

Castromil, A. R., M. L. Humanes y L. García Tojar (eds.) (2020): *La comunicación política en la era de la mediatización*, Salamanca, Comunicación Social, 242 pp.

A partir de las contribuciones de algunos de los principales autores españoles en la materia, el concepto de mediatización de la política es ampliamente revisado en el libro aquí reseñado: *La comunicación política en la era de la mediatización* (2020). En la introducción, los editores plantean que la Gran Recesión económica del periodo 2008-2014, unida además a la generalización de las tecnologías móviles, ha llevado a una nueva dimensión a la democracia de audiencias definida en *Los principios del gobierno representativo* (Manin, 1998). La preponderancia de la imagen del candidato avanza hacia un tipo de democracia digital fundamentada en la construcción de un relato para los próximos comicios.

Los autores valoran la mediatización como una fractura entre decisión y representación, puesto que “la democracia mediatizada ya no es política en el sentido descrito, sino un juego escénico, representado a través de los medios de comunicación” (p. 10). La obra recoge la convivencia de un sistema mediático tradicional con la esfera digital, en consonancia con una lógica híbrida asentada en la literatura (Chadwick, 2013). Esta hibridación no solo es propia de los medios de comunicación, sino también de las campañas electorales implementadas por los partidos.

El libro se estructura en ocho capítulos, que abordan diversas teorías que configuran el estado de la cuestión de la mediatización en nuestros días. La obra en su conjunto se muestra crítica con referencias muy populares como *No pienses en un elefante* (Lakoff, 2006), que reduce la comunicación política a una cuestión lingüística, olvidando su valor en la construcción del interés común. Por tanto, su objetivo es brindar una aproximación reflexiva para que la comunicación política sea analizada de una forma científica.

En el primer capítulo, el prestigioso catedrático Enric Saperas, adscrito a la Universidad Rey Juan Carlos, proporciona un recorrido histórico sobre la noción de mediatización, apoyándose en sus cuatro fases desde 1920 apuntadas por Strömbäck (2008). La política siempre ha gozado de una fuerte dimensión simbólica, pero la revolución digital ha generado una relación de interdependencia inusitada entre comunicación y política. Saperas introduce además en sus páginas la idea de que la mediatización funciona en una doble dirección de fortalecimiento de los medios de comunicación sobre los entes políticos y, a la vez, de transformación de estos *mass media* en espacios de confrontación partidista.

El primer apartado opera como marco conceptual para el conjunto de la obra en lo relativo a mediatización, mientras que el segundo hace lo mismo refiriéndose a la ciberpolítica. Elaborado por el especialista en el área José Luis Dader, catedrático de la Universidad Complutense de Madrid, el texto profundiza en la gestión digital cada vez más automatizada de las campañas electorales, en una evolución creciente hacia el predominio de estrategias computacionales en las contiendas políticas (Calvo, Campos-Domínguez y Díez-Garrido, 2019).

Por su parte, los tres capítulos siguientes llevan a cabo una revisión de conceptos clásicos en el estudio del vínculo entre comunicación y política, como son la teoría de *agenda-setting*, los sistemas mediáticos comparados y la teoría de la exposición selectiva. En relación a la afamada aportación de *agenda-setting* a cargo de McCombs y Shaw (1972), Iván Soto (Deusto Business School) y Antón R. Castromil (Universidad Complutense de Madrid) destacan su gran capacidad de adaptación al cambio social, siendo un ejemplo la noción de tematización, que ha abierto interesantes líneas de investigación en el estudio de las agendas.

Con respecto a la muy citada contribución de sistemas mediáticos comparados de Hallin y Mancini (2004), Luis García Tojar (Universidad Complutense de Madrid) dedica el capítulo 4 a poner en duda la validez de dicho modelo, tanto por sus dificultades en la definición teórica como por su escasa aplicabilidad tras la crisis económica de 2008. Las críticas de García Tojar se encuentran en consonancia con otras referencias actuales que subrayan una polarización del sistema liberal en Estados Unidos y Reino Unido (Nechushtai, 2018), lo que quiebra el esquema explicativo de Hallin y Mancini frente a corrientes como la de “campo mediático” (p. 140), que sintetiza mejor el funcionamiento mediático de la estructura social.

La última teoría abordada es la de exposición selectiva, por la cual las predisposiciones de la audiencia condicionan el consumo de medios. Los ciudadanos buscan así una reafirmación de sus postulados previos. En este sentido, María Luisa Humanes, profesora de la Universidad Rey Juan Carlos, analiza en el capítulo 5 el valor de esa teoría en la España actual. Fenómenos como el “infoentretenimiento” televisivo (Berrocal, 2017) han acentuado el funcionamiento de cámaras de eco que refuerzan la polarización.

