> EN LA INVESTIGACIÓN SOBRE COMUNICACIÓN POLÍTICA, por <i>Pablo López y Miguel Vicente</i> .....		239
1. INTRODUCCIÓN .....		239
2. TRES CONVENCIONES BÁSICAS PARA EL ANÁLISIS DEL ENCUADRE MEDIÁTICO Y POLÍTICO .....		240
2.1. <i>Precisión analítica sobre dos procedimientos profesionales</i> .....		241
2.2. <i>Aproximación indirecta y a medio plazo</i> .....		242
2.3. <i>Búsqueda del equilibrio metodológico</i> .....		244
3. REPRESENTACIÓN DISCURSIVA DEL <i>FRAMING</i> Y GESTIÓN DE PALABRAS CLAVE. DOS GRANDES PERSPECTIVAS .....		245
3.1. <i>Perspectiva directa</i> .....		246
3.2. <i>Perspectiva dinámica</i> .....		247
4. PRINCIPALES TIPOLOGÍAS DE ENCUADRE .....		250
4.1. <i>Tipologías clasificatorias generales</i> .....		251
4.2. <i>Tipologías temáticas</i> .....		251
4.3. <i>Tipologías temáticas generalizables</i> .....		252
4.4. <i>Tipologías genéricas</i> .....		252
5. CONCLUSIÓN .....		256
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....		256
CAPÍTULO 12. LA IRRUPCIÓN DEL «INFOENTRETENIMIENTO» EN LA COMUNICACIÓN POLÍTICA ESPAÑOLA. UNA PROPUESTA PARA LA SISTEMATIZACIÓN DE SUS FORMATOS TELEVISIVOS, por <i>Elena Cebrián y Salomé Berrocal</i> .....		260
1. INTRODUCCIÓN .....		260
2. EL CONCEPTO DE «INFOENTRETENIMIENTO» Y SU INCORPORACIÓN A LA POLÍTICA TELEVISADA .....		261
3. EL «INFOENTRETENIMIENTO» POLÍTICO ESPAÑOL: SU ORIGEN Y LOS PRIMEROS ESTUDIOS ACERCA DE SU INFLUENCIA .....		263
4. UNA PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LOS NUEVOS FORMATOS DEL «INFOENTRETENIMIENTO» POLÍTICO TELEVISIVO .....		266
4.1. <i>Formatos políticos espectacularizados</i> .....		267
4.2. <i>Magazines politizados</i> .....		269
4.3. <i>Infoshows políticos</i> .....		270
5. CONSIDERACIONES FINALES .....		272
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....		274