



ACTAS

**IV CONGRESO INTERNACIONAL
SOBRE ANÁLISIS FÍLMICO**

**NUEVAS TENDENCIAS E
HIBRIDACIONES
DE LOS DISCURSOS AUDIOVISUALES
EN LA CULTURA DIGITAL CONTEMPORÁNEA**

4, 5 y 6 de mayo

**Universitat Jaume I, Castellón
2011**

Iván Bort Gual
Shaila García Catalán
Marta Martín Núñez
(editores)

ISBN: 978-84-87510-57-1

Ediciones de las Ciencias
Sociales de Madrid

Las relaciones entre periodismo y política en la era del info- entretenimiento una aproximación metodológica

ANDREU CASERO RIPOLLÉS Y PABLO LÓPEZ RABADÁN¹
UNIVERSITAT JAUME I

¹ Este trabajo se enmarca dentro del proyecto de investigación I+D “Periodismo y fuentes de información política en España: relaciones y dinámicas comunicativas” (CSO2010-16313), dirigido, como investigador principal, por Andreu Casero (Universitat Jaume I) y financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (Plan Nacional I+D+i 2008-2011).

1. Introducción: el periodismo y la política en la era del infoentretenimiento

La información periodística se configura como un recurso clave en las sociedades actuales. Su importancia se debe al hecho que desarrolla cuatro funciones esenciales. En primer lugar, se alza como un componente esencial en el proceso de construcción de la realidad social (Casero, 2008a), contribuyendo, decisivamente, a definir los horizontes cognitivos de los ciudadanos (Rodrigo Alsina, 2005). En segundo término, configura los contenidos y los límites de la esfera pública, condicionando el debate público (Sampedro, 2000). En tercer lugar, se articula como un material simbólico básico en la estructuración de los procesos de formación de la opinión pública (Grossi, 2007). Y, finalmente, determina las prioridades y preocupaciones de la ciudadanía, estableciendo la agenda (McCombs, 2004).

La trascendencia de estos aspectos justifica la investigación científica de la información periodística. Buena parte del interés académico se ha centrado en analizar su configuración, es decir su discurso, en tanto que instrumento de ejercicio del poder social (Van Dijk, 2009). Otros autores han orientado sus trabajos hacia el estudio de los efectos cognitivos de la información (Wolf, 1994; Saperas, 1987). Sin embargo, no sólo resulta importante prestar atención a estos tópicos, sino que es fundamental conocer los procesos previos que conducen a la elaboración de la información. En este sentido, las relaciones entre los actores políticos y los profesionales del periodismo se sitúan como un objeto de estudio preeminente.

Las interacciones entre el sistema político y el periodístico asumen una extraordinaria importancia, ya que la realidad política que llega a los ciudadanos es fruto de la definición conjunta de ambos ámbitos (Grossi, 1987). Desde posiciones de relativa autonomía, periodistas y políticos despliegan una dinámica de negociación constante (Casero, 2008b; Cook, 1998) que cristaliza en la construcción de la información política. Igualmente, ambos sistemas co-gestionan la esfera pública central, entendida como el espacio dónde los temas y problemas más relevantes socialmente se hacen visibles para el conjunto de la ciudadanía (Sampedro, 2000). En consecuencia, la relación entre el periodismo y la política resulta estratégica y decisiva.

En el contexto actual, esta interacción entre los sujetos políticos y los periodísticos se encuentra marcada por una creciente de la mediatización de la política (Mazzoleni & Schulz, 1999; Kepplinger, 2002; Schulz, 2004; Strömback, 2008; Hjarvard, 2008; Louw, 2010; Ortega, 2011). Fruto de la misma, los medios de comunicación se han convertido en el escenario hegemónico donde se representa públicamente la política. Así, logran imponer sus lenguajes y sus formatos a la política que se ve sometida a numerosas transformaciones. Las reglas del juego propias del sistema mediático privilegian la espectacularización, la simplificación, el predominio de la imagen, la personalización y la dramatización entre otros aspectos. Los actores

los medios de
comunicación se
han convertido
en el escenario
hegemónico
donde se
representa
públicamente la
política

políticos se ven obligados a adaptarse a estos requerimientos si quieren aprovechar las plataformas mediáticas para hacer llegar sus mensajes a los ciudadanos.

El marco en el que se sitúa la relación entre el sistema periodístico y el político se encuentra, así, presidido por la hegemonía del infoentretenimiento (*infotainment*). Este fenómeno, que implica una fusión entre información y entretenimiento, constituye una tendencia al alza actualmente (Brants, 1998; Delli Carpini y Williams, 2001; Thussu, 2007). El peso de los valores mercantiles y comerciales desliza la política hacia el terreno del espectáculo para captar audiencias numerosas. Este fenómeno se traduce en el predominio de los temas suaves (*soft news*), como curiosidades, trivialidades, sucesos o cuestiones de interés humano, frente a los temas duros (*hard news*) que tienen que ver con los asuntos de fondo que afectan al funcionamiento institucional de una sociedad. A causa de ello la política pierde espacio en la información periodística ante la competencia de temáticas más próximas a la diversión. Además, el infoentretenimiento refuerza una presentación de la política en clave dramática y espectacular o vinculada a aspectos superficiales. Algo que la sitúa en el terreno del sentimentalismo y la emotividad (Dader, 2009). La creciente inclusión de la vida privada de los líderes políticos como argumento informativo es un buen ejemplo en este sentido (Casero, 2009a).

