





ESTUDIOS  
DE COMUNICACIÓN  
POLÍTICA



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

# ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

LIBRO DEL AÑO 2012

## AUTORES

MARÍA ROSA BERGANZA CONDE	PATRICIA LAFUENTE PÉREZ
SALOMÉ BERROCAL	PABLO LÓPEZ RABADÁN
FERMÍN BOUZA	PHILIPPE MAAREK
MARÍA ÁNGELES CHAPARRO DOMÍNGUEZ	ROBERTO DE MIGUEL PASCUAL
MARÍA JOSÉ CANEL	RAQUEL RODRÍGUEZ
ARANTXA CAPDEVILA	ROBERTO RODRÍGUEZ
ELENA CEBRIÁN	ANDRÉS
GUINOVART	ANTÓN R. CASTROMIL
PALMIRA CHAVERO	KAREN SANDERS
WOLFGANG DONSBACH	LAURA TERUEL
ROBERT ENTMAN	RODRÍGUEZ
KEVIN G. BARNHURST	MIGUEL VICENTE
MARIO G. GURRIONERO	MARIÑO
LORENA GÓMEZ	CRISTINA ZURUTUZA
JUAN JESÚS GONZÁLEZ	

*tecno*  
s

Diseño de cubierta:  
Félix Pavón

Reservados todos los derechos. El contenido de esta obra está protegido por la Ley, que establece penas de prisión y/o multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeren, plagiaran, distribuyeren o comunicaren públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística, fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización

© MARÍA ROSA BERGANZA CONDE, SALOMÉ BERROCAL, FERMÍN BOUZA, MARÍA ÁNGELES CHAPARRO DOMÍNGUEZ, MARÍA JOSÉ CANEL, ARANTXA CAPDEVILA, ELENA CEBRIÁN GUINOVART, PALMIRA CHAVERO, WOLFGANG DONSBACH, ROBERT ÉNTMAN, KEVIN G. BARNHURST, MARIO G. GURRIONERO, LORENA GÓMEZ, JUAN JESÚS GONZÁLEZ, PATRICIA LAFUENTE PÉREZ, PABLO LÓPEZ RABADÁN, PHILIPPE MAAREK, ROBERTO DE MIGUEL PASCUAL, RAQUEL RODRÍGUEZ, ROBERTO RODRÍGUEZ ANDRÉS, ANTÓN R. CASTROMIL, KAREN SANDERS, LAURA TERUEL RODRÍGUEZ, MIGUEL VICENTE MARIÑO Y CRISTINA ZURUTUZA, 2013

© EDITORIAL TECNOS (GRUPO ANAYA, S. A.), 2013

Juan Ignacio Luca de Tena, 15 - 28027 Madrid

ISBN: 978-84-309-

Depósito Legal: M-5530-5

---

*Printed in Spain*

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	Pág.	000
--------------------	------	-----

## 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>Víctor Sampedro</i> .....		000
1. EL ESTADO ACTUAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESTADOUNIDENSES.....		000
1.1. <i>La crisis tecnológica</i> .....		000
1.2. <i>La crisis económica</i> .....		000
1.3. <i>La crisis laboral</i> .....		000
2. EL ESTADO DE LA CIENCIA POLÍTICA .....		000
2.1. <i>El caso de los métodos cualitativos</i> .....		000
3. EL ESTADO DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA .....		000
3.1. <i>La orientación teórica</i> .....		000
4. LOS DESAFÍOS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS .....		000
4.1. <i>El desafío para la ciudadanía</i> .....		000
4.2. <i>El desafío para la prensa</i> .....		000
5. OPORTUNIDADES DE RENOVACIÓN .....		000
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....		000
 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 .....		000

## 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 Ro- dríguez Andrés</i> .....		000
1. IMPORTANCIA SOCIO-DEMOGRÁFICA Y ELECTORAL DE LAS PERSONAS MAYORES ..		000
1.1. <i>El peso demográfico de los mayores: hacia una sociedad envejecida</i> ..		000
1.2. <i>El peso electoral de los mayores: hacia un electorado cada vez más     decisivo</i> .....		000
1.3. <i>Voto femenino, urbano y heterogéneo</i> .....		000
2. PERSONAS MAYORES, POLÍTICA Y CAMPAÑAS ELECTORALES .....		000
2.1. <i>Actitudes y percepciones de los mayores ante la política</i> .....		000

