

Comunicación y acción política Communication and political action

Antonio Miguel Nogués Pedregal

Irene Belmonte Martín

La Cuando se planteó la oportunidad de abordar en un monográfico del *Miguel Hernández Communication Journal*, las estrechas y densas relaciones de la acción política y las prácticas de comunicación sabíamos que, si acaso, solo conseguiríamos arañar un poco la superficie.

Es sabido que las prácticas sociales de comunicación producen un nuevo marco de sentido y que este marco es en/desde el que se puede intentar entender la acción política; y también es muy conocido que las *nuevas* tecnologías de la comunicación y la información han modificado sustancialmente las ideas de espacio o distancia y las nociones derivadas de estas como lejanía, cercanía, proximidad, hogar o lugar adquieren un nuevo sentido. Y sabemos que, por tanto, cualquier intento de comprender en qué consiste hoy la acción política debe necesariamente analizar la producción de sentido en este nuevo contexto global e inmediato. La comunicación y la información globales desvelan la interconexión entre todo lo que acontece y la causalidad que hay entre los hechos y las prácticas sociales. La progresiva e inmediata accesibilidad a TODO conforma al ciberespacio como arena para la acción social y política, y también como campo de empoderamiento de grupos sociales hasta ahora desplazados de la acción política directa e institucionalizada.

En este monográfico se aborda en profundidad el análisis de las nuevas condiciones de producción de los discursos sobre la realidad, de las prácticas sociales que la conforman y de las acciones políticas que la gestionan. La desinstitucionalización del ejercicio del poder, y el desplazamiento de la capacidad de acción política hacia nuevos actores (grupos sociales), terrenos (redes sociales) y estrategias ('noticias falsas' o plataformas para la acción), determinan la relación entre las prácticas de comunicación política y la acción política y, a

menudo, provocan que ésta se disuelva en aquélla. Así, por ejemplo, las acciones políticas más institucionalizadas se someten al ritmo de la mercadotecnia: «anunciamos que vamos a anunciar cuando anunciaremos». La prevalencia de las estrategias marcadas desde los gabinetes de comunicación condiciona las agendas políticas, y relega al pensamiento político de medio-largo plazo a un segundo plano. Asimismo, la democratización de la capacidad comunicativa para generar discursos construye imaginarios sociales que, por lo general, entran en conflicto entre sí. Una situación que condiciona la acción política directa sobre asuntos de relevancia social como la inmigración, el futuro de las pensiones, el turismo, la conformación del estado o el cambio climático.

Este monográfico se inicia con el artículo *Pluralismo político y rol del moderador en tertulias televisivas: Al Rojo Vivo y Las Mañanas de Cuatro* de Noel Bandera López que desarrolla el papel de la persona responsable de moderar las tertulias televisivas como garante de ofrecer a la ciudadanía las fuentes alternativas y variadas de información política que precisa cualquier democracia. El autor analiza la presencia y tratamiento que reciben los distintos partidos políticos en programas de gran audiencia como *Al Rojo Vivo* y *Las Mañanas de Cuatro*, y concluye que el alineamiento de ambas tertulias televisivas en el proceder dado a los diversos actores políticos.

Combinado el formato televisivo con las recientes plataformas digitales de YouTube, el siguiente artículo *La batalla de los escraches de la PAH llevada a la pantalla: YouTube vs. RTVE* de Ezequiel Ramón Pinat compara el tratamiento que ha recibido el discurso de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH) en los programas y noticiarios de nuestra televisión pública con el que ofrecen las redes sociales digitales, en particular, YouTube. Así, mientras que los medios de comunicación tradicionales se centran en mostrar la visión de los partidos políticos remarcando las acciones de protesta violenta de la PAH, la nueva plataforma digital contrapone esta perspectiva, y resalta un discurso pacífico que interpela la rendición de cuentas democrática.