Partiendo de este escenario, la finalidad de esta comunicación es ofrecer una aproximación a la relación entre periodistas y políticos entendida como un objeto de estudio científico. Por ello, se plantea una propuesta metodológica completa destinada al análisis de esta cuestión.

2. Una aproximación metodológica a la investigación de las relaciones entre el periodismo y la política

2.1 Justificación

Las razones que justifican la investigación de este objeto de estudio se pueden concretar en dos puntos, principalmente. En primer lugar, nos encontramos ante una temática dotada de una gran importancia, puesto que la información política constituye un elemento clave para el ejercicio de la ciudadanía en la sociedad actual. En este sentido, la información periodística resulta un recurso fundamental para participar en la vida política, para conocer la realidad de nuestro entorno y elaborar nuestra propia visión del mundo y para tomar parte en el proceso de formación de la opinión pública. Al difundir los acontecimientos, problemas, soluciones y puntos de vista más relevantes, permite que los ciudadanos participen, informada y racionalmente, en el proceso de toma de decisiones colectivas.

La función informativa, desplegada por el periodismo, resulta, así, clave para la democracia. Los periodistas, con su cumplimiento, desempeñan un papel esencial en el desarrollo, la profundización y la mejora de la calidad de la democracia (Curran, 2005; Entman, 2010). El periodismo provee, por un lado, una plataforma para el diálogo público y para la articulación y expresión de las opiniones que resulta esencial en términos democráticos (Brants, de Vreese, Möller y Van Praag, 2010) y, por otro, ejercita una función de control del sistema político, dando visibilidad a sus actividades (Schudson, 2008). En consecuencia, la información política adquiere una importancia destacada en las sociedades actuales puesto que

afecta a cuestiones claves como la legitimidad, el consenso, el poder, la influencia, la toma de decisiones y la percepción social de la realidad política.

Teniendo en cuenta la trascendencia de la información política, resulta clave estudiar cómo se configura y se gesta. Para ello, es esencial analizar las relaciones que se establecen entre los periodistas y los actores políticos, entendidos como fuentes de información, puesto que éstas condicionan, categóricamente, el resultado final. Más si consideramos que la construcción de la información política es fruto de la definición conjunta de periodistas y actores políticos. Por lo tanto, conocer con detalle las dinámicas que gobiernan y conforman esta interacción es básico para comprender las condiciones que dan lugar a algo tan importante para la sociedad actual como la información política.

Un segundo motivo que justifica esta investigación tiene que ver con la originalidad de la cuestión tratada. Pese a que los periodistas, entendidos como un colectivo profesional, han sido objeto de diversos estudios científicos tanto a nivel internacional (Weaver, 1998; Willis, 2010) como en España (Diezhandino, Bezunarte y Coca, 1994; Canel, Rodríguez Andrés y Sánchez Aranda, 2000; Ortega y Humanes, 2000; García de Cortázar y García de León, 2000; Martín Sabarís y Amurrio, 2003), el análisis de las relaciones y dinámicas que se establecen entre periodistas y fuentes de información política, entendidas como una negociación constante (Casero, 2008), todavía se encuentra, desde una perspectiva empírica, pendiente de abordar en el contexto español.

2.2 Estado de la cuestión

El estudio de las relaciones que se establecen entre los periodistas y los políticos, considerados como fuentes de información, constituye uno de los principales ámbitos de la investigación científica en periodismo por su carácter central y estratégico dentro el proceso de producción informativa. De hecho, esta cuestión es una de las bases de la corriente del *newsmaking*.

Entre los principales antecedentes, cabe subrayar, primeramente, las aportaciones efectuadas por Gaye Tuchman y Herbert Gans. La primera demostró la preponderancia que asumen las fuentes oficiales, en virtud de su autoridad y legitimidad, en la información periodística, concluyendo que ésta se configuraba como uno de los principales mecanismos al servicio del mantenimiento del statu quo (Tuchman, 1983). Una idea que otros investigadores han reafirmado posteriormente en sus estudios (Manning, 2001; Reich, 2009; Dimitrova y Strömbäck, 2009).

Por su parte, Gans (1980) analizó las interacciones entre periodistas y fuentes de información política en términos de poder, caracterizándolas, metafóricamente, como una danza. Según esta concepción, las fuentes persiguen el acceso a los espacios informativos y los periodistas buscan acceder a las fuentes para obtener información. Aunque ambos pueden liderar el tango, para Gans (1980: 116), son las fuentes quienes más frecuentemente ostentan el mando. Sin embargo, trabajos más recientes sostienen lo contrario. Pese a que las fuentes políticas invitan a los periodistas a entrar en la pista de baile, son los profesionales de la información quienes eligen, en cada caso, con quién van a bailar por su capacidad para condicionar el enfoque (*frame*) o la construcción de la realidad asociada a las noticias (Strömbäck y Nord, 2006: 161).

En definitiva, estas investigaciones plantean que la relación entre periodistas y fuentes políticas es simbiótica (Gurevitch y Blumler, 1981; Borrat, 2006; Ortega, 2011) ya que ambos son recíprocamente dependientes y se necesitan mutuamente, al controlar, cada uno, recursos clave. Los periodistas, al dominar la función de selección, otorgan visibilidad pública a los políticos y orientan los significados asociados a las noticias. Por su parte, las fuentes políticas poseen la información, materia prima de los periodistas, pero también disfrutan del poder de dar legitimidad a las noticias.