2.2.	<i>Actitudes de los mayores ante las campañas electorales</i> .....	000
2.3.	<i>Invisibilidad de los mayores en la política activa</i> .....	000
2.4.	<i>La edad como freno para ser candidato</i> .....	000
3.	CONCLUSIONES Y ALGUNAS PROPUESTAS PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN POLÍTICA CON LAS PERSONAS MAYORES .....	000
3.1.	<i>Consideración de los mayores como un grupo heterogéneo</i> .....	000
3.2.	<i>Reconocimiento de los mayores como sujetos activos y no pasivos</i> .....	000
3.3.	<i>Diseño de estrategias concretas para este electorado</i> .....	000
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	000
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 Conde, Roberto De Miguel Pascual y María Ángeles Chaparro Domínguez</i> .....		
1.	INTRODUCCIÓN .....	000
2.	METODOLOGÍA E HIPÓTESIS .....	000
3.	RESULTADOS .....	000
3.1.	<i>Análisis descriptivo del tratamiento de los comicios de 2008 en la prensa gratuita: aspectos morfológicos</i> .....	000
3.2.	<i>Análisis exploratorio de la tabloidización de la prensa de pago</i> .....	000
3.3.	<i>¿Está politizada la prensa gratuita?</i> .....	000
4.	DISCUSIÓN .....	000
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	000
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 Pérez y Cristina Zurutuza</i> .....		
1.	INTRODUCCIÓN .....	000
1.1.	<i>El caso de las elecciones europeas de 2009 en España</i> .....	000
1.2.	<i>El caso de las elecciones europeas de 2009 en Aragón</i> .....	000
1.3.	<i>Metodología del estudio</i> .....	000
2.	ANÁLISIS DE LOS DATOS .....	000
3.	CONCLUSIONES .....	000
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	000
CAPÍTULO 6. ELECCIONES EUROPEAS 2009: ESTRATEGIAS RETÓRICAS Y ARGUMENTATIVAS, por <i>Arantxa Capdevila y Lorena Gómez</i> .....		
1.	INTRODUCCIÓN .....	000
2.	METODOLOGÍA DE ANÁLISIS: LA PERSUASIÓN A TRAVÉS DEL DISCURSO .....	000
3.	PRINCIPALES RESULTADOS DEL ANÁLISIS .....	000
3.1.	<i>Partido Socialista Obrero Español: «Este partido se juega en Europa».</i>	000
3.2.	<i>Partido Popular: «Es hora de soluciones»</i> .....	000
3.3.	<i>Iniciativa per Catalunya Verds-Esquerra Unida i Alternativa (ICV-EUiA) e Izquierda Unida (IU): «Los mundos posibles de la Izquierda».</i>	000
3.4.	<i>Coalición por Europa: Cataluña en Europa</i> .....	000
3.5.	<i>Europa de los pueblos: «próxima estación, Europa»</i> .....	000
3.6.	<i>Unión, Progreso y Democracia: «La España fuerte»</i> .....	000
4.	CONCLUSIONES .....	000
4.1.	<i>¿Y Europa?</i> .....	000
4.2.	<i>Un diálogo nada genuino</i> .....	000
4.3.	<i>Spots para expertos</i> .....	000
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	000



