
La comunicación política en la era de la mediatización

Antón R. Castromil, María Luisa Humanes y Luis García Tojar (eds.).
Salamanca: Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones, 2020, 242 pp.

El libro que aquí se recensiona, constituido por una introducción y ocho capítulos, constituye una reflexión sobre el estado presente de los objetos de investigación y marcos teóricos habituales en los estudios de comunicación política. Castromil, Humanes y García Tojar, editores de la obra, cuentan con la participación de Enric Saperas, José Luis Dader, Iván Soto San Andrés, José Manuel Sánchez Duarte y Raúl Magallón Rosa, e incorporan, también como homenaje, un texto del fallecido profesor y sociólogo Fermín Bouza. Aunque los textos abarcan un espacio temporal que transcurre entre el inicio de la segunda mitad del siglo xx y la actualidad, los autores centran los capítulos en los últimos treinta años, destacando dos eventos: el impacto y las consecuencias de la Gran Recesión de 2008, y la expansión y desarrollo de las tecnologías de la información, internet y las redes sociales en las estructuras mediáticas y en las dinámicas políticas democráticas.

El libro, según sus autores, nace de la «necesidad de repensar el ámbito de la Comunicación Política» (p. 11) y argumentan para ello que se ha producido una aceleración y multiplicación de las prácticas de comunicación en el espacio político, que requieren actualizar los marcos y conceptos con los que se estudia la comunicación política. Así, la obra delimita, por un lado, la línea entre la práctica de la comunicación política como *marketing*, mensajes, formatos y disputa de marcos y encuadres en la arena de lo político y mediático y, por otro lado, el estudio y la investigación, tanto empírica como normativa sobre la misma. Es este segundo enfoque el que pretende guiar al lector de la obra en la reflexión general sobre el primer enfoque.

La introducción, entre otras cosas, enmarca la comunicación política dentro del fenómeno de la mediatización; concepto y marco teórico que se aborda en las primeras páginas del libro y que enlaza cada uno de sus capítulos. Se trata de un cambio en las relaciones entre política, medios de comunicación y ciudadanía, que *grosso modo*, y en palabras de los autores, significa la «fisión» entre la decisión y la representación política, reduciendo la democracia a la escena, la dramatización y el espectáculo.

Contextualizando la obra en la literatura reciente, el libro comparte año de publicación con el último libro de José Manuel Pérez Tornero titulado *La gran mediatización I. El tsunami que expropia nuestras vidas*, que profundiza en los efectos

de la mediatización, el periodismo o las brechas informativas y digitales y su impacto en la ciudadanía de las democracias contemporáneas (Pérez Tornero, 2020), y que bien podría complementar con su perspectiva normativa a los capítulos tratados en la obra colectiva que aquí se recensiona.

En relación con lo anterior, Enric Saperas firma el primer capítulo de este libro dedicado a la mediatización. En consonancia con la mayoría de los investigadores, entiende la mediatización como un cambio social que afecta estructuralmente a las relaciones entre medios, política y ciudadanía, de manera que los medios de comunicación de masas emergen como un agente autónomo o independiente capaz de intervenir e imponer su lógica a las demás instituciones políticas, sociales y culturales (Harjvard, 2008: 115; Hepp, 2013: 165). Este cambio tiene mayor alcance en las sociedades económicamente desarrolladas y políticamente abiertas y se inicia a la par que los procesos de globalización, comercialización e individualización de dichas sociedades.

Con respecto a los marcos teóricos, Saperas destaca dos tendencias en la investigación de la mediatización. La institucionalista, situando a Mazzoleni y Schulz (1999) como máximos representantes, y que postula que la mediatización es un proceso por el cual las instituciones, los actores sociales y muy particularmente la política sucumben a la lógica mediática, entendida como normas, objetivos, formatos o limitaciones que imponen los medios de comunicación. Por eso, el autor habla de «política mediatizada», aunque matiza que no significa «gobierno de los medios». Esta propuesta ha sido criticada por asumir la autonomía o independencia de los medios de comunicación y del rol periodístico del resto de actores, y la relegación del tercer actor, que es la ciudadanía, a un papel de subalterno, incluso en un contexto de desarrollo de internet, redes sociales y demás plataformas *online*. Por otra parte, la propuesta socialconstructivista define la mediatización como un proceso de construcción de la realidad social y cultural (Couldry y Hepp, 2013: 15) e incorpora el estudio histórico y sociocultural de los medios y del sistema mediático. Una de las críticas que se podría hacer a esta última tendencia es la huida del estudio empírico y de la operacionalización, como se señala en el texto.