Frente a este enfoque, otras investigaciones plantean que el peso del negativismo en la cobertura periodística de la política tiene como consecuencias el deterioro de la relación entre periodistas y fuentes políticas, por un lado, y el aumento de la desafección política de los ciudadanos y la caída del compromiso cívico, por otro (Bennett, Rhine y Flickinger, 1999; Diezhandino, 2007; Avery, 2009). Desde esta óptica, no es la simbiosis, sino la desconfianza el parámetro básico que define la relación entre periodistas y políticos (Brants, De Vreese, Möller y Van Praag, 2010).

Dentro de los antecedentes previos, cabe apuntar el aumento de interés en la investigación internacional que está suscitando la relación entre periodistas y fuentes de información política en los últimos años. Así, cabe destacar la publicación de trabajos que analizan estas interacciones en países como Suecia (Larsson, 2002; Strömback y Nord, 2006), Bélgica (Aelst, Maddens, Noppe y Fiers, 2008), Holanda (Aelst, Brants, Van Dalen, Van Praag, De Vreese y Nuytemans, 2008; Brants, De Vreese, Möller y Van Praag, 2010) o Estados Unidos (Cook, 1998; Bennett, 2004). En España, destacan las visiones teóricas sobre esta temática (Borrat, 1989 y 2006; Ortega, 2003; Diezhandino, 2007; Casero, 2008b), los estudios del grado de politización de la información periodística (Asociación de la Prensa de Madrid, 2008) o los análisis históricos vinculados principalmente a la época de la Transición democrática (Quiroga-Cheyrouze, 2009; García Galindo, 2009; Gómez Mompert, 2009).

Igualmente dentro del estado de la cuestión sobre el binomio periodismo y política, se pueden citar los trabajos centrados en las manifestaciones del control político de la información periodística. Dentro de esta cuestión, encontramos, por una lado, investigaciones que estudian las modalidades, instrumentos y consecuencias del control de la información periodística por parte de los actores políticos (Kernell, 1997; Bennett y Livinstone, 2003; Hallin y Mancini, 2004; Soengas 2007a y 2007b; Casero, 2009b). Por otro, son numerosas las investigaciones que analizan el papel del periodismo como mecanismo de control de la actividad del sistema político a partir principalmente de la teoría del *watchdog* o perro guardian (Martínez Albertos, 1994; Curran, 2005) y las consecuencias del abandono de este rol por parte de los medios de comunicación (Bennett, Lawrence y Livinstone, 2007; Pinto, 2008).

2.3 Finalidad y objetivos

La finalidad principal de esta investigación radica en estudiar las relaciones y dinámicas comunicativas que se establecen entre los periodistas y los políticos, considerados como fuentes de información política, en España. Para ello, se tendrán en cuenta cuatro grandes cuestiones en relación con esta temática:

a) El estudio de las percepciones mútuas entre periodistas y fuentes de información política que engloba aspectos como el tipo de relación que mantienen, los modelos a los que responde (cómo es), las actitudes y percepciones cruzadas y las

motivaciones de ambos actores a la hora de difundir informaciones políticas, principalmente.

b) El estudio de las condiciones de elaboración de la información política que incluye toda una serie de aspectos como la capacidad para fijar la agenda mediática (de qué se habla), la capacidad para fijar el enfoque de las noticias políticas (cómo se habla), el volumen e importancia de las fuentes en la información política, el peso de las fuentes oficiales e institucionales, el grado de importancia que asume la política en los espacios informativos y el peso de todo un conjunto de elementos en la información política como la interpretación periodística, la autorreferencialidad, la espectacularización y la personalización, la politización, la diversidad de opiniones y el pluralismo, principalmente.

c) El estudio de los fenómenos de control desarrollados entorno a la información política que circunscribe aspectos como el ejercicio del *watchdog*, la incidencia de las presiones, el grado de paralelismo político, el grado de autonomía e independencia, el grado de importancia del acceso a la información política, los mecanismos de control puesto en práctica, las motivaciones para recurrir al control y el papel de la influencia política, y de otras influencias, en la cobertura periodística de la política, principalmente.

d) El estudio de las consecuencias derivadas de la información política que abarca las visiones de periodistas y políticos sobre aspectos como los efectos de la información política sobre la ciudadanía, su importancia para la calidad de la democracia, su influencia en el debate público, su incidencia en el proceso de toma de decisiones políticas, su capacidad para establecer las prioridades y preocupaciones de los ciudadanos y su incidencia en el deterioro del compromiso cívico y el aumento de la desafección política en las sociedades actuales, principalmente.

Con todo, los objetivos de la investigación, derivados de estos cuatro bloques, son los siguientes:

1. Conocer las relaciones que se establecen entre los periodistas y las fuentes de información política en España con especial atención a las percepciones mutuas y a los modelos de interacción entre ambos.
2. Conocer el papel y la influencia de los actores políticos, entendidos como fuentes de información, en el proceso de producción periodística de la información política en el contexto español.
3. Conocer la incidencia de los fenómenos del control aplicados a la información política en España por parte de los periodistas y de las fuentes informativas, respectivamente, en opinión de los sujetos implicados.
4. Conocer la influencia de la información política sobre una serie de aspectos centrales en la dinámica y la vida política española como el proceso de toma de decisiones, el establecimiento de prioridades y preocupaciones por parte de los ciudadanos, la estimulación del debate público o el aumento de la desafección política de la ciudadanía, entre otros, en opinión de periodistas y fuentes de información política.