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> .....	000
1. INTRODUCCIÓN .....	000
2. LOS TRES MODELOS DE HALLIN Y MANCINI .....	000
3. EL NEGATIVISMO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	000
4. RESULTADOS: EL NEGATIVISMO MEDIÁTICO EN MADRID .....	000
5. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN .....	000
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	000
CAPÍTULO 8. EL POSICIONAMIENTO EDITORIAL DE LA PRENSA ESPAÑOLA SOBRE LA POLARIZACIÓN POLÍTICA, por <i>Laura Teruel Rodríguez</i> ....	000
1. PLANTEAMIENTO .....	000
2. MARCO TEÓRICO .....	000
3. CONTEXTO POLÍTICO: CARACTERÍSTICAS DE UNA LEGISLATURA POLARIZADA ....	000
4. METODOLOGÍA: ANÁLISIS DE CASOS SIGNIFICATIVOS .....	000
5. ANÁLISIS .....	000
5.1. <i>La argumentación en torno a la declaración de Rajoy de que el presidente Zapatero traicionaba a los muertos</i> .....	000
5.2. <i>La argumentación en los editoriales en torno a la aprobación de la ley de matrimonio homosexual</i> .....	000
5.3. <i>Búsqueda de editoriales con los términos polarización y crispación</i> ...	000
6. CONCLUSIONES .....	000
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	000
CAPÍTULO 9. EL VALOR DE LAS PALABRAS EN LA COBERTURA DEL TERRORISMO: ANÁLISIS DEL FRAMING DESDE LA PERSPECTIVA DRAMATÍSTICA, por <i>Mario G. Gurrionero</i> y <i>María José Canel</i> .....	000
1. INTRODUCCIÓN .....	000
2. LA PUGNA DE ENFOQUES EN EL DISCURSO SOBRE EL TERRORISMO .....	000
3. PARA EXPLICAR EL TRIUNFO DE UN ENFOQUE .....	000
4. LOS ELEMENTOS DE LA DRAMATÍSTICA PARA EL ANÁLISIS DE ENFOQUES .....	000
5. LAS RATIOS Y LA CICLICALIDAD DEL ORDEN COMO HERRAMIENTAS PARA IDENTIFICAR LAS MOTIVACIONES DE QUIEN HABLA .....	000
6. LA DRAMATÍSTICA Y LA TEORÍA DEL FRAMING .....	000
7. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA .....	000
8. RESULTADOS .....	000
8.1. <i>Algunos detalles sobre el contexto político</i> .....	000
8.2. <i>El discurso del Gobierno</i> .....	000
8.2.1. El plano estructural: la Péntada burkeana .....	000
8.2.2. El plano maestro: el Ritual de purificación .....	000
8.3. <i>El discurso del líder de la oposición</i> .....	000
8.3.1. El plano estructural: la Péntada burkeana .....	000
8.3.2. El plano maestro: el Ritual de purificación .....	000
8.3.3. El plano evaluativo: la Ratio y la Ciclicalidad del orden .....	000
8.4. <i>La cobertura en prensa</i> .....	000
9. DISCUSIÓN .....	000
9.1. <i>Sobre la comparación de los discursos</i> .....	000
9.2. <i>Sobre la comparación de la cobertura en los diarios</i> .....	000
9.3. <i>Sobre la relación de la teoría Dramatística y la teoría del Framing</i> ...	000
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	000

