

Área IV: Comportamiento Político

Grupo de Trabajo 14: Comunicación Política

Coordinador:

Víctor Sampedro (Universidad Rey Juan Carlos)

Movilizaciones sociales en la isla de Tenerife (2000-2005) y el uso en las mismas de las NTIC

Antonio Adelfo, Alberto Delgado Núñez y Javier Ramos Benítez (ULL)

Las movilizaciones sociales en la isla de Tenerife se desencadenan a partir del año 2002 a través de una protesta local en el municipio sureño de Vilaflor cuyo Alcalde emprende acciones contra el trazado aéreo de la red eléctrica. El proceso movilizador que se inicia entonces culmina en febrero de 2003 con la manifestación más multitudinaria que se haya conocido en las isla: más de 100.000 personas. El efecto inmediato, una vez terminada la manifestación, fue en esa misma tarde la suspensión por el Presidente del Gobierno de Canarias de los Decretos que establecían el trazado eléctrico del sur. Las consecuencias de todo ello se expresa en un afortunado término, "el efecto Vilaflor", la posibilidad de que desde un municipio de apenas 5000 habitantes se pueda generar un movimiento de tal magnitud que pueda paralizar proyectos gubernamentales. Aunque la movilización no tuvo traslación a las elecciones locales y autonómicas, ganando de nuevo el partido gubernamental, Coalición Canaria (CC), por vez primera desde la base social se cuestionaba el modelo desarrollista de la isla. El movimiento ha tenido continuidad a través de las plataformas ciudadanas que se han opuesto a la construcción de un superpuerto industrial en el sur de la isla. Analizaremos en esta comunicación el uso de los medios "tradicionales" de comunicación y de las TIC, ya que una de las características que se observan en la evolución del proceso es la intensificación en el uso de internet y telefonía móvil como vías de información, movilización y reflexión.

La construcción del discurso de la unión europea dentro de la agenda política y mediática: el caso de las elecciones europeas de 2004

M^a Rosa Berganza Conde (UC3M)

En este estudio se analiza la cobertura otorgada por dos de las principales cadenas de televisión nacionales y los tres diarios nacionales de información general más importantes durante la última semana de campaña electoral de los comicios europeos de 2004. Para ello se ha utilizado la técnica del análisis de contenido tanto cuantitativo como cualitativo. Las principales hipótesis que han guiado este trabajo son las siguientes. En primer lugar, esta campaña fue concebida por los partidos y los medios como unos comicios de segundo orden, es decir, como una ratificación de los resultados electorales obtenidos durante las elecciones generales de marzo de 2004. De acuerdo con ello, esta campaña se encuadra dentro de una acción de campaña permanente en la que se busca medir la popularidad de los políticos y debatir sobre asuntos nacionales. En segundo lugar, la agenda mediática se vio fuertemente influida por la agenda política, no sólo en cuanto a la jerarquía de los temas tratados sino también en el enfoque que estos recibieron. A pesar de ello sí se observan diferencias en el tratamiento ofrecido por las distintas cadenas en función de sus peculiaridades editoriales y organizativas. Por otro lado, debido al nuevo contexto político y social surgido a partir de los acontecimientos ocurridos entre el 11 y el 14 de marzo de 2004, la campaña se centró más en asuntos comunitarios que su precedente, la celebrada en 1999. Ello no supuso, sin embargo, una mejora de los niveles de conocimiento y de información de la ciudadanía de los asuntos concernientes a la Unión Europea

Efecto cascada: 11M-14M

María José Canell (UCM) y Juan Benavides (UCM)

The Madrid bombings on March 11 2004 took place three days before Spain's general elections. The governing PP party was led into the election by Mariano Rajoy, José María Aznar's (the salient Prime Minister) appointed successor. The PP's main opponents in the election were the Socialists (PSOE) led by José Luis Rodríguez Zapatero. The Madrid bombs seem to have blown apart the domestic political agenda: if a week before the elections polls put the governing party four points ahead of the Socialists, the latter won the elections with 5% more of the vote than PP (PSOE 42.6%, 164 seats; PP 37.6%, 148 seats).

This election results could be taken as a worrying outcome for they demonstrate the power of terrorists to influence democratic politics. But they could also be seen as an assertion by the Spanish people of their rejection of their country's involvement in Iraq and of the party which had ignored public opinion in sending troops there. In fact, both views can be maintained: it is likely that the

terrorists' act galvanised a large sector of the population to vote who otherwise would not have done and, in all probability, a great proportion of these voters were hostile to the governing party, not least because of its Iraq policy. What is not in doubt is that the PP, the salient Party, lost the elections and, in the three days between the attacks and the election, its ministers were branded liars and its former leader was accused of being an 'asesino' – a murderer.

Las estrategias partidistas e institucionales ante la Constitución Europea

Arantxa Capdevila (URV), Lorena Gómez (UPF) y Laia Aubia (UPF)

El hecho de que el Estado español sea pionero en someter a aprobación el Tratado para la Constitución europea hace que la campaña institucional y propagandística constituya un momento idóneo para analizar el posicionamiento que los diferentes partidos políticos adoptan en relación al nuevo texto constitucional. A ello se añade que en el caso español algunos partidos políticos han mostrado su disconformidad con el texto, esto aumenta el interés en determinar cuáles son los argumentos esgrimidos por cada uno de ellos.