2.4 Diseño metodológico

Esta investigación combina, en su diseño metodológico, el uso de técnicas de naturaleza cuantitativa con técnicas de tipo cualitativo. En ambos casos, se ha optado por el uso de métodos basados en la interrogación como principal

mecanismo para la obtención de datos y evidencias empíricas sobre el objeto de estudio. Así, las técnicas aplicadas son, en primer término, la encuesta cuantitativa y, posteriormente, las entrevistas en profundidad o abiertas. En este sentido, se seguirá, en esta investigación, una estrategia basada en el empleo de la encuesta como mecanismo generador de datos a partir de los cuáles, para profundizar en el objeto de estudio, se recurrirá a entrevistas abiertas basadas en las evidencias obtenidas.

La encuesta, que se aplicará en primer término, se configura como una metodología de investigación plenamente asentada en las ciencias sociales (Alvira Martín, 2004). Se puede definir como una búsqueda sistemática de información en la que le investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados (Díaz de Rada, 2005: 18). Es decir, la encuesta es una técnica de obtención de datos sobre aspectos objetivos (datos) y subjetivos (opiniones y actitudes) basados en la información proporcionada por el sujeto investigado (Piñuel y Gaitán, 1995; Igartua, 2006: 231; Igartua y Humanes, 2004).

En esta investigación se utilizará una encuesta basada en preguntas cerradas en las que el entrevistado elige una respuesta, o varias, entre unas categorías de respuestas predeterminadas. En este sentido, se emplearán tanto preguntas dicotómicas, con respuestas del tipo “sí” o “no”; “acuerdo” o “desacuerdo”, como preguntas de elección múltiple, tanto cuestiones con un mayor abanico de respuestas como cuestiones de estimación basadas en una escala de valoración del 0 al 10 (García Ferrando, 2000). En todos los casos, las categorías de respuesta del cuestionario serán exhaustivas, recogiendo todo el espectro de respuestas posibles, y mutuamente excluyentes (Díaz de Rada, 2005: 103).

En cuanto al trabajo de campo, se aplicará el procedimiento de la entrevista autoadministrada en la red para la realización de la encuesta. Siguiendo la metodología de ejecución de este tipo de entrevista, se introducirá el cuestionario en un sitio web específico para recoger la información y se invitará por correo electrónico a los integrantes de la muestra a participar en la misma. El uso de este procedimiento tiene como principales ventajas la rapidez y el bajo coste, mientras que su gran desventaja tiene que ver la elevada dependencia de la voluntariedad en la respuesta.

La metodología aplicada en esta investigación se basa como segundo pilar en el empleo de la entrevista en profundidad o abierta. Se trata de una técnica de interrogación de naturaleza cualitativa orientada a la captación y análisis interpretativo de los discursos expertos como medio de producción primaria de textos que den cuenta de la naturaleza profunda de los objetos de estudio abordados (Ibáñez, 2000: 79). Podemos definir la entrevista, desde el plano de la investigación social, como un proceso comunicativo por el cual un investigador extrae una información de una persona, basada en sus experiencias y conocimientos, que permite explicar y comprender las razones y motivaciones de sus acciones (Alonso, 1998: 67-68).

La entrevista cualitativa se adapta perfectamente a la multidimensionalidad de objetos de estudio altamente complejos como el que nos ocupa (Valles, 1997). En este sentido, la medida estadística resulta, claramente, insuficiente. Se hace imprescindible afrontar una comprensión significativa a partir de los discursos latentes (Ortí, 2000: 221) sobre las relaciones y dinámicas comunicativas que se

establecen entre los periodistas y las fuentes de información política en España. Al no estudiar “hechos”, sino “discursos”, en nuestro caso vinculados a dos grupos específicos, se antoja adecuado el empleo de una aproximación cualitativa, basada en entrevistas en profundidad, para conocer el objeto de estudio analizado. Así, podemos acceder a partir de la intersubjetividad (Schütz, 1995) al proceso de construcción empírica de la realidad social desplegado por los sujetos implicados. El enfoque cualitativo se basa en una investigación de los procesos de producción y reproducción de lo social a través del lenguaje y de la acción simbólica (Beltrán, 2003: 148-149). Los enunciados comunicativos, derivados de las entrevistas, expresan líneas connotativas de significados (Alonso, 1998: 45), que resultan esenciales para interpretar y comprender lo estudiado. En este sentido, esta técnica ofrece informaciones pormenorizadas sobre las motivaciones, experiencias y valores de los sujetos estudiados (Wimmer y Dominick, 1996: 158).

Su empleo entraña el peligro de pasar de las cuestiones fácticas, que apuntan a los hechos o que pretenden explicar escenarios actuales o tendencias de futuro, a las cuestiones ideológicas, que incluyen proyecciones valorativas, consciente o inconscientemente (Ortí, 2000: 258). Pese a los problemas que plantea, la entrevista, como método de investigación en el ámbito comunicativo, permite obtener informaciones y datos detallados a partir de la conversación (Berger, 1998: 57). Consecuentemente, esta técnica conlleva una concepción doble del lenguaje, ya que éste se convierte tanto en la herramienta de análisis, como medio de comunicación entre entrevistador y entrevistado, como en el objeto de análisis, ya que el conocimiento se deriva del contenido lingüístico de las entrevistas (Jensen y Jankowski, 1993: 44).

