

La construcción televisiva de la deliberación política. Análisis comparativo de programas informativos y de *infotainment*

The representation of political deliberation in television. A comparative analysis of informative and *infotainment* programmes

Óliver Pérez*, Mercè Oliva**, Eva Pujadas***

*Profesor visitante, Departamento de Comunicación, Universitat Pompeu Fabra, Plaça de la Mercè, 10-12. 08002, Barcelona, España. (oliver.perez@upf.edu)

**Profesora visitante, Departamento de Comunicación, Universitat Pompeu Fabra, Plaça de la Mercè, 10-12. 08002, Barcelona, España. (merce.oliva@upf.edu)

***Profesora titular, Departamento de Comunicación, Universitat Pompeu Fabra, Plaça de la Mercè, 10-12. 08002, Barcelona, España. (eva.pujadas@upf.edu)

Resumen

Desde mediados de los años 90 nos encontramos en lo que J. Blumler y D. Kavanagh han denominado la "Tercera Edad" de la Comunicación Política, donde han convergido la emergencia de Internet y la televisión digital, el auge del *infotainment* y la creciente preocupación por el fenómeno de la desafección política. Frente a ello, resulta necesario revisar el papel que está jugando la televisión en esta nueva etapa de la comunicación política y, al mismo tiempo, adaptar nuestro instrumental teórico/metodológico a la nueva realidad televisiva y de la comunicación política. En este contexto, el objetivo de este artículo es aportar un modelo de análisis para el estudio de la construcción televisiva de la imagen pública de la deliberación política, concebido para un estudio integrado de programas informativos y programas de *infotainment*, y aplicarlo a los principales programas de la televisión española de la temporada 2009-2010, entre ellos *Los Desayunos*, *Espejo Público*, *59 Segundos* y *La Noria*. Los resultados revelan las claves de representación del político como deliberador, la deliberación política y la ciudadanía en los programas analizados. En las conclusiones se destaca la escasa presencia en la televisión española de una deliberación política con un desarrollo orgánico que vaya desde una (sana) confrontación ideológica hasta la construcción de consenso.

Palabras clave: Televisión; política; deliberación; debate; *infotainment*; discurso.

Abstract

According to J. Blumler and D. Kavanagh, since the mid nineties we are in the Third Age of Political Communication, where the emergence of Internet, digital TV and infotainment and the increasing awareness of political disaffection have converged. Therefore, it is necessary to review the role of television in this new era of political communication, and at the same time we need to adapt our theoretical and methodological tools to the new reality of TV and political communication. In this context, the purpose of this research is defining a model of analysis for the study of TV construction

of the public image of political deliberation. It is a model conceived for the analysis of informative programs and infotainment programs as well. Moreover, the model of analysis is applied to the main programs of Spanish TV in the 2009-2010 season: *Los Desayunos*, *Espejo Público*, *59 Segundos* and *La Noria* among others. In the conclusion we reflect on the scarce presence of a political deliberation that goes from open ideological confrontation to the construction of consent in Spanish television.

Keywords: Television; politics; deliberation; debate; infotainment; discourse.

1. Introducción

Este artículo recoge parte de los resultados del proyecto de investigación *Televisión y Deliberación Política. La construcción del espacio público a través de los géneros de la realidad en España*, desarrollado por la Universitat Pompeu Fabra, la Universidad de Sevilla y la Universidad de Valencia, dirigido por la Dra. Eva Pujadas y financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (Plan de I+D+i 2008-2011, referencia: CSO2008-02589).

La premisa fundamental de la investigación radica en la idea de que los programas televisivos de los llamados "géneros de la realidad" donde se escenifican dinámicas deliberativas (debates, entrevistas, tertulias) juegan un papel fundamental en la construcción social de la imagen pública de la política. Efectivamente, este tipo de programas proyectan una determinada imagen de la democracia parlamentaria y el papel de los políticos en ella.

Desde los famosos debates televisados entre John F. Kennedy y R. Nixon en 1960 tanto los profesionales del marketing político como los investigadores en comunicación política y los telespectadores en general son conscientes de la centralidad de la televisión en los procesos de construcción de la imagen pública de la política y los políticos.

Sin embargo, las profundas transformaciones del ecosistema mediático desde finales de los años 80 (multiplicación de canales, introducción de canales privados en los países europeos, televisión digital, Internet, etc.), el auge de la mezcla entre información y entretenimiento televisivo (*infotainment*)¹, la denominada "política pop" (Mazzoleni y Sfardini, 2009) y la creciente preocupación por el fenómeno de la desafección política, demandan una revisión a fondo de nuestros conocimientos sobre las conexiones entre televisión y comunicación política.

Nos encontramos en lo que J. Blumler y D. Kavanagh (1999) han denominado "Tercera Edad de la Comunicación Política", donde los ciclos de actualización informativa se han acelerado, los profesionales de

¹ Acerca del nacimiento de los programas de *infotainment* y otros formatos híbridos ver Álvarez Berciano (1995, p. 64-68), Palacio (2001, p. 171-178) y Raphael (2004).

la comunicación política tienen un perfil cada vez más especializado, el discurso político se ha popularizado, la frontera entre los contenidos mediáticos "políticos" y los "no-políticos" se ha diluido, los asesores de comunicación han perdido una parte significativa del "control" sobre la imagen pública del líder político, y el público-elector se ha fragmentado en múltiples y diversos perfiles de audiencia.

En este contexto, el reto para los investigadores en comunicación política es doble. Por un lado, debemos contribuir a una mejor comprensión de las transformaciones mediáticas y políticas señaladas. Pero, paralelamente, necesitaremos también afinar y renovar nuestro instrumental teórico/metodológico, con la finalidad de adaptarlo a la nueva realidad de la comunicación política. En particular, en esta investigación nos centraremos en el estudio de los marcos interpretativos que difunde la televisión acerca de la política y los políticos.

El objetivo de esta investigación es identificar cómo se representa la deliberación política en los programas de la televisión española donde se discute sobre temas políticos (debates, tertulias y entrevistas). Para ello, se ha desarrollado y "testado" un modelo de análisis que permite el estudio comparativo sobre la construcción de la imagen de la deliberación política en programas informativos y de *infotainment*. La hipótesis fundamental de partida es la siguiente: que existen diferencias significativas en la representación de la deliberación política entre los programas informativos y los programas de *infotainment*.

2. Marco teórico. La expansión de los límites de la comunicación política

Tradicionalmente, los objetos de estudio preferentes de los investigadores que han abordado las relaciones entre televisión y comunicación política han sido los informativos, los debates (en particular los debates electorales) y los spots de las campañas electorales (Mutz, 2001, p. 231), y podemos sumar también a este "núcleo duro" de objetos de estudio el marketing político (Maarek, 1997).