Tras la revisión de aportaciones clásicas, los tres apartados finales del libro se emplean para contrastar líneas de investigación recientes en la comunicación política. El capítulo 6 rescata un texto de Fermín Bouza (Universidad Complutense de Madrid), en el que trataba la mediatización como sustitución del debate directo de los asuntos públicos, lo que redundaba en una “telenovelización” de la política basada en la personalización y la negatividad. Buena parte de los planteamientos de Bouza se hallan disponibles en *El voto con botas* (2018), que recoge de forma póstuma sus reflexiones en el blog del mismo nombre. El capítulo 7, a cargo de Antón R. Castromil, se adentra precisamente en el negativismo como estrategia política, que se entiende en forma de ataque directo al adversario. De acuerdo con el autor, son numerosos los actores políticos que consideran que esa agresividad puede reportarles un mayor número de apoyos.

El apartado final (número 8) constituye una aproximación a la convergencia de prácticas digitales entre los partidos políticos y los movimientos sociales. Internet es un espacio llamado a ampliar las formas de participación política, como se observó en fenómenos como el 15-M. A lo largo del capítulo, José Manuel Sánchez Duarte (Universidad Rey Juan Carlos) y Raúl Magallón (Universidad Carlos III) identifican cuatro tendencias de convergencia entre partidos y movimientos sociales: atención selectiva y polarizada en la que se articulan guetos de atención; lenguajes reactivos hacia la cultura dominante (*culture jamming*) y que utilizan la emocionalidad, siendo una muestra los memes; la desinformación como reto para la credibilidad; y la porosidad de sus militancias, que presentan un carácter flexible.

Siguiendo lo anterior, la red parece haber difuminado las fronteras comunicativas entre las organizaciones formales y los movimientos sociales, uniformizando “procesos de expresión, construcción de marcos discursivos y contacto con los militantes y simpatizantes” (p. 238). Sin embargo, la configuración de grupos afectivamente homogéneos sumada además a la ola de desinformación digital ponen en duda que se produzca una expansión real de la participación política.

En resumen, el libro reseñado presenta un grado de detalle excelente a la hora de cubrir las diferentes teorías que perfilan el área de la comunicación política, y avanza desde los clásicos hasta las últimas corrientes en la materia. La mediatización y la ciberpolítica suponen el contenido estructurante de una obra que no rehúye el cuestionamiento de algunas de las aportaciones más asentadas. El alto nivel de prestigio de los autores provoca que el libro pueda ser valorado como un estado de la cuestión de la comunicación política por parte de la academia española, que demuestra su capacidad de combinar varias interpretaciones en su estudio.

Por último, los editores de la obra no olvidan el peligro de que las estrategias comunicativas sirvan en pro de la polarización. Los medios y los políticos demuestran una mayor preferencia por sus intereses a corto plazo, algo que ha puesto de relieve la pandemia de Covid-19. La política mediatizada corre el riesgo de desarrollar movimientos centrífugos a la democracia, en los que la polarización debilita el sentimiento de comunidad. Esta situación demanda una honda meditación sobre el sentido de la comunicación política, dado que la historia del siglo xx evidencia los devastadores efectos de esas tendencias.

Bibliografía

- Berrocal, S. (ed.) (2017): *Politainment. La política espectáculo en los medios de comunicación*, Valencia, Tirant Humanidades.
- Bouza, F. (2018): *El voto con botas*, Madrid, Los Libros de la Catarata.
- Calvo, D., E. Campos-Domínguez y M. Díez-Garrido (2019): “Hacia una campaña computacional: herramientas y estrategias online en las elecciones españolas”, *Revista Española de Ciencia Política*, 51, pp. 123-154. <https://doi.org/10.21308/recp.51.05>
- Chadwick, A. (2013): *The hybrid media system. Politics and power*, Nueva York, Oxford University Press.
- Hallin, D. C. y P. Mancini (2004): *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Lakoff, G. (2006): *No pienses en un elefante*, Madrid, Editorial Complutense.
- Manin, B. (1998): *Los principios del gobierno representativo*, Madrid, Alianza.
- McCombs, M. E. y D. L. Shaw (1972): “The agenda-setting function of mass media”, *Public Opinion Quarterly*, 36 (2), pp. 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Nechushtai, E. (2018): “From Liberal to Polarized Liberal? Contemporary U.S. News in Hallin and Mancini’s Typology of News Systems”, *The International Journal of Press/Politics*, 23 (2), pp. 183-201. <https://doi.org/10.1177/1940161218771902>
- Strömbäck J. (2008): “Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics”, *The International Journal of Press/Politics*, 13 (3), pp. 228-246. <https://doi.org/10.1177/1940161208319097>

Rubén Rivas-de-Roca
Universidad de Sevilla
rrivasderoca@us.es