Esta ponencia se propone estudiar las principales estrategias partidistas e institucionales utilizadas a lo largo de la campaña. Para llevar a cabo esta tarea, se aplicará una metodología de carácter retórico que permite evidenciar tanto los argumentos elegidos por cada partido como su manifestación discursiva a través de distintos lenguajes visuales y audiovisuales. A grandes rasgos, esta metodología considera los discursos persuasivos como estructuras con diversos niveles de profundidad. En el nivel más profundo se encuentra la representación de la realidad que cada partido elige como fundamento para su discurso. En el nivel más superficial se detectan las estrategias discursivas que plasman en imágenes y palabras dicha representación. La muestra de este trabajo está compuesta por los spots y los carteles institucionales y electorales difundidos a través de los diferentes medios de comunicación.

Requisitos técnicos y sociales de los sistemas de votación telemática

José David Carracedo Verde (UCM)

Últimamente crece la controversia en el debate político sobre lo adecuado de la utilización de sistemas informáticos o telemáticos tanto en los procesos de elección de representantes, como en puesta en práctica de nuevas formas de organización de la participación ciudadana en el quehacer democrático. Tras la polémica suscitada por el uso de dispositivos electrónicos en el referéndum que consolidó a Chavez en el gobierno de Venezuela, solventada bajo un amplio consenso de los observadores internacionales, el enésimo capítulo de este debate salta a la opinión pública internacional a través de la polémica sobre su utilización en las últimas elecciones presidenciales de EEUU. La utilización de este sistema en varios de sus estados ha provocado la alerta no solo de miembros de partidos políticos sino de asociaciones de electores y estudiosos que observan con recelo la aplicación de un sistema (en este caso de la empresa Diebold) que ya se ha probado inseguro en cuando a que es objeto de posible fraude.

En el Estado Español se han realizado al menos 8 pruebas de sistemas de votación telemático con una participación ciudadana divergente (mayoritariamente escasa). En al menos dos ocasiones el resultado era vinculante, mientras que el resto de pruebas se planteaban como experimentos para testar la posibilidad de su implementación.

Lejos de la política real, las más de las veces, el advenimiento de sistemas telemáticos de participación y gestión ciudadana, la Democracia Digital, se ha presentado en abstracto como la solución a la actual crisis de legitimidad, confianza y participación en las estructuras de las democracias institucionales (representativas y parlamentarias) que afectan al conjunto de las democracias. Sin embargo, existe una gran indefinición de términos que afecta directamente los planes de desarrollo de las sociedades de la información pues fácilmente una iniciativa o actuación pública puede autodenominarse "avance de la democracia digital" sin que existan parámetros estándar que la "homologuen" como tal. Tratándose de actuaciones públicas entraña un riesgo añadido puesto que tampoco se tienen estándares validados para evaluar los resultados de las iniciativas que se acometen.

El presente trabajo pretende aportar una serie de definiciones claras, así como una lista de requisitos que una aplicación telemática de votación debería cumplir. Este trabajo presenta los resultados de las investigaciones técnicas, jurídicas, politológicas, así como los trabajos de campo

sociológicos (cualitativos, cuantitativos y participativos) realizados desde el año 2001 en el marco del grupo multidisciplinar VOTESCRIPT y que han dado como resultado el diseño de un sistema de votación telemático que recoge y mantiene las garantías del actual sistema de urna y papel.

Políticas de la memoria

Bruno Carriço Reis (URJC)

Este documento de trabajo propone un abordaje del papel que juega la memoria como hecho colectivo en la Historia reciente de los países que constituyen el espacio Ibérico (Portugal y España). Intentaremos percibir la preponderancia que tiene la transición desde un régimen dictatorial a un proceso democrático, como forma de determinar la conciencia política de los ciudadanos. Se establecerá una doble premisa generacional, entre los que han sido testigos de la historia (memoria vivida) y los que han debido recurrir a los medios de comunicación, para observar como han construido una memoria colectiva a través de los medios (memoria mediatizada) y otras fuentes de información. El objetivo primordial del texto es intentar contribuir para el desarrollo de mecanismos de análisis que permitan la comprensión de cómo se elabora una identidad común, basándose en una cultura política que atiende a la construcción del pasado y, al mismo tiempo, legítima y determina los niveles de democracia y participación política.

Cobertura periodística del 11-M: la teoría del caso excepcional

Andreu Casero Ripollés (URV)

El objetivo de este trabajo es proponer un modelo teórico para el análisis comunicativo de situaciones de fuerte conflicto político y social. Para ello, se parte de dos premisas fundamentales. En primer lugar, los medios de comunicación, por la posición central que ocupan en el proceso de mediación simbólica, constituyen una pieza básica en la conformación de nuestra realidad social. Y, en segundo término, los acontecimientos dotados de un alto grado de ruptura y atipicidad captan su atención de manera preferente, hecho que provoca la inmediata incorporación de estos eventos en las agendas mediáticas asumiendo un protagonismo sobresaliente. A partir de estas constataciones, que establecen la importancia del discurso informativo y de las estrategias políticas que se esconden tras su elaboración para la configuración de la opinión pública en las situaciones conflictivas, se adopta la teoría del 'caso excepcional' como vía explicativa. Su validez se intenta poner a prueba a partir de una primera aproximación al estudio de la cobertura periodística de los atentados terroristas del 11-M.