Este conjunto de objetos de estudio centrales en la tradición de los estudios en comunicación política presenta determinados rasgos distintivos: se ha tendido a centrar el foco, fundamentalmente, en los formatos televisivos "serios" (informativos, debates), en las épocas de campaña electoral y/o en los mensajes más "controlados" por el político y su partido o equipo de campaña (spots electorales, marketing político).

Frente a este enfoque tradicional o canónico, la "tercera edad" de la comunicación política ha ido de la mano de la emergencia de una nueva corriente, prácticamente contrapuesta a la anterior, donde los objetos de estudio preferentes son los formatos televisivos "no-serios" (programas de entretenimiento - *infoshows*, *talk shows*, *late shows*- y de ficción), los periodos de "normalidad" política, al margen de las épocas de campaña electoral, y/o los mensajes poco o nada controlados por los propios políticos y sus

asesores de comunicación (desde los formatos de entretenimiento y ficción televisiva, mencionados anteriormente, hasta el *user generated content* de los internautas en la Web, especialmente en las redes sociales y YouTube).

Tal como señalan Blumler y Kavanagh (1999, p. 213), en la nueva era de la comunicación política el mensaje político resulta a menudo "inadvertido" y "diluído", en el sentido de que "puede emerger en cualquier lugar y en cualquier momento, y no siempre en los géneros o formatos que son considerados 'políticos'". En este sentido, parece natural la emergencia de una nueva ola de investigadores particularmente interesados en la "política pop", el *politainment* y, en general, los contenidos políticos que quedan más allá del "radar" de los formatos informativos y el marketing político estándar.

A nivel internacional, algunos de los referentes de esta corriente son J. Street (1997), L. Van Zoonen (2005) y Mazzoleni y Sfaridini (2009), acerca de política y cultura popular; Brants y Neijens (2001) y Corner y Pels (2003), acerca de *infotainment* y política; el enfoque crítico de B. Franklin (2004), y el trabajo de Holbert et al. (2003) sobre la representación de la política en la popular serie de ficción televisiva *The West Wing*; así como las reflexiones sobre la nueva construcción de la imagen del político como celebridad de Marshall (1997, p. 203-240), Street (2003), Corner (2000), Ellis (2009) y Sternberg (1998). Cabe referir también, cerca de este ámbito, algunos aspectos de los últimos trabajos de G. Lakoff (2009: cap. 1, acerca de política y narrativa popular) y H. Jenkins (2006: cap. 6, acerca de narrativa transmediática, política y cultura participativa).

A nivel nacional, cabe destacar los pioneros trabajos de S. Berrocal sobre *infotainment* y política en la televisión española, del fenómeno *Caiga Quien Caiga* en adelante (2003, 2009), los análisis sobre la popular sátira política *Polònia* de la televisión catalana (Ferré-Pavia y Gayà-Morlà, 2010; Sintés, 2010), y el trabajo de Rodríguez-Virgili, Sádaba y López-Hermida sobre ficción audiovisual y comunicación política (2010)².

Si lo observamos desde cierta distancia, un denominador común llama la atención en esta nueva corriente de estudios en comunicación política: la escasez de análisis comparativos de programas de entretenimiento/ficción y programas informativos "serios" (y/o correspondientes a la época de campaña electoral). Así, si los investigadores en comunicación política del "núcleo duro" (campañas electorales, programas informativos, debates televisivos "serios") se "olvidaron" de los géneros de entretenimiento y ficción y de las conexiones entre comunicación política y cultura popular, da la impresión de que los investigadores afines al enfoque alternativo, a la inversa, están dejando demasiado de lado los programas

² Dejamos aquí aparte los estudios sobre comunicación política, Internet, redes sociales y *user-generated content*, que aunque en diversos aspectos resultan afines a la nueva corriente de estudios sobre "política pop" y entretenimiento televisivo, al mismo tiempo suponen un campo de estudio claramente diferenciado.

informativos "serios" y la comunicación electoral. Es como si ambas vertientes de la comunicación política estuvieran "condenadas" a estudiarse por separado. Pero ¿por qué?

Tal vez un motivo de ello radique en la fuerte polarización que marcó los inicios de los estudios sobre televisión y comunicación política, inducida p. ej. desde el crítico *Amusing ourselves to death* de N. Postman (1991). En cualquier caso, si lo que nos interesa, fundamentalmente, es profundizar sobre los procesos de construcción mediática/televisiva de la imagen pública de la política, necesitamos, cada vez más, modelos de análisis integradores, versátiles, que permitan abordar estudios comparativos sobre la imagen pública de la política en programas informativos y programas de *infotainment*.

Con la finalidad de realizar una contribución en este sentido, en este artículo proponemos un modelo de análisis transversal a programas informativos y programas de *infotainment*, que debe permitir extraer conclusiones sobre la imagen pública de la política a partir de la detección de recurrencias y divergencias significativas entre ambos tipos de programas televisivos. A continuación presentamos dicho modelo de análisis, utilizado en el proyecto de I+D referido anteriormente: *Televisión y Deliberación Política. La construcción del espacio público a través de los géneros de la realidad en España* (CSO2008-02589).

3. Propuesta metodológica

La metodología utilizada en esta investigación ha sido el análisis semiótico del discurso (Greimas, 1971; Eco, 1977; 1981; 1992, p. 29-32; 1995, p. 48-71; Courtés, 1997). En los últimos años esta perspectiva de análisis parece haber perdido popularidad, debido a la importancia que se ha asignado al poder de descodificación del receptor. Ahora bien, no podemos olvidar la responsabilidad del texto en relación a los valores vehiculados y prescritos. Es decir, el texto en sí, independientemente de las lecturas que se puedan desprender de él, es la base de la interpretación del espectador, aquello que centra y guía su lectura. Así pues, creemos que el estudio riguroso y detallado del texto mantiene su relevancia.