El trabajo de campo relacionado con las entrevistas en profundidad se realizará a partir de un guión abierto y el procedimiento se basará en las entrevistas personales cara a cara con los sujetos interrogados.

2.5 Muestra de análisis

La muestra de esta investigación estará conformada por sujetos procedentes de los dos ámbitos de análisis: del campo del periodismo, por un lado, y del sistema político, por otro. En su elección, se ha procurará que la muestra responda tanto a la validez externa como a la interna. En este último, para lograr una efectiva respuesta a la objetivos fijados, se recurrirá a diversos aspectos, en función del método aplicado (encuesta o entrevista), entre los que sobresalen los siguientes: uso de cuestionarios abiertos, basados en un guión o pauta, que faciliten la adaptación a las peculiaridades de cada entrevistado y eviten la degradación instrumental de la técnica empleada, realización de un pre-test a un grupo reducido de la muestra para ajustar la herramienta metodológica y, finalmente, formulación de diferentes preguntas sobre la misma cuestión con diferente redacción para cumplir con la validez cruzada y detectar contradicciones y respuestas discrepantes de los entrevistados.

En lo referente a la validez externa, que permite la generalización y la extrapolación de los resultados obtenidos, su cumplimiento se ha centrará en la selección de los participantes que integran la muestra de la investigación. Así, en primer lugar, se ha optará por elaborar una muestra representativa a partir de la definición de una serie de perfiles considerados óptimos para responder a los objetivos del presente trabajo ya que incluyen a los principales sujetos relacionados con el objeto de

estudio. Estos perfiles, que se articulan en tres grandes grupos y varios subgrupos, son los siguientes:

1. Sistema periodístico
 - 1.1. Periodistas de la prensa escrita
 - 1.2. Periodistas del medio radiofónico
 - 1.3. Periodistas del medio televisivo
 - 1.4. Periodistas de medios con presencia en Internet
 - 1.5 Periodistas de agencias de noticias
2. Sistema político
 - 2.1. Sujetos políticos vinculados al partido del Gobierno
 - 2.2. Sujetos políticos vinculados a los partidos de la Oposición (con representación parlamentaria en el Congreso de los Diputados)
 - 2.3 Sujetos políticos vinculados directamente a responsabilidades de Gobierno
3. Directores de comunicación de los actores políticos
 - 3.1 Directores de comunicación o jefes de prensa de partidos políticos (con representación parlamentaria en el Congreso de los Diputados)
 - 3.2 Directores de comunicación o jefes de prensa de instituciones políticas de las Administraciones públicas

A la hora de determinar la composición de la muestra, se tendrá en cuenta como criterio fundamental de selección en ambos grupos, la variable geográfica o territorial. Para ello, se toman con objeto de estudio tres comunidades autónomas españolas dotadas de gran relevancia, tanto poblacional como en términos políticos y económicos. Cada una de ellas contará con la misma representatividad, en cuanto a número de sujetos entrevistados. Las comunidades que integran la muestra son:

- a) Comunidad de Madrid
- b) Cataluña
- c) Comunidad Valenciana

Además de procurar su carácter representativo, el diseño de la muestra se ha efectuado desde parámetros no probabilísticos, es decir evitando la selección aleatoria de los entrevistados. Por ello, se ha optado por confeccionar una muestra estratégica (Wimmer y Dominick, 1996: 70). Por ello, la composición surgirá a partir de la siguiente tabla:

	C. Madrid	Cataluña	C. Valenciana
Periodistas – Prensa Escrita			
Periodistas – Radio			
Periodistas – TV			
Periodistas – Internet			
Periodistas – Agencias			
Políticos – Partido Gobierno			
Políticos – Partidos Oposición			

Políticos – Ejercicio de Gobierno			
Directores Comunicación – Partidos			
Directores Comunicación – Instituciones públicas			

En relación a la técnica de la encuesta, el número total de sujetos entrevistados será de 630. Teniendo en cuenta los criterios de selección de la muestra acabados de exponer, basados en un muestreo por cuotas, la distribución de encuestas a realizar se concretará de la siguiente manera:

	C. Madrid	Cataluña	C. Valenciana	TOTAL
Periodistas – Prensa Escrita	25	25	25	75
Periodistas – Radio	25	25	25	75
Periodistas – TV	25	25	25	75
Periodistas – Internet	25	25	25	75
Periodistas – Agencias	25	25	25	75
Políticos – Partido Gobierno	25	25	25	75
Políticos – Partidos Oposición	25	25	25	75
Políticos – Ejercicio de Gobierno	25	25	25	75
Directores Comunicación – Partidos	5	5	5	15
Directores Comunicación – Instituciones públicas	5	5	5	15
TOTAL	210	210	210	630

Cabe puntualizar que, para garantizar la representatividad y la validez, se ha asignado el mismo número de encuestas en cada uno de los grupos en de los que se compone la muestra excepto en el caso de los directores de comunicación o jefes de prensa tanto de los partidos políticos como de las instituciones públicas. Esta circunstancia, se debe al hecho que el número de profesionales empleados en estos ámbitos es considerablemente menor que el número de periodistas dedicados a los sectores mediáticos (prensa, radio, TV, Internet y agencias de noticias). Por ello, se ha optado por reducir el número de encuestas en el subgrupo de los directores de comunicación de partidos políticos a un total de 15 (5 en cada una de las tres comunidades autónomas sometidas a estudio) e, igualmente, a un total de 15 (5 en cada una de las tres comunidades autónomas sometidas a estudio) en el caso del subgrupo de directores de comunicación de instituciones políticas de las Administraciones públicas.