Discurso político y libertad en la crisis del 11-M al 14-M

Rafael Durán Muñoz (UMA)

En democracia, son principios ineludibles del voto su naturaleza universal, igual y secreta. A ellos debe añadirse un cuarto: el principio de la libertad, particularmente asediado por los intentos políticos y mediáticos, si no político-mediáticos, de conformación de la opinión pública en período electoral. La manipulación es una forma de poder, como es una estrategia política, muy presente en tiempo de elecciones. Dado que conformar la opinión es conformar el comportamiento, toda falsificación de las preferencias de la ciudadanía vía manipulación es un ejercicio de restricción deliberada de la libertad de voto. Ocurre tal falsificación cuando las preferencias expresadas en público no coinciden con las privadas, situación que puede ser errónea (debida a equívocos inducidos o fortuitos), pero no necesariamente permanente. Es más, legítima el resultado final de las elecciones del 14M la ruptura de esa espiral. Siguiendo el modelo de la espiral de la mentira prudente de Kuran (que opone a la espiral del silencio de Noelle-Neuman), en este trabajo abordamos los discursos políticos, conocidos a través de los medios de comunicación, sobre la autoría de los atentados del 11M entre el día de su acometimiento y las elecciones generales del 14M.

Nuevas vías en la investigación de la comunicación política: la democracia centrada en los medios

Iñaki García Blanco (UAB)

Al interrogarnos sobre las cuestiones centrales de la condición de ciudadano en las sociedades contemporáneas nos vemos obligados, cada vez más, a afrontar la centralidad de la comunicación

política mediática tanto en el proceso político como en las percepciones ciudadanas de la sociedad y de sus problemas. Asimismo, algunas instituciones políticas están trastocando el papel tradicional de la ciudadanía en el proceso político. Si en la democracia liberal la ciudadanía, como opinión pública, es la instancia legitimadora de la actividad parlamentaria, actualmente, algunas instituciones se plantean conferir a la ciudadanía una mayor participación en el proceso de elaboración de políticas (véase, por ejemplo, el Libro Blanco sobre la Gobernanza en Europa o el papel otorgado en Laeken a la sociedad civil para la elaboración del anteproyecto de Constitución europea). Naturalmente, la participación ciudadana no puede surgir *ex nihilo*, sino que requiere un *demos* informado. La democracia necesita siempre unos instrumentos que garanticen que el *demos* dispone de esta información, función que asumen los medios de comunicación.

No sólo las instituciones políticas están modificando el proceso político. De la misma manera, el uso cada vez más habitual de los sondeos, la evolución de los medios de comunicación y de las técnicas de comunicación política y *márketing* político están modificando, por su parte, las concepciones tradicionales de los procesos políticos. Incluso los mensajes cortos a móviles se han convertido en una tecnología capaz de convocar a los ciudadanos a manifestarse con una celeridad desconocida hasta la actualidad y sin necesidad de contar con dispositivos tecnológicos costosos o grandes organizaciones empresariales y/o políticas.

La presente comunicación se propone explorar las nuevas líneas de investigación en el estudio de lo que se ha dado en llamar democracia centrada en los medios, una nueva forma de democracia que se construye en interacción cuasipermanente con los medios de comunicación.

Tuyo es mi dolor

Isabel María García Rodríguez (UVA)

El 11 de Marzo España vive el episodio más dramático de su historia reciente, seguido de unas controvertidas jornadas mediáticas y de los comicios más concurridos en los últimos años de nuestra democracia. Conscientes de la relevancia de la proximidad como valor noticioso, de su incidencia en la narración de las catástrofes y su valor en la reflexión sobre los procesos electorales, nos preguntamos cómo reflejó la prensa europea la noticia del atentado, el debate que se desató los días que le siguieron, y las elecciones en que culmina el proceso y su resultado.

La Economía Política Crítica denuncia la alianza entre élites político-económicas y mediáticas para el mantenimiento del *status quo*. Bennett habla de noticias personalizadas, dramatizadas, fragmentadas y normalizadas que evitan un análisis político crítico.

Por otra parte, en aquel momento, la posición ante el conflicto bélico de Iraq divide la opinión de los países europeos. Nos preguntamos si dicha posición condiciona la transmisión de la noticia del atentado y el debate en torno a su autoría, su relación con las jornadas que precedieron a los comicios y el desenlace de los mismos.

Comparamos las noticias emitidas entre el 11 y el 16 de Marzo por *El País*, *Le monde* y *The Times*. Realizamos un análisis de contenidos señalando asociaciones semánticas y buscando las cuatro características señaladas por Bennett.

Atendiendo a las noticias referentes al atentado, encontramos que todos emiten noticias normalizadas. *The Times* y sobre todo *El País* caen en la dramatización y la personalización. En *El País* los testimonios de las víctimas abarcan páginas y el tono general es de personalización y fragmentación. *Le Monde* dedica menor espacio a la noticia, elige fotografías menos sensacionalistas y plantea un debate político más abierto, pero también normalizado...

Exposición mediática y confianza política en 21 países. ¿Siempre en círculo virtuoso?