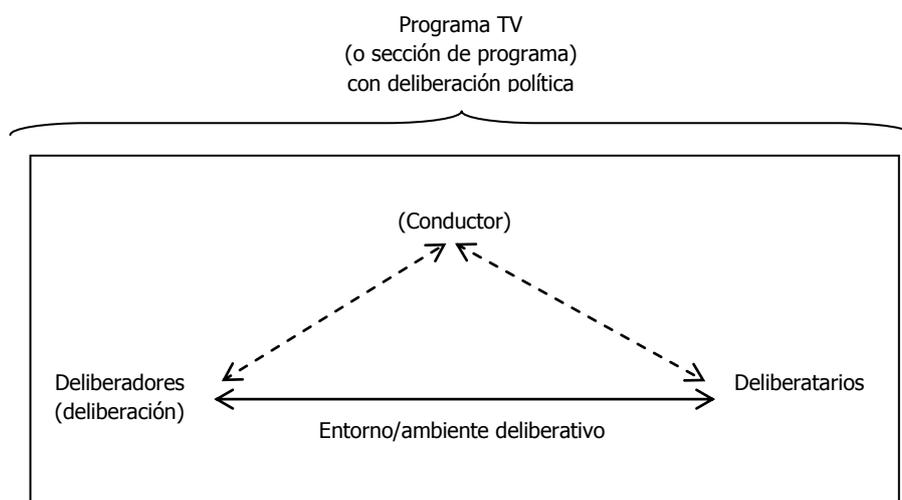
Para llevar a cabo este trabajo se ha desarrollado un modelo de análisis semiótico específico para los intereses de esta investigación. Dicha metodología se compone de un modelo estructural de roles discursivos y un conjunto de variables o "estratos" de significación, que se describen a continuación.

Para analizar de forma coherente la imagen global de la política que se desprende de programas informativos y de *infotainment* se requiere, en primer lugar, de un modelo de estructura profunda común a ambos tipos de programa (acerca de la noción de "estructura profunda" del discurso, ver: Greimas y Courtés, 2006, p. 194 y p. 319).

En estos programas, cuando se aborda un tema político se produce una representación metafórica de la deliberación democrática, donde una serie de invitados/contertulios adoptan el papel de "deliberadores"

("parlamentarios"), el público del plató y los telespectadores suelen adoptar el papel de "deliberatarios" (es decir, auditorio de la deliberación y, al mismo tiempo, grupo social afectado por los temas debatidos)³, el conductor del programa asume el rol de "mediador" entre los deliberadores (y entre éstos y el público/espectadores) y, finalmente, la escenografía y ambientación del plató televisivo, junto a las eventuales reglas de interacción del programa, materializan una determinada dinámica o estilo de deliberación característico del programa, así como un determinado clima, entorno o ambiente deliberativo. Así pues, en el análisis sobre la construcción televisiva de la imagen pública de la deliberación política es conveniente comenzar por un análisis "desmenuzado" sobre la imagen del "deliberador", de los "deliberatarios" y del "entorno/ambiente deliberativo" donde se produce la discusión. El esquema de la Figura 1 permite visualizar este modelo estructural.

Figura 1. Modelo estructural de la representación metafórica de la deliberación política, común a programas deliberativos informativos y de *infotainment*



³ El término "deliberatario" deriva del concepto semiótico de "enunciario" o destinatario de la enunciación (Greimas y Courtés, 2006: 148).

Se debe señalar que los roles "deliberadores" y "deliberatarios" se establecen aquí como posiciones sintácticas, "abstractas", de tal forma que el rol de "Deliberador" no es necesariamente ejercido por políticos sino que también puede ser desempeñado, por ejemplo, por periodistas, profesores universitarios o incluso ciudadanos anónimos, según el programa, mientras el rol de "Deliberatario" habitualmente se relaciona con la representación de la ciudadanía, aunque no es necesariamente ejercido por ciudadanos anónimos sino que podría ser desempeñado por cualquier tipo de colectivo (incluidos los políticos), siempre y cuando éste ocupe, estructuralmente, la posición del destinatario de la deliberación, aquel sujeto al que afectan las cuestiones políticas debatidas en el programa y que no forma parte del núcleo deliberativo (al margen de si el programa le permite participar puntualmente en el debate o no).

Por otro lado, al abordar el análisis de la construcción televisiva de la deliberación política es importante distinguir entre la proyección del dispositivo del programa como "discurso" sobre la política vs. los discursos de los políticos que ejercen de contertulios en el programa (o los discursos de los contertulios en general).

En este estudio apostamos por mantener el foco centrado en el diseño del programa, dejando al margen o en todo caso en segundo plano "lo que dicen" los contertulios. Se trata de analizar el discurso sobre la política que transmite el dispositivo del programa, lo cual es relativamente independiente de las temáticas debatidas y los discursos de los contertulios alrededor de las mismas. Ello supone plantearse un objeto de análisis de carácter más estable/invariante en las sucesivas emisiones del programa. Dicho de otra manera, no se trata de analizar el discurso de los políticos sino el discurso del programa televisivo sobre la política.

Para poder desarrollar un análisis preciso y minucioso del discurso del programa, se llevó a cabo una detallada estratificación (Casetti y Di Chio, 1996, p. 36): la definición de diversos estratos o "capas" compositivas que, conjuntamente, hacen cristalizar un determinado perfil simbólico del deliberador, la deliberación política y los deliberatarios en un programa televisivo.

El conjunto de estratos analizados responden a tres ámbitos fundamentales de análisis: puesta en escena televisiva, estilos de interacción (del presentador, los deliberadores y el público/espectadores), el lenguaje audiovisual. En la Fig. 2 se ofrece una tabla que recoge los principales estratos compositivos delimitados. Generalmente, cada uno de estos estratos no contribuye en igual medida a la representación del deliberador, la deliberación política y los deliberatarios. En este sentido, en la tabla también se señala la "dominante" relativa de influjo semántico mediante una "x":

Tabla 1. Principales estratos compositivos considerados para el análisis del discurso del dispositivo televisivo sobre la política

| | Deliberador/es | Deliberación / Entorno deliberativo | Deliberatarios |
|--|----------------|-------------------------------------|----------------|
| Puesta en escena. Escenografía del programa, decoración, vestuario. | x | x | x |
| Alusiones-tipo del presentador respecto a invitados o público, recurrentes o significativas | x | | x |
| Estilo de conducción del debate/entrevista por parte del presentador | x | x | |
| Reglas/regularidades del programa respecto a selección de invitados y relaciones entre ellos (incluyendo proporciones de posturas ideológicas) | x | x | |
| Reglas explícitas del programa respecto a dinámicas de interacción de los invitados | x | x | |
| Presencia de público en plató | | | x |
| Posibilidades de intervención del público/espectadores en la deliberación | | | x |
| Espectador-modelo al que se dirige el programa | | | x |
| Estilo de realización audiovisual | | x | |
| Estilo infográfico | | x | |
| Estilo sonoro/musical | | x | |

Recordemos que el modelo estructural y los estratos compositivos planteados en esta propuesta metodológica resultan hábiles para su aplicación tanto a programas deliberativos "serios" como de *infotainment*.

A continuación se ofrecen los resultados más significativos de la aplicación de nuestro modelo de análisis a los principales programas de la televisión española pertenecientes a los "géneros de realidad" que contenían deliberación sobre temas políticos y estaban en emisión durante el mes de abril del 2010. Se tomaron en cuenta las cadenas de cobertura estatal y también una selección de programas de ámbito autonómico.