Por lo que se refiere a la muestra de entrevistas en profundidad, el número total de sujetos interrogados se situará en un total de 45. De ellos, 21 pertenecerán al campo del periodismo, mientras que los otros 18 estarán vinculados al sistema político y 6 corresponderán a directores de comunicación de organizaciones políticas. La distribución por cuotas de las entrevistas en profundidad se recoge en la tabla siguiente:

	C. Madrid	Cataluña	C. Valenciana	TOTAL
Periodistas – Prensa Escrita	2	2	2	6
Periodistas – Radio	1	1	1	3
Periodistas – TV	2	2	2	6
Periodistas – Internet	1	1	1	3
Periodistas – Agencias	1	1	1	3
Políticos – Partido Gobierno	2	2	2	6
Políticos – Partidos Oposición	2	2	2	6
Políticos – Ejercicio de Gobierno	2	2	2	6
Directores Comunicación – Partidos	1	1	1	3
Directores Comunicación – Instituciones públicas	1	1	1	3
TOTAL	15	15	15	45

A la hora de realizar las encuestas y las entrevistas en profundidad, no hay que perder de vista que la organización del sistema periodístico se basa en una estructura jerarquizada de tipo piramidal en la que se ubican profesionales con diferentes responsabilidades y capacidades de maniobra en el proceso informativo. Por ello, se procurará entrevistar a sujetos procedentes de los tres grandes estratos de la estructura periodística: cúpula directiva (directores, directores adjuntos, subdirectores,...), cargos intermedios (redactores jefes, jefes de sección,...) y base redaccional (periodistas de base). Con ello, se persigue la búsqueda de la máxima diversidad de opiniones sin perder la representatividad y la validez de la muestra.

3. Discusión y conclusiones

Las relaciones entre la profesión periodística y el sistema político constituyen un objeto de estudio que asume una elevada centralidad y complejidad. Su importancia se basa en que el estudio de esta cuestión permite conocer las dinámicas conducentes a la elaboración de la información periodística sobre la política. Se trata de un amplio conjunto de interacciones previas a la configuración de la noticia, pero que la condicionan notablemente ya que resultan decisivas para determinar tanto su contenido como su enfoque (*frame*). Un gran número de investigaciones se han ocupado de estos últimos aspectos ubicando su análisis en la información entendida como un producto acabado que genera efectos cognitivos. No obstante, los intercambios entre los actores periodísticos y políticos, que son un factor explicativo clave, han generado poca atención científica. La propuesta planteada en esta comunicación viene a cubrir esta carencia.

Además, las relaciones entre el periodismo y la política se caracterizan por su complejidad. Se trata de un objeto de estudio que posee un marcado carácter multidimensional. No sólo son muchas las variantes y variables que ponen en juego, sino que afectan a numerosas cuestiones y aspectos. La condición abierta de estas interacciones redundan en un aumento de la complejidad analítica. Las dificultades para aprehender la base y la esencia de estas relaciones que son altamente complicadas, por un lado, y extremadamente diversas, por otro.

La propuesta metodológica aquí expuesta plantea tres grandes aspectos abiertos a la discusión. El primero tiene que ver con las dificultades para analizar factores personales, como la empatía o la amistad, que pueden determinar decisivamente la relación entre periodistas y políticos. En este sentido, un primer frente de debate concierne a la introducción de la técnica de los grupos de discusión (*focus group*) como complemento de la encuesta y la entrevista en profundidad, en el caso que éstas se revelen poco eficaces para captar estos aspectos.

Una segunda cuestión a discutir atañe a la muestra. El diseño metodológico propuesto se centra en tres comunidades autónomas (Cataluña, Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid) que, a priori, poseen un nivel de representatividad elevado. No obstante, en función de los resultados obtenidos será necesario evaluar si procede una ampliación de la muestra a otros territorios.

Finalmente, un tercer punto de discusión afecta a la distribución de la muestra por categorías de actores. La propuesta metodológica plantea una doble distinción que incumbe a los actores periodísticos: una división por soportes (prensa, radio, televisión, Internet y agencias) y otra por estratos profesionales (cúpula directiva, cargos intermedios y base redaccional). Esta fórmula persigue la máxima representatividad para obtener resultados válidos y generalizables, pero también caben otros posibles diseños. La principal alternativa tiene que ver con apostar por realizar las entrevistas a periodistas dotados de un alto grado de notoriedad y un elevado conocimiento de la profesión y sus mecanismos de funcionamiento. En este caso, pese a que la riqueza y profundidad de los argumentos obtenidos puede, potencialmente, ser mayor, la muestra, al tener una marcada orientación estratégica, podría en cuestión la representatividad de la profesión periodística.

los intercambios
entre los actores
periodísticos y
políticos han
generado poca
atención
científica

BIBLIOGRAFÍA

AELST, Peter van; BRANTS, Kees; VAN DALEN, Arjen; VAN PRAAG, Philip; DE VREESE, Claes y NUYTEMANS, Michiel (2008) "The Fourth Estate as Superpower? An empirical study on perceptions of media power in Belgium and the Netherlands.", *Journalism Studies* 9 (4), pp. 494-512.