Oscar García Luengo y Marcus Maurer (UGR)

Los bajos niveles de participación electoral durante las últimas elecciones al Parlamento Europeo han retomado el debate sobre la falta de compromiso que los ciudadanos han venido mostrando en relación al proceso político en general. Las explicaciones desde la comunicación política sugieren algunos argumentos enfrentados en relación con este asunto, esto es, la relación entre los medios de comunicación y el compromiso político, el cual se conforma como una constante en el debate académico. Por un lado, encontramos autores que acusan a los medios de comunicación y

específicamente a la presentación de los asuntos políticos de forma negativa de ser los causantes de la desafección política de los ciudadanos. Por otro lado, algunos análisis más recientes aseguran que el consumo de información política, independientemente de su tono, se relaciona con un público informado y comprometido.

Tomando el marco mencionado de referencia, este documento compara la conexión entre la confianza en las instituciones parlamentarias, como una de las dimensiones de la desafección política, y la exposición mediática en 21 países europeos. Los casos se categorizan en 3 grupos para su análisis: los países del norte y centro de Europa, conocidos como democracias consolidadas con altos niveles de confianza institucional, los países del sur de Europa, distinguidos como democracias jóvenes con niveles de confianza moderados, y los países del este de Europa, tratadas como democracias en procesos de consolidación.

Public opinion and public sphere: from modernity to post-democracy?

Giorgio Grossi (Università di Milano-Bicocca)

Despite the growing importance of public opinion in our society, the changing dimension of public spheres – local, global, micro, macro – and the new forms of mediated politics seem to modify the nature and the meaning of public opinion itself into the second modernity. The question is: public opinion is going to become a form of symbolic management of power and conflict relationships within a new frame that C. Crouch calls “post-democracy” or public opinion remains – under a more complex profile and with different functions – the starting point for a more democratic society?

La agenda informativa sobre la guerra de Irak en la prensa de élite internacional. El uso del terrorismo y las armas de destrucción masiva como argumento discursivo

M. L. Humanes (URJC), M. Martínez Nicolás (URJC), J. M. García de Madariaga (URJC), F. Tucho (URJC), P. Francescutti (URJC), A. Walzer (URJC)

Presentamos un análisis sobre la presencia de los argumentos desplegados por los principales actores para justificar la intervención militar en Irak. Este análisis se basa en modelo de “entretenimiento desinformativo” (V.Sampedro) para explicar la presencia de falsos marcos discursivos que avalasen la decisión de ocupar Irak.

Las bombas de Irak explotan en Madrid. Comunicación y redimensión de escalas en los repertorios de acción colectiva del movimiento global

Pablo Iglesias Turrión (URJC)

En la presente ponencia sostendremos que una de las claves definitorias de los repertorios de acción colectiva de los movimientos contra la Globalización económica y la Guerra es la construcción de espacios multiescalares de significado. El desarrollo de las NTIC en un contexto de Globalización política y económica del capitalismo, ha permitido a los nuevos movimientos antisistémicos trascender las dimensiones nacionales no solo en sus discursos, sino también en sus prácticas de conflicto. Tomaremos la revuelta madrileña del 13M para explicar cómo un acontecimiento aparentemente inserto en un proceso de confrontación política estatal, adquiere significación como crisis sistémica a partir de su redimensión en un proceso de confrontación política global.

Crisis de gestión informativa tras el 11-M: acción ciudadana y disputa de marcos discursivos públicos y mediáticos

Ariel Jerez (UVA)

Se analiza la respuesta ciudadana, facilitada por las NTIC (Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación) al “bloqueo de la esfera pública” (Sampedro, 2005) ocurrido antes de las elecciones generales de 2004.

Medios de comunicación y crisis de gobernabilidad: el Plan Galicia y Nunca Más en El País, El Mundo y Abc

José A. López Rey (UEX) y Víctor Sampedro Blanco (URJC)

En esta comunicación se atiende a cómo los diarios de difusión estatal han tratado diversas cuestiones relacionadas con la problemática del Prestige. En un contexto social de protesta, entre el Decretazo y las cuestiones educativas y la previsible guerra de Irak, el hundimiento del Prestige movilizó no sólo a la sociedad gallega sino también a la española en una participación social que excedió con mucho el aspecto meramente político. La reacción política y de los medios no estuvo, en cualquier caso, a la altura que demandaban los ciudadanos. Los primeros trataron de obviar la respuesta ciudadana y contraatacaron con políticas mordaza que impedían a los afectados plantear sus reivindicaciones, además de con un conjunto de políticas que supuestamente saldaban la deuda histórica con Galicia (Plan Galicia). Los segundos se alinearon con los partidos políticos y desarrollaron distintas estrategias comunicativas en función de los intereses más inmediatos de aquellos. De esta forma, tanto la movilización social como una serie de políticas públicas de desarrollo fueron tratadas como productos periodísticos sometidos al interés más inmediato de los partidos políticos.

En este contexto resulta de interés conocer el comportamiento de los principales medios de comunicación. Se analizan las 2.175 noticias generadas por las voces Prestige, Nunca Más y Plan Galicia en El País, El Mundo y ABC en el año siguiente a la catástrofe, es decir, desde el 14 de noviembre de 2002 hasta el 13 de noviembre de 2003. En un primer momento se detallan las temáticas preferidas por los tres medios de comunicación, haciendo especial énfasis en el tratamiento recibido por las "ayudas gubernamentales" y el "Plan Galicia" en comparación con "la reacción ciudadana" y "Nunca Más". Posteriormente nos centraremos en los promotores de las noticias, comparando el acceso que tuvo a la prensa la plataforma ciudadana Nunca Más con el de otros actores políticos y sociales.