## 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>Fermín Bouza, Juan Jesús González, Raquel Rodríguez, Antón R. Castromil y Palmira Chavero</i> .....		000
1. INTRODUCCIÓN .....		000
1.1. <i>Problema</i> .....		000
1.2. <i>Revisión de la literatura</i> .....		000
1.3. <i>Propósito</i> .....		000
2. METODOLOGÍA .....		000
3. RESULTADOS .....		000
3.1. <i>Problemas de agenda</i> .....		000
3.2. <i>La agenda temática</i> .....		000
3.3. <i>Los encuadres</i> .....		000
4. DISCUSIÓN .....		000
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....		000
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 Rabadán y Miguel Vicente Mariño</i> .....		000
1. INTRODUCCIÓN .....		000
2. TRES CONVENCIONES BÁSICAS PARA EL ANÁLISIS DEL ENCUADRE MEDIÁTICO Y POLÍTICO .....		000
2.1. <i>Precisión analítica sobre dos procedimientos profesionales</i> .....		000
2.2. <i>Aproximación indirecta y a medio plazo</i> .....		000
2.3. <i>Búsqueda del equilibrio metodológico</i> .....		000
3. REPRESENTACIÓN DISCURSIVA DEL <i>FRAMING</i> Y GESTIÓN DE PALABRAS CLAVE. DOS GRANDES PERSPECTIVAS .....		000
3.1. <i>Perspectiva directa</i> .....		000
3.2. <i>Perspectiva dinámica</i> .....		000
4. PRINCIPALES TIPOLOGÍAS DE ENCUADRE .....		000
4.1. <i>Tipologías clasificatorias generales</i> .....		000
4.2. <i>Tipologías temáticas</i> .....		000
4.3. <i>Tipologías temáticas generalizables</i> .....		000
4.4. <i>Tipologías genéricas</i> .....		000
5. CONCLUSIÓN .....		000
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....		000
CAPÍTULO 12. LA IRRUPCIÓN DEL «INFOENTRETENIMIENTO» EN LA COMUNICACIÓN POLÍTICA ESPAÑOLA. UNA PROPUESTA PARA LA SISTEMATIZACIÓN DE SUS FORMATOS TELEVISIVOS, por <i>Elena Cebrián Guinovart y Salomé Berrocal Gonzalo</i> .....		000
1. INTRODUCCIÓN .....		000
2. EL CONCEPTO DE «INFOENTRETENIMIENTO» Y SU INCORPORACIÓN A LA POLÍTICA TELEVISADA .....		000
3. EL «INFOENTRETENIMIENTO» POLÍTICO ESPAÑOL: SU ORIGEN Y LOS PRIMEROS ESTUDIOS ACERCA DE SU INFLUENCIA .....		000
4. UNA PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LOS NUEVOS FORMATOS DEL «INFOENTRETENIMIENTO» POLÍTICO TELEVISIVO .....		
4.1. <i>Formatos políticos espectacularizados</i> .....		000
4.2. <i>Magazines politizados</i> .....		000
4.3. <i>Infoshows políticos</i> .....		000
5. CONSIDERACIONES FINALES .....		000
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....		000

## INTRODUCCIÓN

*Estudios de Comunicación Política. Libro del año 2012* es el segundo volumen que edita ACOP, Asociación de Comunicación Política. Esta colección, iniciada en 2008 y que pretende una periodicidad bianual, tiene una doble finalidad. Por un lado, reunir una muestra representativa de la investigación en comunicación política que se está desarrollando actualmente. Por otro, recoger otros contenidos expuestos en foros de interés para la disciplina.

Para esta segunda edición, que publicamos con la editorial Tecnos, ACOP realizó dos convocatorias competitivas de manuscritos. Se han seleccionado once investigaciones mediante el procedimiento de revisión ciega (cada manuscrito fue evaluado por dos revisores)<sup>1</sup> de un total de veintiún trabajos presentados; a estos textos se añaden dos documentos de intervenciones de investigadores de reconocido prestigio internacional en actividades organizadas por ACOP.

El libro se estructura en cuatro bloques temáticos que abordan aspectos diferentes sobre el presente y el futuro en la investigación en comunicación política. El primer bloque, titulado «Tendencias y desafíos en la investigación en comunicación política» recoge dos textos (el primero corresponde a una conferencia y el segundo a un coloquio), en los que figuras académicas de primer nivel internacional reflexionan sobre la situación actual de la disciplina y plantean retos para el futuro de la misma. El primer capítulo «Tendencias en la Comunicación Política: desafíos teóricos y metodológicos ante la crisis actual» reproduce la conferencia que Kevin Barnhurst, catedrático de la Universidad de Illinois, pronunció en noviembre de 2009 en Madrid en el marco del Taller de Investigación en Comunicación Política organizado por ACOP y por la Universidad Rey Juan Carlos. En este texto Barnhurst analiza la crisis que atraviesan los medios de comunicación y la Ciencia Política en los Estados Unidos; una crisis que, en el caso de los medios, dice, es tecnológica, económica y laboral mientras que en el caso de la Ciencia Política tiene que ver, principalmente, con el predominio del funcionalismo expresado, entre otras cosas, en el uso también predominante de la metodología cuantitativa. Barnhurst considera que estas crisis repercuten sobre la Comunicación Política, disciplina que se encuentra en la intersección entre los dos ámbitos.