AELST, Peter van; MADDENS, Bart; NOPPE, Jo y FIERS, Stefaan (2008) "Politicians in the News: Media or Party Logic?: Media Attention and Electoral Success in the Belgian Election Campaign of 2003", *European Journal of Communication*, 23(2), pp. 193-210.

ALONSO, Luis Enrique (1998) *La mirada cualitativa en sociología*. Madrid: Fundamentos

ALVIRA MARTÍN, Francisco (2004) *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. Madrid: CIS.

ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID (APM) (2008) *Informe anual de la profesión periodística 2008*. Madrid: APM.

VERY, James M. (2009) "Videomalaise or Virtuous Circle?: The Influence of the

- News Media on Political Trust", *The International Journal of Press/Politics*, 14 (4), pp. 410-433
- BELTRÁN, Miguel (2003) *La realidad social*. Madrid: Tecnos. 2ª ed.
- BENNETT, Lance; LAWRENCE, Regina G. y LIVINGSTON, Steven (2007) *When The Press Fails. Political Power and The News Media from Iraq to Katrina*. Chicago: University Chicago Press.
- BENNETT, Lance y LIVINGSTON, Steven (2003) "A Semi-Independent press: Government Control and journalistic Autonomy in the Political Construction of News", *Political Communication* 20 (4), pp. 359-362.
- BENNETT, Stephen; RHINE, Staci y FLICKINGER, Richard (1999) "Video Malaise' Revisited: Public Trust in the Media and Government", *Harvard International Journal of Press/Politics* 4(4), pp. 8-23.
- BERGER, Arthur A. (1998) *Media Research Techniques*. Thousand Oaks: Sage. 2ª ed.
- BORRAT, Héctor (2006) "Los periódicos, narradores en interacción". En FONTCUBERTA, Mar de y BORRAT, Héctor. *Periódicos, sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía
- BORRAT, Héctor (1989) *El periódico, actor político*. Barcelona: Gustavo Gili.
- BRANTS, Kees (1998) "Who's afraid of infotainment?", *European Journal of Communication*, 13, pp. 315-335.
- BRANTS, Kees; DE VREESE, Claes; MÖLLER, Judith y VAN PRAAG, Philip (2010) "The Real Spiral of Cynicism? Symbiosis and Mistrust between Politicians and Journalists", *The International Journal of Press/Politics*, 15 (1), pp. 25-40
- CANEL, María José; RODRÍGUEZ ANDRÉS, Roberto y SÁNCHEZ ARANDA, José Javier (2000) *Periodistas al descubierto. Retrato de los profesionales de la información*. Madrid: CIS
- CASERO, Andreu (2008a) *La construcción mediática de las crisis políticas*. Madrid: Fragua.
- CASERO, Andreu (2008b) "Modelos de relación entre periodistas y políticos: La perspectiva de la negociación constante", *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, pp. 111-128.
- CASERO, Andreu (2009a) "La vida privada como argumento periodístico: una nueva frontera en la información política". En AA. VV. *El drama del periodismo: Narración e información en la cultura del espectáculo*. Murcia: SEP – UCAM, pp. 131 – 144.
- CASERO, Andreu (2009b) "El control político de la información periodística", *Revista Latina de Comunicación Social – RLCS*, 64, pp. 354-366
- CEA D'ANCONA, María Ángeles (1996) *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis.
- COOK, Timothy E. (1998) *Governing with the News: The News Media as a Political Institution*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- CURRAN, James (2005) *Medios de comunicación y poder*. Barcelona: Hacer.
- DADER, José Luís (2009) "Periodismo en la hipermodernidad: consecuencias cívicas de una identidad débil (y algunas vías de reconstrucción)", *Textual & Visual Media*, 2, pp. 147-170.
- DELLI CARPINI, M. X. y WILLIAMS, B. A. (2001) "Let us infotain you: Politics in the new media Environment". En BENNETT, Lance y ENTMAN, Robert (eds.) *Mediated politics: Communication in the future of democracy*. New York: Cambridge

University Press, pp. 160–181.

DÍAZ DE RADA, Vidal (2005) *Manual de trabajo de campo en la encuesta*. Madrid: CIS.

DIEZHANDINO, María Pilar (2007) *Periodismo y poder*. Madrid: Pearson Educación.

DIEZHANDINO, María Pilar; BEZUNARTEA, Ofa y COCA, César (1994) *La élite de los periodistas: cómo son, qué piensan, de qué forma entienden la profesión, quién les presiona y cuáles son las aficiones de los periodistas más importantes de España*. Bilbao: Servicio Editorial Universidad de País Vasco.

DIMITROVA, Daniela D. y STRÖMBÄCK, Jesper (2009) “The Conditionality of Source Use: Comparing Source Use in U.S. and Swedish Television News”, *Journal of global Mass Communication*, 2, (1-2), pp. 149-166

ENTMAN, Robert M. (2010) “Improving Newspapers’ Economic Prospects by Augmenting Their Contributions to Democracy”, *The International Journal of Press/Politics*, 15 (1), pp. 104-125.