"Flash mobs" las tecnología de la información y la comunicación al servicio de la movilización política; el 13-M

Javier Lorenzo Rodríguez (URJC)

En las pasadas elecciones del 14-M, acontecimos una serie de cambios sustanciales en el desarrollo de la Campaña electoral. Además de los ya conocidos y obvios, como los atentados del 11 de Marzo, desde la perspectiva que nos ocupa no podemos dejar de atender a otras circunstancias innovadoras en el transcurso de la campaña, tanto en las estrategias de comunicación y marketing electoral de los partidos como en la reacción de la ciudadanía ante los mismos. En estas innovaciones el papel de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación resulta imprescindible.

El objeto de la propuesta de esta ponencia es el de analizar el movimiento llamada Flash MOBS, o manifestaciones espontáneas como se ha traducido en España, como movilización política de la ciudadanía, en reacción o acción, a la inacción o acción negativa de los actores políticos institucionales de ese momento y, la reacción/ acción de éstos últimos ante dichas manifestaciones espontáneas. El fenómeno me parece curioso por su complejidad conceptual y por las repercusiones que tuvo. Planteo el análisis del comportamiento individual, el análisis de redes sociales imbricadas con los medios tecnológicos que lo hacen factible y que le dan toda la fuerza e impulso al mismo por un lado. Por otro lado, los mecanismos de acción/reacción entre los actores políticos institucionales y la ciudadanía que condujeron a una interacción sorprendente e inédita por distintos canales de comunicación y cómo los partidos, titulares del uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación a lo largo de la Campaña electoral, se vieron contestados por los mismos medios, lo que deja al descubierto la potencialidad de las TIC's en el comportamiento político.

El proceso de construcción de la participación ciudadana a través de canales institucionales: un estudio de caso: Segovia

Ignacio Martín Granados (UCM)

Dentro del contexto de eclosión de iniciativas participativas de los últimos años (foros, presupuestos...) en los municipios españoles, la presente ponencia tiene por objetivo explicar el proceso que se está llevando a cabo en Segovia. Una ciudad que cuenta desde las pasadas elecciones municipales con foros de participación ciudadana y deseos reconocidos de aspirar a implementar los presupuestos participativos. En esta comunicación se tratará de demostrar como,

desde la iniciativa de la sociedad civil, puede influirse con éxito en la consecución de una serie de demandas de mayor participación ciudadana en los asuntos públicos, analizando las diferentes posturas que adoptaron los grupos políticos, ayudados por un contexto de pre-campaña electoral. Además, se estudiará la organización y evolución del proceso y canales de participación una vez puestos en marcha los anhelados foros o consejos ciudadanos, así como si es conveniente hablar de éxito o fracaso.

Finalmente, desde una perspectiva comparada, se analizarán los puntos comunes y divergentes con otras iniciativas municipales, con el objeto de teorizar sobre los diferentes modelos de acceso y organización de los mecanismos de participación en las políticas locales. En este sentido, se realizará también un ensayo de prospección política, tratando de proponer una serie de mejoras de dichos mecanismos a corto plazo, y por ende, de aumento de la calidad de la democracia.

Comparativa en la cobertura de la migración, entre los medios de comunicación de México y Estados Unidos

Magalí Muria (Universidad de California)

En la primera parte del trabajo se proporcionará una breve semblanza histórica de la migración de mexicanos a Estados Unidos, la imagen que se construye de los migrantes en la esfera pública de ambos países y las políticas migratorias del gobierno norteamericano, con las correspondientes respuestas por parte de México. Estos antecedentes nos sugieren preguntas interesantes acerca del papel de los medios de comunicación en la relación de ambos países, así como la forma en que el gobierno, los medios de comunicación y la opinión pública interactúan en la formulación de políticas migratorias, en ambos contextos nacionales.

En la segunda parte del documento se presentarán dos pequeños estudios de caso en los que se ilustrarán estas interacciones. Uno de ellos se basa en un ejercicio de análisis de contenido de una revista mexicana y otra norteamericana, y la forma en la que se ha abordado el tema migratorio en cada una de ellas, durante los últimos diez años. El segundo estudio de caso aborda el esfuerzo de cabildeo y relaciones públicas gubernamentales que han realizado las representaciones diplomáticas mexicanas en Estados Unidos, para conseguir la aprobación de políticas públicas favorables a los migrantes mexicanos.

En los últimos 20 años, la migración de mexicanos a Estados Unidos se ha incrementado de forma significativa. Esto ha desencadenado cambios en la imagen de los migrantes que predomina en ambas sociedades, así como en el tipo de políticas que ambos países han diseñado para abordar este fenómeno. El tema migratorio se ha convertido en el más importante y explosivo de la agenda bilateral entre México y Estados Unidos. Esto ha tenido un impacto en los medios de comunicación, tanto en la forma como éstos abordan la problemática migratoria, como en el uso que hacen los gobiernos de ellos para implementar políticas públicas y estrategias de tipo diplomático.