---

<sup>1</sup> ACOP quiere agradecer el trabajo llevado a cabo por los revisores y las revisoras que evaluaron los textos recibidos en las dos convocatorias. Sin su rigor académico y sus criterios de calidad, esta obra no habría sido posible.

A partir de estas constataciones, el profesor de Chicago sugiere los desafíos teóricos y metodológicos de la comunicación política que, a su entender, pasan por la redefinición del concepto de ciudadanía y por la reformulación del sistema informativo. Es en esta coyuntura, concluye, donde se sitúa la oportunidad de renovación de la disciplina que ha de enfocarse hacia la comprensión de la nueva ciudadanía y la recuperación de perspectivas más humanísticas para fundamentar los estudios.

El capítulo 2, «Defining Research Quality in Political Communication» recoge las reflexiones que Robert Entman (Universidad de Washington), Wolfgang Donsbach (Universidad de Dresden) y Philippe Maarek (Universidad París XII), moderados por Karen Sanders (Universidad CEU San Pablo), realizaron en el coloquio de investigadores en el Congreso Internacional de Comunicación Política celebrado en 2010 en Bilbao. La cuestión planteada fue la de cómo reconocer la investigación de calidad en comunicación política. El profesor Entman destaca que la investigación debe enraizarse en la teoría democrática, no hay que partir de presupuestos que no estén fundamentados teórica o empíricamente, ha de ser comparativa, realista y comprehensiva. Donsbach plantea una visión más general destacando las diferentes necesidades del campo: la necesidad de marcar unos límites éticos, la necesidad de preservar el nivel profesional del periodismo, la necesidad de centrar la comunicación en la esfera pública así como en cuestiones a largo plazo; la necesidad de que los políticos recuperen la lógica de partido y no se limiten a la lógica mediática del entretenimiento y, por último, la necesidad de no segmentar y fragmentar excesivamente las audiencias para que éstas puedan tener visiones globales de la política. Por último, el profesor Maarek desarrolla la tesis de que hacer investigación de calidad en este campo implica trabajo: el investigador en comunicación política ha de conocer un campo teórico muy amplio y que se imbrica con la realidad política global; ha de tener una idea, un proyecto claro, ha de investigar con una metodología clara y organizada, ha de estructurar un discurso que debe ser crítico y, por último, ha de tener unos resultados que puedan conectarse con cuestiones más amplias y que permitan abrir nuevas perspectivas. Las consideraciones que se hicieron a lo largo del desarrollo del coloquio son de gran interés por cuanto aportan orientaciones para la investigación en Comunicación Política.

La convocatoria recibió un elevado número de investigaciones sobre las campañas electorales, por lo que agrupamos en un segundo bloque del libro (titulado «Investigando las campañas electorales»), los trabajos que, además, abarcan el estudio de los tres actores principales de las campañas electorales: los ciudadanos, los medios de comunicación y los partidos políticos. De este modo, el capítulo 3, «La fuerza electoral de las personas mayores: comportamiento de voto y estrategias para persuadir a un colectivo cada vez más decisivo en campañas», de Roberto Rodríguez, se centra en el estudio de las personas mayores como grupo electoral. El texto constituye una singular y valiosa aportación que permite conocer cómo son y cómo se comportan

los mayores de sesenta y cinco años ante la política en general, y ante las campañas electorales en particular. La tesis que defiende Rodríguez es que las personas mayores, debido a su fuerza numérica —constituyen el 22 por 100 del censo electoral—, requieren un tratamiento específico por parte del marketing electoral. El autor propone algunas indicaciones específicas en este sentido, dado que, como expone, se trata de un grupo no homogéneo, activo y preocupado por problemas diversos.

Los capítulos 4 y 5 se centran en el rol que desempeña la prensa durante la campaña electoral. El capítulo 4, titulado «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» y firmado por Roberto de Miguel, Rosa Berganza y M.<sup>a</sup> Ángeles Chaparro, expone los resultados obtenidos en el análisis comparativo de la información publicada en los principales diarios gratuitos y de pago españoles sobre la campaña electoral de 2008. Los resultados de este trabajo demuestran el menor interés de los periódicos gratuitos por la información electoral así como una mayor superficialidad en el tratamiento de la información política. Del mismo modo, los autores ponen en evidencia que la prensa gratuita no es imparcial en sus contenidos.