Los programas analizados fueron los siguientes:

- Programas informativos: *Los Desayunos* (TVE-1), *Els Matins* (TV3), *El Meridiano* (Canal Sur), *La Tertulia* (Canal 9), *Àgora* (TV3) y *Banda Ancha* (TV3).

- Programas de *infotainment*: *Espejo Público* (Antena 3), *Las mañanas de Cuatro* (Cuatro), *El programa de Ana Rosa* (Telecinco), *59 Segundos* (TVE-1), *Debate al límite* (LaSexta) y *La Noria* (Telecinco).

Esta clasificación se basa en criterios formales y de contenido. Así, consideramos programas informativos aquellos que siguen las convenciones clásicas del género, se centran plenamente en temas de las llamadas *hard news* (política, economía, etc.) y en el tratamiento de los contenidos siguen los principios canónicos del periodismo, además de estar presentados por periodistas de reconocido prestigio. Los programas de *infotainment* son formatos híbridos que combinan convenciones de los géneros informativos y del espectáculo televisivo, mezclan los temas de la información política con otros contenidos de las *soft news* (prensa rosa, crónica de sucesos, etc.), utilizan un tratamiento ligero, sensacionalista, dramatizado y/o lúdico de los contenidos (p. ej., formato de semi-concurso televisivo en *59 Segundos* y *Debate al límite*) y que pueden ser presentados tanto por periodistas como por conductores habituales de programas de entretenimiento.

4. Principales resultados del análisis

En este apartado del trabajo recogemos los principales resultados del análisis. Para una mayor claridad, este apartado se ha organizado temáticamente y de forma que sobresalgan, fundamentalmente, las recurrencias y contrastes más significativos entre los programas informativos vs. los programas de *infotainment*.

En cuanto a la organización de los resultados, abordaremos primero la representación del deliberador (atendiendo especialmente a la presencia del político). Después, pasaremos a exponer los resultados sobre la representación de la deliberación política. Finalmente, se hablará de la representación de la participación de la ciudadanía.

4.1. Construcción televisiva del político como "deliberador"

- *Periodistas y "expertos" vs. Políticos*

Un primer contraste que llama la atención entre los dispositivos de deliberación televisiva "seria" y los programas de *infotainment* se refiere al perfil predominante de los deliberadores (contertulios). En la mayoría de los programas informativos analizados (*Los Desayunos*, *El Meridiano*, *Els Matins* y *La Tertulia*) el perfil prototípico de los contertulios es el de periodista (periodista especializado en política). Tan solo en *Els*

Matins aparece una política con papel fijo/estable en el programa, aunque, significativamente, se trata de una expolítica: la exlíder de ERC Pilar Rahola.

Los casos de *Ágora* y *Banda Ampla* presentan algunos matices particulares:

Ágora responde al clásico paradigma de debate político racional, analítico, profundo, donde los diferentes participantes más que "enfrentarse" entre sí cooperan en un proceso de construcción de conocimiento consensuado y rico en matices. En este programa, no sólo los periodistas sino también los profesores universitarios e intelectuales de diverso perfil (escritores, investigadores) constituyen contertulios-tipo recurrentes. En cambio, los políticos resultan menos habituales en el debate. La menor presencia relativa del político en comparación con otros perfiles de "deliberadores" en un programa del prestigio de *Ágora* puede considerarse un signo poco favorecedor respecto a la imagen pública del político.

En cuanto a *Banda Ampla*, éste se distingue por presentar un original dispositivo deliberativo, donde son los ciudadanos los que adoptan el protagonismo, jugando el rol de "parlamentarios".

Así, se debe observar que tampoco en *Ágora* ni en *Banda Ampla* se concede al político un papel central en cuanto al perfil prototípico del contertulio.

Por el contrario, en los programas de *infotainment* analizados resulta bastante más común encontrar al político como perfil recurrente de sujeto deliberador. Así, por ejemplo en *59 Segundos* resulta relativamente habitual encontrar a Luisa Fernanda Rudi (PP) o Carmen Alborch (PSOE), durante la corta vida en antena de *Debate al límite* se pudo ver en el programa a Antonio Miguel Carmona (PSOE) y Carlos Floriano (PP), y en *La Noria* es habitual la presencia de Pilar Rahola y María Antonia Iglesias (que tuvo cargos de responsabilidad en el gobierno de Felipe González). Si bien en los debates de otros programas de *infotainment* como *El programa de Ana Rosa*, *Espejo Público* y *Las mañanas de Cuatro* la presencia de políticos es nula o simplemente ocasional, desde una visión global se aprecia un considerable contraste entre los debates en informativos y los de programas de *infotainment*, que se puede sintetizar en los siguientes términos:

A mayor "seriedad" (y racionalidad, construcción de consenso, etc.) del debate televisivo, menor recurrencia de la presencia del político.

- Debates vs. Entrevistas

Muchos de los programas analizados contienen no sólo un debate/tertulia sobre cuestiones políticas, sino también una sección de entrevista. En este sentido, observamos que tanto en los programas informativos como en los de *infotainment* la figura del entrevistado corresponde con mucha frecuencia a un político.

Así, mientras la participación del político en los debates televisivos resulta, como hemos visto, desigual, variando en función del tono de mayor o menor "seriedad" del mismo, en las entrevistas donde se abordan cuestiones políticas el político sí obtiene plenamente el protagonismo televisivo.

Ello sucede tanto en programas informativos como *Los Desayunos*, *El Meridiano* o *Ágora*, como en programas de *infotainment* como *Espejo Público* o *La Noria*.

En relación con todo ello, cabe tener en cuenta que el formato de debate/tertulia es el más cercano a la deliberación política ("parlamentarismo"), en tanto que plantea una interacción colectiva, mientras las secciones de entrevista poseerían un menor grado de desarrollo deliberativo en este sentido. A tenor de esto, se puede establecer la siguiente consideración:

A mayor grado de interacción colectiva en la deliberación televisiva donde se abordan temas políticos, menor recurrencia de la presencia del político.

Asimismo, es interesante observar que en las entrevistas predomina la función de vigilancia del poder, de manera que se representa al político más como un agente social susceptible de ser vigilado que como un participante de debates y reflexiones democráticas.

- *Relativo equilibrio ideológico*

Al margen de la pluralidad en relación con la visibilidad de los diferentes partidos políticos en la televisión española (lo cual demandaría un estudio de caso por separado), si nos ceñimos a la representatividad de las grandes perspectivas ideológicas (izquierda / derecha) en los programas analizados, no se aprecian desequilibrios significativos al respecto en la selección de contertulios.