Las estrategias persuasivas en la campaña electoral de las elecciones al parlament de catalunya de 2003

Jordi Pericot Canaleta (URV), Arantxa Capdevila (UPF) e Iván Pintor Irazo (UPF)

La propaganda política es uno de los elementos fundamentales de las campañas electorales. Todos los partidos políticos plantean estrategias persuasivas en sus discursos propagandísticos con el fin de conseguir el voto de los ciudadanos. La propaganda tiene unas características que la diferencian de otras manifestaciones comunicativas electorales y que la hacen especialmente relevante como elemento de influencia, sobre todo en campañas en las que no hay una situación postelectoral clara.

Esta ponencia plantea un análisis argumentativo y retórico de los discursos persuasivos de los diferentes partidos durante la campaña de las elecciones autonómicas catalanas celebradas en noviembre de 2003. Este análisis consiste en detectar cuáles son los argumentos que están implícitos en los mensajes propagandísticos y cómo estos son puestos de manifiesto a través de diferentes tipos de lenguaje —imágenes, sonidos, palabras, etcétera—. La muestra sobre la que se ha llevado a cabo este estudio está compuesta por la publicidad electoral transmitida tanto por prensa como por televisión.

La gota que faltaba. El ¡pásalo! Del 13-M y el 14-M y su relación con otros movimientos de protesta

Fenelon Rocha (USA)

Un país en choque. Así fueron los días siguientes al 11M, con sus 191 muertos y casi dos mil heridos, allende un clima de incredulidad y miedo. A pesar del choque, España vio una parte significativa de sus ciudadanos si rebelar en la tarde-noche del día 13 de marzo, en claro desacuerdo con la postura del gobierno en la administración del atentado. Vio más: una participación extraordinaria en las elecciones del día 14, imponiendo al gobierno una derrota inesperada solo una semana antes.

Para número importante de los observadores, el vuelco fue el resultado del descontentamiento con el atentado, un castigo al PP, que llevara España a la guerra de Irak. Pero cabe la pregunta: ¿el 11M es la única explicación para tan grande cambio? Más: ¿lo qué hace que José Luiz Rodrigues Zapatero coja los frutos de ese cambio de aires?

La suposición de esa propuesta es que el PSOE y específicamente Zapatero cogen los frutos de dos movimientos. El primero: una serie de acciones del gobierno del PP agresivas a la opinión pública, lo que incluye hechos como el Prèstige, la Huelga General, la LOU y la Guerra de Irak. Así, la evidente manipulación de los acontecimientos en torno al 13M es apenas la gota d'agua que faltaba para hacer el vaso desbordar, con todas las dudas del ciudadano siendo ampliadas por el recuerdo de conducta diversionista o manipuladora de otros momentos del gobierno Aznar. El segundo: la movimentación del propio Zapatero. En los cuatro años anteriores, Zapatero y el PSOE tuvieron una postura discreta, pero siempre presente. En las discusiones sobre el Prèstige, de la LOU, del plan hídrico y de la Guerra, Zapatero era más que una voz aliada de la más amplia opinión pública y contra el gobierno del PP; era un cuerpo presente a las principales manifestaciones.

Ésos dos movimientos nos llevan tomar como dirección central de esta propuesta que la percepción de largo plazo sobre determinados actores tiene grande poder de influir en el comportamiento del público, sobre el comportamiento del elector. Y que esas percepciones de largo plazo son aún más fundamentales en un momento de crisis, cuando la confianza personal pasa ser determinante, arriba de otros factores. El gobierno del PP construyó una percepción de inconfianza, al paso que Zapatero, visto como un político de posición tébil, consiguió pasar una imagen de confianza (o de sinceridad) que le permitió coger los frutos de una torrente de votos útiles y de protesta en el 14M.

La cobertura del 11-m en la prensa española: resonancias culturales en torno al periodismo

Jordi Rodríguez Virgili, Teresa Sádaba, Teresa La Porte (UNA)

Ante acontecimientos extraordinarios como los sucedidos el 11-M cabe plantearse cuáles son las herramientas que utilizan los medios de comunicación para enfrentarse a las noticias. Desde los postulados culturales de estudio de los medios, se sugieren, al menos, tres factores de referencia para la construcción de marcos interpretativos: (a) las resonancias culturales, (b) las rutinas profesionales y (c) los marcos ideológicos.

Los atentados del 11M presentaron un escenario paradójico para los medios de comunicación. Por una parte, se trataba de unos atentados terroristas, materia en la que los periódicos españoles cuentan con una gran experiencia en su cobertura; pero, por otra, significaba un tipo de terrorismo inédito en el panorama nacional. Será el 11-S el referente que tenga una incidencia significativa, tanto en el marco de interpretación y como en el tratamiento periodística.

La hipótesis que plantea este estudio es que en acontecimientos excepcionales, cuando las situaciones están por definir, los tres factores apuntados por los postulados culturales de estudio de los medios se activan progresivamente. A través del análisis de contenido cualitativo de siete periódicos de tirada nacional o regional (*El País, El Mundo, ABC, La Razón, La Vanguardia, El Correo, Deia*) se revelan cuáles son las pautas discursivas a las que recurren los medios.