El capítulo 5 se centra en cómo la prensa nacional y la aragonesa cubrieron las elecciones europeas de 2009. En «Las elecciones europeas de 2009 en la prensa nacional y aragonesa», Cristina Zurutuza y Patricia Lafuente presentan una investigación cuyo objetivo es dirimir si los comicios europeos suscitaron interés por sí mismos (como elecciones de primer grado) o si, por el contrario, la cobertura les dio un carácter nacional/regional. Las investigadoras demuestran que apenas existen diferencias en el tratamiento de la campaña europea en los medios nacionales y en los medios regionales aragoneses y en ambos casos se confirma la hipótesis de la cobertura propia de elecciones de segundo grado.

El último capítulo de este bloque estudia también esta campaña de las europeas de 2009, refiriéndose, específicamente, a la comunicación de los partidos políticos. En el capítulo 6, «Elecciones europeas 2009: estrategias retóricas y argumentativas», Arantxa Capdevila y Lorena Gómez estudian las estrategias discursivas que los partidos políticos utilizaron en sus *spots* electorales con el objetivo de demostrar la relevancia que dan los partidos a las elecciones europeas en sus mensajes. Los resultados corroboran algo en línea con lo aportado por el capítulo anterior: se demuestra que los partidos, al igual que hacen los diarios, utilizan los *spots* electorales para dirimir cuestiones de política interna o del propio partido y no para construir una imagen de Europa con la que pueda identificarse su electorado.

El tercer bloque, *Investigando la cobertura del conflicto*, agrupa tres textos que tienen en común el objeto de análisis: la manera en que los medios de comunicación plantean la cobertura del conflicto considerado éste de manera amplia, esto es, como una competición entre las diferentes visiones del mundo —sostenidas por diversas elites políticas— con el fin de tener presencia en los medios de comunicación. Son investigaciones distintas pero que llegan a

conclusiones relacionadas. El capítulo 7, «Negativismo mediático y pluralismo polarizado en la vida política madrileña», de Antón Castromil, desarrolla la cuestión de cómo los medios de comunicación, dentro de un modelo de pluralismo polarizado, favorecen a su candidato en campaña electoral. Para ello, el autor realiza un planteamiento teórico de definición del modelo de pluralismo polarizado y de concreción del negativismo mediático. La principal conclusión a la que llega es que los medios estudiados cubren la campaña electoral de manera negativa, esto es, se centran más en desprestigiar a las opciones rivales que no en favorecer a los candidatos y opciones afines.

Este negativismo es también constatado en el capítulo 8, titulado «El posicionamiento editorial de la prensa española sobre la polarización política» de Laura Teruel, que ahonda en el papel que desempeñan los medios en la polarización política que vive España en la legislatura 2004-2008. Para ello, aplica un análisis de los marcos conceptuales empleados por los editoriales de la prensa de referencia española en el tratamiento de dos momentos políticos de elevada crispación: el debate sobre el Estado de la Nación de mayo de 2005 y la aprobación de la reforma del código civil que permite los matrimonios homosexuales. Además analiza los editoriales, entre 2004 y 2008, en los que aparecen los términos «polarización» y «crispación». La autora extrae diversas conclusiones que describen y perfilan el comportamiento de la prensa española: por un lado, muestra el papel activo de la prensa en la creación de la crispación política y, por otro, el carácter partidista de la prensa española.

El capítulo 9 constituye también un análisis de la pugna de discursos. Bajo el título «El valor de las palabras en la cobertura del terrorismo», Mario García Gurrionero y María José Canel examinan cómo, en ataques terroristas, diferentes comunidades se disputan el significado y la interpretación de unos mismos sucesos. Para ello utilizan el modelo de activación de cascada de Entman junto a la Dramatística de Burke como herramienta para observar la eficacia de los enfoques del gobierno y de la oposición: se analizan los discursos pronunciados por el Presidente del Gobierno y por el líder de la oposición con motivo del inicio del diálogo del Gobierno con ETA en 2006. Se trata de un capítulo que realiza una aportación metodológica al estudio de cómo los actores institucionales construyen un determinado encuadre y cómo éste es después reflejado por los medios (se analizan los diarios *El País*, *El Mundo* y *ABC*). Las relaciones que estos autores establecen entre la Dramatística y el estudio del *framing* pueden ser de gran interés para estudios teóricos y empíricos de los enfoques de la cobertura.