Se pueden apreciar ciertas decantaciones ideológicas en algunos programas pero, en términos generales, existe un relativo equilibrio entre invitados de izquierdas y de derechas, tanto en los programas informativos como de *infotainment*.

- *Falta de rigor, precisión, productividad y lealtad (el caso de 59 Segundos)*

Puede ser interesante dedicar una breve reflexión aparte acerca del debate político más popular en el panorama televisivo durante la época analizada: el programa *59 Segundos*.

59 Segundos se caracteriza fundamentalmente por la emblemática "regla de juego" del programa: el contertulio tiene un límite de 59 segundos por intervención. Si se sobrepasa este límite de tiempo, el micrófono baja automáticamente, de forma que la presentadora no necesita intervenir tan a menudo como en otros programas de corte similar para solicitar "brevedad" a los participantes.

A nivel discursivo, las reglas de *59 Segundos* deslizan algunas presuposiciones negativas respecto a la imagen pública del político:

Cuando el programa cursa una invitación a un político o periodista político para participar en el debate en el fondo "obliga" a éste a asumir un perfil muy determinado si acepta: el perfil de un tipo de actor social que, a diferencia de otros, se presupone que "necesita" que le sea aplicada una férrea disciplina para que sus aportaciones al debate no tiendan a resultar demasiado "imprecisas" o "vagas", demasiado "prolongadas" y/o demasiado "poco leales/respetuosas" con el turno del contertulio. Dicho de otra manera, en *59 Segundos* desfilan, en sus sucesivas emisiones, políticos y periodistas políticos de muy diversas características, pero el programa proyecta sobre todos ellos un perfil prototípico común: de todos ellos el dispositivo televisivo lleva a presuponer que carecen o no poseen el suficiente grado de los valores de "disciplina", "rigor", "precisión" y "productividad" en sus discursos, y de "lealtad" hacia los otros contertulios.

Asimismo, en clave metafórica se puede reparar en que la aplicación de reglas de absoluto rigor e inflexibilidad se asocia culturalmente a tres tipos de sujetos: "niños", "jugadores" o "concurstantes" y "delinquentes". Esto puede dar lugar a connotaciones al menos inquietantes en relación con la imagen pública del político.

Sin entrar a valorar si este tipo de proyecciones simbólicas se ajustan de forma más o menos "fiel" o si hacen más o menos justicia a la realidad política del país, lo que nos interesa en el marco de este estudio es el hecho de que, en programas como *59 Segundos*, tras la superficie un tanto ingenua de "juego" o "concurso" pueden radicar algunos síntomas preocupantes en cuanto a la percepción social de los políticos y la política.

4.2. Construcción televisiva de la imagen de la deliberación política

- ¿Confrontación o Consenso?

En la representación metafórica de la deliberación política que tiene lugar en los programas de *infotainment* analizados, un denominador común resulta especialmente destacable: el marcado acento de "confrontación" en el debate.

Una escenografía del plató que remarca dos "bandos" enfrentados (p. ej. en *La Noria* y *Debate al límite*), preguntas "dicotómicas" del presentador que orientan continuamente el debate hacia una dinámica de posicionamientos contrapuestos y argumentos contradictorios (de nuevo en *La Noria* y *Debate al límite*), la ausencia o escasez de resúmenes integradores o articulación sintética de las diversas perspectivas por parte del presentador (en los programas anteriormente mencionados y también en *Espejo Público*, *Las mañanas de Cuatro* y *El programa de Ana Rosa*), y una realización televisiva donde escasean los movimientos de cámara de relación entre invitados y en cambio abundan el montaje de "toma y daca" y los

planos de *split-screen* ("pantalla partida") (en *59 segundos*, *Debate al límite* y *La Noria*), son algunos rasgos recurrentes en los debates de los programas de *infotainment* analizados, que confluyen en la acentuación del componente de confrontación.

Pero no es sólo la acentuación de la confrontación lo que caracteriza la dinámica deliberativa en los programas de *infotainment* analizados, sino, al mismo tiempo, la ausencia de procesos de construcción de consenso. Es decir, se dramatiza la confrontación pero, lo que es más importante, se desvincula a ésta de una posible construcción de consenso.

En el extremo opuesto, en la mayoría de programas informativos analizados parece que se rehúye la confrontación polarizada de pareceres entre los contertulios. En buena medida a causa del propio dispositivo escénico y el estilo de conducción de los presentadores, en estos programas predominan las intervenciones de los invitados de carácter semejante o complementario, en lugar de contradictorias, y a veces parece que se parte ya de un consenso dado de antemano.

Dos casos particulares en este ámbito son los de *Los Desayunos* y *La Tertulia*. En *Los Desayunos* no sólo se rehúye la confrontación sino también, prácticamente, el diálogo. Los invitados nunca conversan directamente entre ellos, sino que sus intervenciones vienen precedidas y seguidas por los comentarios de la presentadora. Por su parte, en *La Tertulia* se aprecia falta de confrontación dialéctica debido a una cierta decantación pro-gubernamental de las opiniones de los contertulios en líneas generales.

Asimismo, a modo anecdótico en el programa *Ágora* resulta común que los propios invitados se apresuren a "suavizar" posibles conatos de confrontación, con expresiones como "... pero no estoy contradiciéndote".

En general, los rasgos comunes y más distintivos de programas informativos como *Los Desayunos*, *La Tertulia* y *Ágora* son el tono de "consenso" y la asociación de éste a una cierta "omisión/suavización" de cualquier tipo de confrontación dialéctica.

En síntesis, parece que se está produciendo aquí una articulación de "confrontación sin consenso" (en los programas de *infotainment*) y "consenso sin confrontación" (en los programas informativos).

No deberíamos olvidar que la confrontación intensa de ideologías y programas políticos es algo consustancial a la propia política, y sin embargo en los programas televisivos ésta se está desvinculando de la posibilidad de la "construcción de consenso" y se está asociando sistemáticamente al "entretenimiento" y la "frivolidad", e incluso al "juego" (*59 Segundos*, *Debate al límite*). En cierto modo, se "echa en falta" una cultura de televisión política donde se aúnen una confrontación política "fuerte" y, posteriormente, una construcción progresiva de consenso, en lugar de un consenso casi dado de antemano.

- *Consenso y racionalidad vs. Opinión y divergencia ideológica*

En relación con el punto anterior, podríamos considerar que tampoco el consenso es algo necesariamente consustancial a una deliberación política seria y fructífera. La deliberación política no es lo mismo que la investigación científica; en política no se busca la aproximación a explicaciones ("verdades") de validez universal sino que existen diversas perspectivas ideológicas o "maneras de hacer" y ni es pertinente entrar a dirimir cuál de ellas es "mejor" o más "verdadera", ni tampoco es necesario encontrar consensos plenos entre los diferentes políticos/partidos sobre cuál es la mejor manera de actuar en cada coyuntura social.