La ponencia que presentamos al VII Congreso español de la ciencia política y de la administración analiza cuáles son las resonancias culturales en torno al terrorismo desde el punto de vista histórico y político; se explican también las pautas habituales para su cobertura y, finalmente, se aborda la evolución de la postura de estos siete periódicos y el terrorismo. El análisis permite incidir en cuestiones como la disparidad entre la agenda gubernamental y la agenda pública de aquellos días, el papel de los medios como definidores de realidades emergentes, los contagios entre las coberturas nacionales e internacionales o las diferentes percepciones de la prensa alineada políticamente.

Medios de comunicación, opinión pública y voto en el referendo sobre la constitución europea

Antonia María Ruiz Jiménez (UCM) y Víctor Fco. Sampedro Blanco (URJC)

Este documento de trabajo analiza el tema de la Constitución Europea en la prensa española de ámbito nacional. En una primera parte cubrimos el periodo de mayo a octubre de 2004, realizando un análisis descriptivo de los discursos que presentaron los tres diarios de referencia, con líneas editoriales distintas e incluso enfrentadas. En la segunda parte analizamos desde el mes de octubre de 2004 hasta el 28 de febrero de 2005, estudiando la cobertura periodística previa al referendo, y en concreto, los términos en los que se desarrolló la campaña.

Políticas de información gubernamentales en contextos de crisis: el caso del prestige.

Víctor Sampedro Blanco (URJC) y José A. López Rey (UEX)

En esta comunicación analizamos uno de los temas que más consenso popular suscitó en contra del Gobierno, el de la gestión de la crisis del Prestige y la movilización social subsiguiente, ya que ilustra de manera paradigmática la política de comunicación llevada a cabo por el Ejecutivo en contextos de crisis. Desvelaremos los procesos de desactivación electoral de dicho tema y detallaremos las estrategias de blindaje gubernamental. Presentamos, por último, un análisis de la cobertura que ofrecieron los tres principales diarios de difusión estatal en el año siguiente a la catástrofe, que evidencia la marginación del tejido social por los medios de comunicación españoles.

La urgencia de estas cuestiones resulta obvia. La ciudadanía se manifestó debido a la incompetencia de los gobiernos demandando responsabilidades políticas y recursos para evitar unas catástrofes ecológicas que ya parecen periódicas. La respuesta del Gobierno fue atacar la movilización hasta el punto de criminalizarla. Al mismo tiempo ejerció un férreo control sobre la información disponible, privando a los medios de sus fuentes habituales para elaborar las noticias. Éstos establecieron una relación simbiótica con los partidos. El resultado fue que la movilización no tuvo el impacto esperado en las elecciones municipales y autonómicas, que apenas comportaron el retroceso del Partido Popular. Ésta, no obstante, se mantuvo latente y coadyuvó a su derrota el 11 de Marzo.

Las NTIC y el proceso de construcción de la cultura corporativa en los dos grandes partidos nacionales (PSOE y PP) de 2000 a 2004

Rubén Sánchez (UCM)

Los partidos políticos en España han iniciado recientemente la utilización de las NTIC como instrumentos de comunicación, especialmente en periodos electorales. A pesar de esta aparente inexperiencia y lejanía con modelos de explotación más avanzados como el anglosajón, estas nuevas herramientas de transmisión de información se han descubierto como un elemento destacado en el proceso de construcción de la cultura corporativa. Sin embargo, nos preguntamos si en el caso de los dos grandes partidos de ámbito nacional, Partido Socialista Obrero Español (PSOE) y Partido Popular (PP), se viene realizando un empleo eficaz de las NTIC con este fin.

Prestaremos, por tanto, una especial atención al empleo de las NTIC como instrumento de transmisión de los elementos propios de la cultura organizativa, tales como el código simbólico, modelo de realidad o modo normativo. Todos ellos destinados al proceso de socialización secundaria al que se le somete a la militancia de los partidos con el objeto de que éstos adquieran la cultura de la organización siendo capaces de actuar posteriormente con los roles permanentes del partido correspondiente.

Además, nos detendremos en el estudio de los distintos canales de comunicación que emplean las NTIC, la existencia de una comunicación bidireccional que permita una interactividad con los distintos miembros del partido, los órganos encargados de su coordinación y decisión del mensaje que se transmite dentro del partido, éxito de la socialización sobre la militancia y posibles repercusiones beneficiosas en el rendimiento electoral.

Representación mediática de las víctimas en el 11-M

José Manuel Sánchez Duarte (URJC)

En un sistema de libertades democráticas, el tratamiento de las actividades terroristas por los medios de comunicación, está sometido constantemente a dos puntos de vista: el derecho a la información y descripción de los hechos en sí y el tratamiento y derecho a la intimidad de parte de sus protagonistas: las víctimas.

La irrupción de un nuevo concepto de víctima durante los atentados del 11-M, las escogidas arbitrariamente por los terroristas para demostrar que nadie está salvo del terror, independientemente de sus responsabilidades laborales o políticas, cambia la representación y el tratamiento mediático de este colectivo. El objetivo de este trabajo es saber, cómo reaccionaron los medios de comunicación españoles durante los atentados de marzo ante este nuevo panorama. El análisis nos permitirá determinar si las víctimas fueron utilizadas para legitimar el relato periodístico y la cronología de los hechos y cómo éstas pasaron a formar parte de la agenda política de esos días.