En el cuarto y último bloque del libro hemos querido agrupar los capítulos que hacen referencia a «Nuevos fenómenos y retos metodológicos y conceptuales» de la comunicación política. En este apartado se agrupan cuatro capítulos que analizan fenómenos que tienen una gran presencia en la investigación en comunicación política (tales como la agenda de los medios o el *framing*) o que pueden considerarse emergentes (por ejemplo, el infoentretenimiento). El capítulo 10, «Génesis y desarrollo de los encuadres periodísticos en un sistema

mediático polarizado. El caso español (2004-2008)», firmado por diversos autores (Fermín Bouza, Juan Jesús González, Raquel Rodríguez, Antón Castromil y Plamira Chavero), estudia la labor de selección y el proceso de encuadre y reencuadre temático que realizan los medios de comunicación. Llevan a cabo este objetivo mediante el análisis del discurso de portadas y editoriales de la prensa de referencia madrileña en momentos diferentes de la legislatura 2004-2008. Las principales conclusiones del trabajo permiten identificar dos tendencias en los medios de comunicación. En una segunda fase del trabajo, los autores plantean la presentación de estos *frames* a grupos de discusión para establecer la adhesión de los miembros del grupo a estos encuadres. El capítulo en su conjunto es una interesante aportación para los estudios clásicos de agenda.

El capítulo 11, «Propuestas de consolidación teórica y analítica para los estudios de *framing* en la investigación sobre comunicación política», de Pablo López Rabadán y Miguel Vicente Mariño, realiza una revisión bibliográfica de las principales contribuciones realizadas por los estudios de encuadre en las últimas dos décadas y ofrece herramientas de trabajo que facilitan una mayor convergencia teórica y analítica de estos estudios. Se hace un elenco de las perspectivas teóricas más relevantes en el debate sobre encuadre así como un listado operativo con las principales tipologías de encuadre aparecidas como una herramienta de trabajo fundamental de la especialidad. Constituye una interesante aportación para la clasificación de estos trabajos, tan habituales en el campo.

Por otro lado, el capítulo 12, «La irrupción del infoentretenimiento en la comunicación política española. Una propuesta para la sistematización de sus formatos televisivos», firmado por Elena Cebrián y Salomé Berrocal, desarrolla dos objetivos. Por un lado, realiza un repaso bibliográfico mediante el cual establece una definición de infoentretenimiento y data los inicios de este fenómeno en España. Por otro lado, mediante el análisis de los programas de infoentretenimiento en emisión en abril de 2009 propone una posible tipología. En líneas generales, este capítulo pretende ser un punto de partida que aliente futuros estudios del fenómeno en nuestro país.

Como en toda obra colectiva, *Estudios de Comunicación Política. Libro del año 2012* agrupa investigaciones sobre temáticas diversas, con enfoques y metodologías variadas. El valor de esta obra radica precisamente en esta diversidad que permite observar algunos de los principales intereses de investigación que ocupan actualmente a los investigadores e investigadoras españoles e hispanoamericanos. Cabe resaltar el interés que despiertan las repercusiones del modelo mediático del pluralismo polarizado en la manera de cubrir asuntos conflictivos que permitan diversas «versiones» y en cómo esto puede afectar a las relaciones entre el sistema mediático y el político. Del mismo modo, y siguiendo la tendencia de los últimos años, la investigación se sigue centrando de manera muy clara en los estudios de *framing*. Aún así, lo que resulta destacable de los estudios que aquí se presentan es el esfuerzo por la sistematización de un campo amplio y, en cierto modo, un tanto deslavazado, y por la profundización en sus mecanismos de funcionamiento.