Sin embargo, a la hora de construir su propia marca de "seriedad", los programas informativos que hemos analizado se aproximan más a una lógica pseudo-científica que a la propia lógica de la deliberación política. Esto se puede observar en rasgos ya comentados anteriormente, como la ocultación o "suavización" de las dinámicas de confrontación dialéctica y la importancia que se concede al consenso.

Los programas de *infotainment* sí dan cabida generalmente a la confrontación dialéctica abierta, pero ello, en combinación con lo anterior, incide todavía más en el "descrédito" de la confrontación ideológica como legítima parte de una deliberación política seria, como si fuera imposible o extraño articular "confrontación" y "divergencia ideológica intensa" con lo "serio" y lo "constructivo".

Así, mientras los programas informativos analizados se abonan a la racionalidad, la complejidad, lo abstracto y la búsqueda de consenso pleno (el caso más paradigmático aquí sería *Ágora*), en los programas de *infotainment* (*Espejo Público*, *59 Segundos*, *La Noria*, etc.) priman las opiniones y el afloramiento de divergencias ideológicas intensas, pero siempre en un ambiente de cierta "ligereza", "frivolidad" y/o "visceralidad" (incluyendo el característico griterío en programas como *La Noria*).

Probablemente, el "problema" no es sólo que el *infotainment* ha tomado elementos de la deliberación política imprimiéndoles un matiz ligero/frívolo, sino también que los programas "serios" parecen haberse desmarcado de algunos elementos connaturales a la deliberación política (opinión, divergencias ideológicas fuertes), dejándolos al margen de lo que televisivamente parece prescribirse como un debate político verdaderamente-serio.

- *Consenso y racionalidad vs. Sanción*

Los programas informativos parecen rehuir las intervenciones orientadas a "sancionar": juzgar si un político o una determinada política ha resultado acertada o no, evaluar posibles medidas de incentivación o castigo, etc. Se centran, en cambio, en dinámicas deliberativas de "explicación", "análisis", "ejemplificación", "argumentación", etc.

En cambio, en los programas de *infotainment* resultan muy habituales las preguntas del presentador que conducen a los invitados a "sancionar", juzgar lo que otros han hecho, posicionarse a favor o en contra de

determinados hechos ya acontecidos y/o plantear un reconocimiento positivo o bien medidas punitivas, según el caso. Esto es particularmente común, por ejemplo, en *Espejo Público*, *La Noria* y *Debate al límite*. En el fondo, la actividad sancionadora forma parte de la vida política normal (actividad legislativa, dirección de las fuerzas del orden y seguridad ciudadana, etc.) y no es algo consustancialmente "frívolo" pero, por algún motivo, este tipo de actividad sobresale en los debates de *infotainment* y, en cambio, resulta mucho menos visible en los programas de debate político "serio". De nuevo, un rasgo de la actividad política que no "encaja" fácilmente con el *frame* pseudo-científico (los científicos investigan pero no "sancionan") parece repellido en la representación televisiva de la deliberación "seria".

En definitiva, no sólo la conexión entre política y entretenimiento presenta el riesgo de "banalizar" la imagen de la política, sino también la casi-excluyente asociación televisiva entre "seriedad" y "cientificidad" (en acepción positivista), unida al desmarque de la "seriedad televisiva" respecto a elementos como la opinión, la confrontación ideológica intensa y, también, la deliberación orientada a la actividad sancionadora.

- *Rings, juegos y salas de estar vs. platós de informativos, mesas de trabajo y escenarios de la Grecia clásica*

Por otro lado, cabe observar los contrastes más significativos en cuanto a la escenografía de los programas informativos vs. los programas de *infotainment*.

En primer lugar, los principales modelos escenográficos que enmarcan la deliberación política en los programas de *infotainment* son la casa y la sala de estar (en programas como *El programa de Ana Rosa* y *Espejo Público*), el "ring", a causa de la fuerte confrontación de "bandos opuestos" que se escenifica en algunos programas (*La Noria*, *Debate al límite*), y espacios próximos al plató de concursos (casos de *59 Segundos* y, también, *Debate al límite*).

En cambio, los patrones escenográficos que envuelven la deliberación política en los programas "serios" son el modelo del plató de informativos televisivos (*Los Desayunos*, *El Meridiano*, *Els Matins*), a veces con elementos significativos relativos a un espacio de trabajo (oficina, escritorio), como los periódicos esparcidos sobre la mesa en *El Meridiano*, y también diseños escenográficos que evocan la cultura clásica: en *Ágora*, el conjunto escenográfico central remite a la arquitectura del teatro griego: el semicírculo de gradas donde se situaba el público ("koilon"), el espacio circular central donde acostumbraban a situarse los coros ("orquesta") y el espacio escénico rectangular ("proskenion" y "skéné"). Asimismo, cabe destacar la fuerte recurrencia de aspectos plásticos como las formas redondeadas y el gran predominio de los colores azul y blanco en la escenografía de todos los programas informativos analizados. La significación cultural del círculo y el acorde cromático azul-blanco apuntan, conjuntamente, hacia valores como

"racionalidad" y "abstracción", aunque también, paralelamente, pueden sugerir cierta "frialidad", "distanciamiento".

Así pues, los principales contrastes axiológicos entre los programas informativos vs. los programas de *infotainment* en cuanto al diseño escenográfico responden, esencialmente, a lo siguiente: "entorno profesional (trabajo) vs. entorno doméstico (sala de estar)", "esfuerzo vs. confort o juego", "ambiente impersonal vs. ambiente personal/intimo", "conversación armónica vs. confrontación", "clasicismo vs. modernidad/sofisticación", "antigüedad/Historia vs. futuro", "racionalidad vs. emocionalidad" y "frialidad vs. calidez".

Si realizamos una lectura transversal de los ejes axiológicos podemos detectar algunas correlaciones semánticas de particular interés, a propósito de la forma de proyectar las nociones de "deliberación seria" vs. "deliberación de *infotainment*" en la escenografía televisiva: por un lado, la "deliberación seria" se asocia a valores como "profesionalidad", "racionalidad" y "esfuerzo", pero también permanece adscrita a rasgos no tan positivos como "impersonalidad", "antigüedad" o "frialidad". Por otro lado, la "deliberación de *infotainment*" está adscrita a lo "doméstico", la "confrontación" y la "emocionalidad" o "no-racionalidad", pero, al mismo tiempo, este tipo de programas parecen haberse "apropiado" de valores que no son exclusivos de los géneros de entretenimiento, como "proximidad", "calidez", "modernidad", "futuro".