En el capítulo 2, José Luis Dader repasa los espacios y las ramificaciones del concepto de la ciberpolítica y ciberdemocracia. Tras una introducción donde describe el cambio en los espacios de la comunicación política desde los salones decimonónicos hasta el ciberespacio contemporáneo, señala en el tiempo reciente una división entre los *ciberoptimistas* y *ciberpesimistas* con respecto a los potenciales cambios a consecuencia de la extensión de las redes telemáticas como internet. En los últimos años, los estudios tienden a valorar las proposiciones de ambos enfoques. La idea central del capítulo parece ser la propuesta del propio Dader de dividir el uso de las tecnologías de la información en tres modalidades: a) tecnopolítica, entendida como la amplia gama de herramientas técnicas disponibles para su uso en la comunicación política; b) ciberpolítica instrumental, definida sumariamente como las «actuaciones comunicativas que pretenden dotar de eficacia la acción política de cualquier tipo de actor» y cuyo ejemplo paradigmático sería la «cibergestión de campañas electorales»(p. 62), y

c) ciberpolítica de la monitorización, interperlación y deliberación, que implica la asunción de los valores de participación y corresponsabilidad entre élites y ciudadanía.

En el tercer capítulo, Antón R. Castromil e Ivan Soto San Andrés exponen una de las teorías más extendidas y aplicadas de la comunicación política: la teoría de la *agenda-setting*. Esta teoría, cuyo andamiaje se inicia con los estudios de Chapel Hill de McCombs y Shaw (1972), tiene como hipótesis inicial la idea de la necesidad de orientar a los ciudadanos en su comprensión de la realidad, lo que otorga un lugar preeminente a los medios de comunicación para dar relevancia a unos temas sobre otros. La hipótesis central de esta teoría es que, con el tiempo, la agenda de los medios de comunicación acaba influyendo en la prioridad de temas de las agendas ciudadanas. En este último caso hablamos del primer nivel de agenda, pero con el desarrollo de la teoría se ha avanzado hacia el segundo nivel de agenda o de atributos y el tercer nivel de agenda, que trataría sobre los puentes entre los temas y atributos y cómo estos se trasladan a las otras agendas. Según los autores de este capítulo hoy en día es posible distinguir cuatro agendas: la mediática, la política y las dos agendas ciudadanas, pública y personal. Este capítulo dedica su penúltimo apartado al impacto de internet en la teoría que, aunque ha menguado el papel hegemónico de los medios de comunicación de masas, todavía no logra imponerse en un contexto de cambio paulatino de tendencias.

En el capítulo 4 dedicado a «La extinción del sistema mediático», Luis García Tojar revisa la exitosa obra *Comparing media systems*, de Hallin y Mancini (2004), donde tras una larga recopilación de información y datos históricos se establecían tres modelos de sistemas mediáticos: el liberal, el democrático corporativo y el pluralista polarizado y plantea unas proposiciones sobre sus tendencias futuras. García Tojar advierte que Hallin y Mancini no ofrecieron una definición de sistema mediático y se atreve a proponer una según la cual el sistema mediático «es un orden estable que determina las relaciones entre los medios de comunicación y las instituciones públicas y económicas del país» (p. 132). Una de las críticas a la obra de Hallin y Mancini (2004) que hace García Tojar dictamina que no es posible pretender usar «datos de alcance medio» para demostrar «proposiciones de largo alcance» (p. 132). La revisión del sistema mediático se hace contraponiendo las teorías funcionalistas, haciendo hincapié en la aportación de Niklas Luhmann frente al constructivismo estructuralista de Pierre Bourdieu.

En el quinto capítulo María Luisa Humanes propone una renovada teoría de la exposición selectiva, según la cual el consumo de la información de los *mass media* está determinada por predisposiciones de los individuos. Esta exposición se produciría por la búsqueda del individuo de reforzar predisposiciones, «cambiar uno de los elementos para que las creencias contradictorias se conviertan en consistentes» (p. 158) o reducir el conflicto interno por informaciones contradictorias dando más importancia a unos argumentos sobre otros. Humanes considera que el retorno de esta teoría se debe a la multiplicación de canales de información y la tendencia del periodismo a posiciones políticas cada vez menos neutrales o equilibradas. Algunos de los efectos de la exposición selectiva constatados empíricamente serían la polarización y la proliferación de las cajas de resonancia (*echo chambers*), cuyo resultado final podría ser la radicalización partidista o ideológica de las sociedades democráticas liberales.