La opinión pública y la construcción del gobierno democrático del Partido de los Trabajadores

Rosemary Segurado (Pontificia Universidade Católica de São Paulo)

Presentar los resultados del análisis comparado de las revistas semanales *Veja* y *Carta Capital* de Brasil, en el periodo reciente, (meses de mayo y junio). La justificación del periodo seleccionado es porque fue justamente en este momento cuando surgieron importantes denuncias de corrupción por parte de políticos que componen la base de apoyo del gobierno del presidente Luis Inácio Lula da Silva. Otro aspecto muy importante es que estas publicaciones son las más relevantes - están entre las más vendidas - y son responsables de la formación de la opinión pública.

Considerando que estas denuncias han monopolizado la atención de los medios de comunicación y que las políticas del gobierno no encuentran más espacio de debates entre los medios, la cuestión es analizar en qué medida ese tipo de cobertura mediática contribuye a la aclaración de las denuncias y, sobretodo, busca comprender como se construye la agenda política transmitida por los medios y como contemplan los temas sociales, políticas de salud, educación, y otros temas fundamentales para el desarrollo de un buen gobierno.

La comunicación política en los medios informativos de ámbito local

Ana Tamarit (UPSA)

El periodista es el actor principal en la narración de los hechos, en concreto, en el acto de informar; a través del periodista, los ciudadanos construyen la percepción que tienen de lo que les rodea y de la acción política de quienes les gobierna. Si partimos de esta consideración, resulta relevante descubrir cómo los periodistas construyen la realidad política que se produce en el ámbito local, es decir, en aquellos lugares alejados de los centros de poder. Se trata, por tanto, de conocer cuáles son las rutinas y las concepciones profesionales de los periodistas que elaboran la información local y cuáles son las fuentes en las que más confían para elaborar los relatos informativos. Los resultados de la investigación realizada ponen en evidencia que, curiosamente, la información política se sustenta en los grupos en los que menos confían los periodistas. Parte de los resultados obtenidos permiten abrir una línea argumentativa que defiende que los periodistas que trabajan en el ámbito local se han constituido en un grupo profesional débil e instrumentalizado por los poderes políticos y públicos.

Discursos satíricos políticos en televisión durante la campaña electoral 2004

José Luis Valhondo Crego (UEX)

Se trata de presentar el resultado del análisis del discurso satírico de un formato como El Guiñol durante las elecciones generales de 2004. Este discurso se contextualiza comparándolo con los discursos de los informativos. Se utiliza para ello el análisis desarrollado por Fairclough que distingue entre prácticas socioculturales, prácticas discursivas y textos en sí. Y que pone especial hincapié en las relaciones que se establecen entre distintos órdenes del discurso para llegar al concepto central de intertextualidad.

Por otra parte, los conceptos de transgresión desarrollados por A. Julius o las cuestiones sobre la sátira política en el Reino Unido servirán de contraste para examinar el caso propuesto. Como señala Foucault, la crítica consiste en analizar y reflexionar sobre los límites y esto es lo que se hace aquí, examinar los límites de la trasgresión de la comunicación política en televisión durante las elecciones generales.

La difusión de ideas económicas a través de los medios de comunicación: análisis de los editoriales de El País y ABC

Alfonso Vara y Ángel Arrese Reca (UNA)

En esta comunicación pretendemos analizar si el grado de consenso o disenso existente entre los economistas es recogido, asumido y difundido a través de los medios de comunicación, y más concretamente, a través de los editoriales de dos diarios de información general.

Varios estudios muestran que la ciencia económica no es ni mucho unánime, pero afirman que existe un consenso mayoritario en cuestiones como la influencia benigna que la demanda agregada tiene en la producción de un país, la disyuntiva entre paro e inflación a la que se enfrentan las políticas fiscales y monetarias, la relación directa entre capacidad productiva de un país y el nivel de bienestar de sus ciudadanos, y el papel clave de las expectativas en el comportamiento de los mercados.

Por otro lado, existe un desencuentro respecto a cuál debe ser el grado e intensidad de la intervención estatal en la economía, con el fin de conciliar la estabilización y equilibrio económico con los objetivos sociales, así como respecto a cuál es el coste de controlar la inflación, o si los déficit representan o no un problema para la economía.

Hemos decidido analizar cuál es la postura respecto a estas cuestiones y otras relacionadas con las políticas públicas en los editoriales de dos diarios de información general – El País y ABC -. Dada la importancia que los medios tienen en la difusión de ideas y conocimiento, es preciso aumentar el conocimiento científico sobre cómo es su cobertura de la principales cuestiones económicas. Hemos escogido como unidad de análisis los editoriales porque la cobertura que realizan los editorialistas suele diferir de la de los reporteros, al mostrar la postura oficial del diario respecto a aquellos asuntos de amplio interés público. Los editores de diarios consideran a los editoriales muy influyentes y la mayoría considera que influyen en la sociedad aportando ideas y argumentos para que los ciudadanos hagan sus propios juicios. Lógicamente, también influyen en la percepción que de la economía y los negocios tienen sus lectores, y en este sentido, el editorial contribuye a dotar de carácter y personalidad al medio.

La metodología que hemos seguido es el análisis de la bibliografía para discernir aquellos puntos en los que existe consenso o disenso entre los economistas, y el análisis de contenido de los editoriales de El País y ABC publicados durante el 2003 que estén relacionados con asuntos económicos, empresariales y financieros, y presten especial atención a aquellos que hacen mención expresa a políticas públicas.