El uso de las redes sociales como herramienta de comunicación política es una realidad incuestionable que las Administraciones Públicas no pueden (ni deben) obviar. El artículo *Integración de Twitter y Facebook en la comunicación de la administración local: el Ayuntamiento de Elche como caso de estudio* de Fernando Miguel Olabe y José Antonio Márquez López, analiza el mundo digital como una oportunidad para democratizar las administraciones, en la medida que sirva para acercar su funcionamiento a la ciudadanía mediante una más intensa y variada comunicación bidireccional (entre la ciudadanía y su administración). Un análisis de contenido de los perfiles en Twitter y Facebook del Ayuntamiento de Elche a fin de valorar su gestión

comunicativa y su incidencia en el refuerzo institucional.

La comunicación de la acción política en nuestras sociedades se caracteriza por la coexistencia de redes sociales y medios tradicionales. José Luis Martín Sáez y Manuel Montes Vozmediano, analizan el relato periodístico en su artículo *Un análisis socio-metafórico del discurso mediático de la Gran Recesión en La Vanguardia*, en el que narran cómo ha sido tratada por dicho periódico, tanto desde el punto de vista informativo como de opinión, la crisis económica de 2008 y las consecuencias de esta para los mercados e instituciones financieras.

La dimensión emocional de los movimientos políticos populistas de S.XXI en América Latina y Europa de Alejandro Espí Hernández es un riguroso estudio politológico sobre el funcionamiento de los movimientos populistas o neo-populistas que han brotado en los últimos años en América y Europa. El autor desvela la estrategia comunicativa de estos movimientos a través del recurso a la dimensión emocional y afectiva en sus discursos y liderazgos.

Desde la llamada Democracia 2.0 inaugurada en las primeras elecciones presidenciales de Obama en 2008, la irrupción de las redes sociales en las campañas electorales ha sido un fenómeno imparable que ofrece múltiples aristas para su estudio científica. *Live political events on Twitter: The case of the 2015 election night in Spain* de Silvia Blas, Elsa Moreno e Idoia Portilla, aporta conocimiento sobre el papel desempeñado por Twitter (asimilable con el de política en directo tanto en la representación como en la participación) durante las elecciones generales de diciembre de 2015 que puso de manifiesto, por primera vez en la democracia española, la brecha entre la ‘nueva’ y ‘vieja’ políticas.

Sobre el protagonismo de las redes sociales en los procesos políticos-democráticos también trabajan Marta Pérez Gabaldón y Blanca Nicasio Varea que analizan en *Comunicación Parlamentaria 2.0: El debate de la moción de censura en Twitter* el impacto y contenido de los mensajes de los partidos políticos con representación parlamentaria en Twitter los días 31 de mayo y 1 de junio de 2018 durante el debate de la única moción de censura de la democracia española que ha tenido éxito hasta el momento.

Desde un punto de vista de la teoría política, cierra el monográfico el artículo *Outline realistic democratic theory meets political communication* de Harald Borgebund, que pone de manifiesto la incomprensión y alejamiento del electorado de los discursos políticos más agresivos, y propone, de manera pausada y realista, un camino hacia la moderación y amabilidad política para luchar contra la desafección y la apatía que asaltan a nuestras democracias.

Todas estas aportaciones son un reflejo de la intención de abrir nuevos marcos de reflexión y nuevas perspectivas de investigación sobre el poder de los medios de comunicación en las actuaciones políticas. Agradecemos a las personas colaboradoras, y como no también a las futuras lectoras, la ilusión y el tiempo dedicado. No quisiéramos cerrar sin poner de manifiesto los desvelos de Begoña Ivars Nicolás, Montserrat Jurado Martínez y Francisco Martínez Cano, durante el proceso de producción, para que este monográfico vea, por fin , la luz.



Licencia Creative Commons
Miguel Hernández Communication Journal
mhcj.es

Cómo citar este texto:

Antonio Miguel Nogués Pedregal, Irene Belmonte Martín (2019) Comunicación y acción política. *Miguel Hernández Communication Journal*, 10 (1), pp. 13 a 17. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante).
DOI: <http://dx.doi.org/10.21134/mhcj.v10i0.305>

How to cite this text:

Antonio Miguel Nogués Pedregal, Irene Belmonte Martín (2019) Communication and political action. *Miguel Hernández Communication Journal*, 10 (1), pp. 13 a 17. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante).
DOI: <http://dx.doi.org/10.21134/mhcj.v10i0.305>