En el capítulo 6, Fermín Bouza describe el paso del «nacionalcatolicismo» (Moya, 2004) al nacional *voyeurismo* o mirón comunitario, y se refiere a tal proceso como la forma moderna del nacionalcatolicismo en la sociedad actual. También describe la «tele-novelización» de la política, entendida como la evaluación de la política desde la óptica melodramática de las telenovelas. Tal transformación es impulsada por los medios a partir de lo que denomina, acudiendo a la investigación, «factores de la noticia».

En el capítulo 7 Antón R. Castromil ofrece un análisis sobre los efectos del negativismo político mediático, señalando en primer lugar la tendencia al partidismo de los medios de comunicación, práctica alejada de los reclamos de objetivismo y la neutralidad. Seguidamente, tras una reflexión sobre la democracia representativa y el papel de la opinión pública, analiza la tendenciosidad de los medios de comunicación y los posibles efectos de este negativismo, respecto de los cuales podrían identificarse al menos tres posturas: en primer lugar, la que considera que el negativismo tiene efectos perniciosos para la calidad de la democracia, como la polarización, el bloqueo y la crispación; en segundo lugar, la que ve efectos positivos, como la movilización, la «supervisión ciudadana» y la crítica; y por último, la que prevé efectos muy reducidos o concentrados en determinados grupos sociales.

Finalizan el libro Sánchez Duarte y Magallón con un capítulo octavo dedicado a la convergencia en las prácticas digitales de los partidos políticos y los movimientos sociales. Es decir, presentan la red como nuevo espacio de participación política dando lugar a diversos formatos que, como indican los autores, pueden ser nuevos códigos de comunicación o militancia digitales. Al mismo tiempo, advierten de los efectos negativos de la exposición selectiva, la *guetización* identitaria y la desinformación.

En conclusión, la obra cumple un propósito fundamental, que es examinar de manera general la situación en que se encuentra la investigación y el desarrollo normativo de la comunicación política, incluyendo reflexiones y aportaciones teóricas y empíricas de los propios autores. Su principal fortaleza es la presentación holística de la comunicación política, con un acertado despliegue de material teórico. Por otra parte, el contenido podría ser ampliado con algún capítulo específico centrado en las investigaciones o el desarrollo teórico sobre campañas electorales y el *marketing* político. Igual de interesante podría ser incluir un capítulo que profundice en las principales metodologías de investigación que hoy se utilizan en los estudios de comunicación política. La redacción del texto de la obra apunta a ser idónea para estudiantes de Periodismo, Ciencia Política y Sociología interesados en la investigación de la comunicación política más que en su práctica, ofreciendo un buen libro de referencia general para sus estudios.

Referencias

- Couldry, Nick y Andreas Hepp. 2013. «Conceptualising mediatization: Context, traditions, arguments», *Communication Theory*, 23 (3): 191-202. Disponible en: <https://doi.org/10.1111/comt.12019>.

- Hallin, Daniel C. y Paolo Mancini. 2004 *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona: Hacer.
- Hepp, Andreas. 2013. «The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of “mediation of everything”», *European Journal of Communications*, 28 (6): 615-629. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/0267323113501148>.
- Hjarvard, Stig. 2008. «The mediatization of society. A theory of media as agents of social and cultural change», *Nordicom Review*, 29 (2):105-134. Disponible en: <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0181>.
- Mazzoleni, Gianpietro y Winfried Schulz. 1999. «Mediatization of Politics: a challenge for democracy», *Political Communication*, 6 (3): 247-261. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/105846099198613>.
- McCombs, Maxwell E. y Donald D. Shaw. 1972. «The Agenda-Setting Function of Mass media», *Public Opinion Quartely*, 36: 176-187. Disponible en: <https://doi.org/10.1086/267990>.
- Moya, Carlos. 2004. «Notas sobre el nacional-catolicismo», en VV. AA, *Reflexiones sociológicas. Homenaje a José Castillo*. Madrid: CIS.
- Pérez Tornero, José Manuel. 2020. *La gran mediatización I. El tsunami que expropia nuestras vidas. Del confinamiento digital a la sociedad de la distancia*. Barcelona: UOC Press.

RUBÉN CUÉLLAR RIVERO

Universidad de Salamanca