4.3. Construcción televisiva del ciudadano

- Grado de protagonismo de público y espectadores

En la gran mayoría de los programas informativos analizados (*Los desayunos*, *La tertulia*, *El meridiano*, *Ágora*, *Els Matins*) destaca la ausencia de público en plató. Así pues, en estos programas se construye un espacio de debate y deliberación poblado por políticos, periodistas y expertos en el que el ciudadano prácticamente no tiene cabida, evocando metafóricamente la idea de "reunión en la cumbre".

En cambio, en los programas de *infotainment* la presencia de público en el plató es más habitual (*Espejo Público*, *La Noria*, *El programa de Ana Rosa*, *59 segundos*), aunque su protagonismo varía. Encontramos programas en los que el público es prácticamente invisible (*El programa de Ana Rosa* durante la tertulia política, *59 segundos*), otros en los que es visible pero no tiene ningún papel activo (*Espejo Público*) y, finalmente, casos en los que el público es visible y sanciona (mediante aplausos y gritos) las afirmaciones de los invitados (*La Noria*).

En relación a la participación de los espectadores, la mayoría de los programas informativos analizados no incluyen vías de participación. La excepción es *Els Matins*, en el que los espectadores pueden participar de

tres maneras distintas: se pide su opinión respecto un tema de actualidad mediante una votación, el envío de comentarios a través de SMS e Internet (que aparecen sobreimpresos en la pantalla durante el debate político y que también son comentados por un colaborador al final del debate) y en cada programa se incluye una intervención telefónica de un espectador.

En la mayoría de los programas de *infotainment* se abre alguna vía de participación de los espectadores: envío de comentarios a través de SMS (*Espejo Público, La Noria*), encuestas (*Espejo Público, La Noria*), intervenciones telefónicas (*Las mañanas de Cuatro*) o e-mails (*Debate al límite*). Ahora bien, el peso que tienen estas intervenciones varía mucho en cada programa. Habitualmente los programas se hacen eco de los resultados de las encuestas, pero no de los comentarios en SMS ni los e-mails, que pasan desapercibidos.

- Banalización de la representación de la participación ciudadana en los programas de infotainment

Aunque en los programas de *infotainment* se incorpora la imagen del ciudadano en forma de público en el plató e intervenciones de los espectadores, el análisis nos revela que en realidad en estos programas se da una cierta banalización de la participación ciudadana.

En primer lugar, en la mayoría de programas la presencia de público es meramente decorativa. En el caso de *La Noria*, el público sí cumple un papel en la deliberación (sancionar mediante aplausos y gritos), sin embargo el público aplaude por igual a cualquier afirmación contundente, demagógica o populista expresada por cualquier tertuliano (de manera que a menudo aplauden afirmaciones contradictorias). Así pues, en *La Noria* se representa al ciudadano como alguien voluble que sucumbe fácilmente a la retórica efectista.

En segundo lugar, aunque como hemos visto anteriormente, en muchos de estos programas se incluyen vías de participación de los espectadores, generalmente se trata de un mero recurso "cosmético". Por ejemplo, en *La Noria* se solicitan SMS pero ni el presentador ni los contertulios hacen referencia a éstos, en *Debate al límite* se pide la opinión de los espectadores a través del e-mail, pero no hace uso de ella en ningún momento durante el programa, etc. Únicamente las encuestas merecen la atención del programa, de manera que se construye al espectador/ciudadano como "masa".

- Polarización en la representación de los ciudadanos en los programas informativos

Anteriormente se ha señalado que en la gran mayoría de los programas informativos analizados no había presencia de público en el plató ni la participación de los espectadores. Ahora bien, existe una excepción particularmente reseñable: *Banda Ancha*.

Banda Ancha es un *talk show* en el que se recrea un "parlamento popular". En este programa ciudadanos anónimos discuten sobre temas públicos (políticos, sociales, económicos). Se trata de un programa en el que se valora primordialmente la experiencia personal por encima del conocimiento especializado y teórico de un tema (ver Livingston y Lunt, 1994).

Así pues, se observa en los programas deliberativos informativos una importante polarización en cuanto a la participación ciudadana: o los ciudadanos no tienen participación alguna o bien éstos adoptan el principal protagonismo, asumiendo el rol de deliberadores, sin solución de continuidad.

Esta polarización proyecta un fuerte distanciamiento entre los espacios deliberativos de los políticos/periodistas/expertos y de la ciudadanía. Así pues, los actores de la "política profesional" y los ciudadanos ocuparían espacios aislados y estancos, lo cual se puede relacionar con la idea de desafección política.

5. Síntesis y conclusiones

A modo de recapitulación y síntesis, las siete cuestiones esenciales que se desprenden de los resultados de nuestro análisis son las siguientes:

- 1) A mayor "seriedad" del debate televisivo (debates informativos vs. *infotainment*), menor grado de recurrencia de la participación de políticos;
- 2) A mayor grado de interacción colectiva en la deliberación televisiva donde se abordan temas políticos (debates/tertulias vs. entrevistas), menor recurrencia de la presencia del político. El político se representa más habitualmente como un agente social susceptible de ser "vigilado" que como protagonista de debates y reflexiones democráticas;
- 3) En programas particularmente populares como *59 Segundos* se pueden apreciar, tras la superficie un tanto ingenua de "juego" o "concurso", algunos síntomas preocupantes en cuanto a la imagen pública del político, en relación con la falta o la no-poseción en un grado suficiente de valores como "disciplina", "rigor", "precisión", "productividad" y "lealtad" a los compañeros de deliberación;
- 4) En los programas de *infotainment* se tiende a una "confrontación donde no se alcanza el consenso" y en los programas informativos se tiende a un "consenso sin confrontación", a veces

prácticamente dado de antemano. Resultan inexistentes o en todo caso poco representativas las propuestas de deliberación televisiva que integren confrontación intensa abierta + construcción progresiva de consenso por parte de los invitados;

- 5) No sólo la conexión entre política y entretenimiento presenta el riesgo de "banalizar" la imagen de la política, sino también la sistemática asociación televisiva entre "seriedad" y "cientificidad" (en relación con la noción popular de la ciencia como razonamiento objetivo/positivista). Ello va unido al distanciamiento de la "seriedad televisiva" respecto a elementos como la opinión, la confrontación ideológica abierta y la deliberación orientada a actividad sancionadora, que en la actualidad poseen protagonismo fundamentalmente en los *infoshows*;
- 6) La escenografía de los programas informativos tiende a proyectar una noción de "deliberación seria" distanciada de valores como "proximidad", "calidez", "modernidad" y "futuro". Dichos valores no son incompatibles con una "deliberación seria" y, sin embargo, permanecen adscritos fundamentalmente a los programas de *infotainment*.
- 7) En los programas informativos no se da cabida a la participación ciudadana, mientras que en los programas de *infotainment* ésta resulta banalizada.

Del conjunto de resultados de la investigación cabe destacar el desmarque de los formatos de debate político "serio" tanto respecto a los propios políticos (invitados poco habituales) como respecto a elementos connaturales a la deliberación política, como el intercambio de opiniones parciales y una confrontación ideológica abierta e intensa. Dicho desmarque parece coincidir con la tendencia a un enfoque "cientificista" del debate político "serio", donde se priman la objetividad/imparcialidad y consensos prácticamente dados de antemano y/o que, supuestamente, vayan "más allá" de las diferentes perspectivas ideológicas (y, por tanto, ¿"más allá de lo político"?). Asimismo, también es destacable la ausencia de participación ciudadana en los programas informativos.

Finalmente, un objetivo complementario de este trabajo era definir y testar un modelo de análisis concebido específicamente para el estudio de la construcción televisiva de la imagen pública de la deliberación política que resulte válido tanto para el análisis de programas informativos como para aquéllos pertenecientes al *infotainment*.

A estos efectos, hemos podido comprobar que el planteamiento de un modelo de estructura profunda común a formatos informativos y de *infotainment*, así como el desmenuzamiento de los roles analizados

(deliberadores / deliberación / deliberatarios) han resultado muy útiles para afinar el análisis. Finalmente, la organización de los resultados del análisis en base al contraste entre programas informativos y programas de *infotainment* nos ha permitido arrojar luz sobre aspectos recurrentes y diferenciales entre ambos tipos de programa. Y nos ha permitido, también, detectar algunas lagunas muy significativas en la representación televisiva de la deliberación política: enfoques que no se dan actualmente, de forma sustancial, ni en los programas de un tipo ni en los de otro. En este sentido, destaca la escasa presencia en la televisión española de una deliberación política donde se articulen confrontación ideológica abierta y consenso, en un desarrollo orgánico que vaya desde una (sana) disputa ideológica hasta la construcción de consenso.

Bibliografía

- Álvarez Berciano, R. (1995). "La era Americana del *reality show*. Un territorio intermedio entre información y entretenimiento". *Telos*, 43, 63-70.
- Berrocal, S. (Ed.) (2003). *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Barcelona: Ariel.
- Berrocal, S., y Cebrián, E. (2009). "El 'infoentretenimiento' político televisivo: un análisis de las primeras intervenciones de Zapatero y Rajoy en 'Tengo una pregunta para usted'". *Textual & Visual Media: revista de la Sociedad Española de Periodística*, núm. 2, 41-60.
- Blumler, J., y Kavanagh, D. (1999). "The Third Age of Political Communication: Influences and Features". *Political Communication*, 16 (3), 209-230.
- Brants, K., y Neijens, P. (2001). "The infotainment of Politics". *Political Communication*, 15 (2), 149-164.
- Casetti, F., y Di Chio, F. (1996). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- Courtés, J. (1997). *Análisis semiótico del discurso. Del enunciado a la enunciación*. Madrid: Gredos.
- Corner, J. (2000). "Mediated persona and political culture. Dimensions of structure and process". *European Journal of Cultural Studies*, 3(3), 386-402.
- Corner, J., y Pels, D. (ed.) (2003): *Media and the restyling of Politics*. London: Sage, 2003.
- Eco, U. (1977). *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Ed. Lumen.
- Eco, U. (1981). *Lector in fabula*. Barcelona: Ed. Lumen.
- Eco, U. (1992). *Los límites de la interpretación*. Barcelona: Ed. Lumen.
- Eco, U. (1995). *Interpretación y sobreinterpretación*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Ellis, J. (2009). "The performance on television of sincerely felt emotions". *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 625, 103-115.
- Ferré-Pavia, C. y Gayà-Morlà, C. (2010): "Infotainment y percepción ciudadana de la política: el caso de Polònia". *Razón y Palabra*, núm. 72.
- Franklin, B. (2004). *Packaging Politics. Political communications in Britain's Media Democracy*. London: Arnold.
- Holbert, R. et al. (2003). "The West Wing as Endorsement of the U.S. Presidency. Expanding the Bounds of Priming in Political Communication". *Journal of Communication*, 53 (3), pp. 427-443.
- Greimas, A.J. (1971). *Semántica estructural*. Madrid: Gredos.
- Greimas, A.J., y Courtés, J. (2006). *Semiótica. Diccionario razonado de teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Lakoff, G. (2009). *The Political Mind*. New York: Penguin Books.
- Livingstone, S., y Lunt, P. (1994). *Talk on television. Audience participation and public debate*. London: Routledge.
- Maarek, P. (1997). *Marketing político y comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Marshall, P. D. (1997). *Celebrity and Power. Fame in contemporary culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Mazzoleni, G. y Sfondini, A. (2009). *Politica Pop*. Bologna: Il Mulino.
- Mutz, D. (2001). "The future of Political Communication research: reflection on the occasion of Steve Chaffee's retirement from Stanford University". *Political Communication*, 18 (2), 231-236.
- Palacio, M. (2001). *Historia de la televisión en España*. Madrid: Gedisa.
- Postman, N. (1991). *Divertirse hasta morir. El discurso público en la era del "show business"*. Barcelona: Ediciones La Tempestad.
- Raphael, C. (2004). "The political economic origins of Reali-TV", en Murray, S. y Ouellette, L. (Eds.). *Reality TV. Remaking television culture*. New York: New York University Press, 123-140.
- Rodríguez-Virgili, J., Sádaba, T., y López-Hermida, A. (2010). "La ficción audiovisual como nuevo escenario para la Comunicación Política". *CIC: Cuadernos de Información y Comunicación*, 15, 37-54.
- Sintes, M. (2010). "De la política a la política 'polonitzada'". *Trípodos*, 27, 49-58.
- Sternberg, E. (1998). "Phantasmagoric Labor. The new economies of self-presentation". *Futures*, 30(1), 3-28.
- Street, J. (1997). *Politics and Popular Culture*. Cambridge: Polity Press.

- Street, J. (2003). "The celebrity politician. Political style and popular culture", en Corner, J. y Pels, D. (eds.). *Media and the restyling of politics*. London: Sage, 85-98.
- Van Zoonen, L. (2005). *Entertaining the citizen. When politics and popular culture converge*. Oxford: Rowman & Littlefield.