GANS, Herbert J. (1980) *Deciding What’s News. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Vintage.

GARCÍA DE CORTÁZAR, Marisa y GARCÍA DE LEÓN, M^a Antonia (coords.) (2000) *Profesionales del periodismo. Hombres y mujeres en los medios de comunicación*. Madrid: CIS.

GARCÍA FERRANDO, Manuel (2000) “La encuesta”. En GARCÍA FERRANDO, M., IBÁÑEZ, J. y ALVIRA, F. (eds.) *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza. 3^a ed.

GARCÍA GALINDO, Juan Antonio (2009) “Periodismo y periodistas en la transición política española”. En QUIROGA-CHEYROUZE Y MUÑOZ, Rafael (ed.) (2009) *Prensa y democracia. Los medios de comunicación en la Transición*. Madrid: Biblioteca Nueva, pp. 87-100.

GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís (2009) “La prensa diaria en el ecosistema comunicativo de la Transición”. En QUIROGA-CHEYROUZE Y MUÑOZ, Rafael (ed.) (2009) *Prensa y democracia. Los medios de comunicación en la Transición*. Madrid: Biblioteca Nueva, pp. 103-118.

GROSSI, Giorgio (2007) *La opinión pública*. Madrid: CIS

GROSSI, Giorgio (1987) “Il campo de la comunicazione politica”. En PASQUINO, G. (a cura di) *Mass media e sistema politico*. Milano, Franco Angeli

GUREVITCH, Michael y BLUMLER, Jay G. (1981) “Politics and the press. An essay in role relationships.” En Nimmo, Dan y Sanders, Keith (eds.) *Handbook of Political Communication*. Beverly Hills: Sage.

HALLIN, Daniel C. y MANCINI, Paolo (2004) *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. New York: Cambridge University Press.

HJARVARD, Stig (2008) “The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change”, *Nordicom Review*, 29 (2), pp. 105-134.

IBÁÑEZ, Jesús (1985) *Del algoritmo al sujeto. Perspectivas de la investigación social*. Madrid: Siglo XXI

IBÁÑEZ, Jesús (2000) “Perspectivas de la investigación social: el diseño de las tres perspectivas”. En GARCÍA FERRANDO, M., IBÁÑEZ, J. y ALVIRA, F. (eds.) *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza. 3^a ed.

IGARTUA PEROSANZ, Juan José (2006) *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.

- IGARTUA PEROSANZ, Juan José y HUMANES, María Luisa (2004) *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- JENSEN, Klaus B. y JANKOWSKI, Nicholas W. (1993) *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch.
- KERNELL, Samuel (1997) *Going Public. New Strategies of Presidential Leadership*. Washington D.C.: Congressional Quarterly Press
- LARSSON, Larsåke (2002) "Journalists and Politicians: A Relationship Requiring Manoeuvring Space", *Journalism Studies*, 3 (1), pp. 21-33.
- LOUW, Eric (2010) *The Media & Political Process*. London: Sage. 2nd. ed.
- MANNING, Paul (2001) *News and News Sources: A Critical Introduction*. London: Sage.
- MARTÍN SABARÍS, Rosa María y AMURRIO, Milagros (2003) "¿Para qué sirven los periodistas?: Percepciones de los y las profesionales de radio y televisión de la CAPV", *Zer – Revista de Estudios de Comunicación*, 14.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luís (1994) "La tesis del perro-guardián: revisión de una teoría clásica", *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 1, pp.13-25.
- MAZZOLENI, Gianpietro y SCHULZ, Winfried (1999) "Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy?", *Political Communication*, 16 (3), pp. 247–61.
- McCOMBS, Maxwell E. (2004) *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge: Polity Press.
- ORTEGA, Félix (2011) *La política mediatizada*. Madrid: Alianza.
- ORTEGA, Félix y HUMANES, María Luisa (2000) *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Barcelona: Ariel.
- ORTÍ, Alfonso (2000) "La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: la entrevista abierta semidirectiva y la discusión de grupo". En GARCÍA FERRANDO, M., IBÁÑEZ, J. y ALVIRA, F. (eds.) *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza. 3ª ed.
- PINTO, Juliet (2008) "Muzzling the watchdog: The case of disappearing watchdog journalism from Argentine mainstream news", *Journalism*, 9(6), pp. 750-774
- PIÑUEL, José Luis y GAITÁN, José Antonio (1995) *Metodología general. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*. Madrid: Síntesis
- KEPPLINGER, Hans M. (2002) "Mediatization of politics: Theory and data", *Journal of Communication*, 52, pp. 972-986.
- REICH, Zvi (2009) *Sourcing the News*. Cresskill: Hampton Press
- RODRIGO ALSINA, Miquel (2005) *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós. 2ª ed.
- SAMPEDRO, Víctor F. (2000) *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Tres Cantos: Istmo
- SAPERAS, Enric (1987) *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona: Ariel
- SCHUDSON, Michael (2008) *Why Democracies Need an Unlovable Press*. Cambridge: Polity.
- SCHULZ, Winfried (2004) "Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept", *European Journal of Communication*, 19 (1), pp. 87–101.
- SCHÜTZ, Alfred (1995) *El problema de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu. 2ª ed.
- SOENGAS, Xosé (2007a) "El control de la información en televisión", *Ámbitos*, 16, pp. 325-341

- SOENGAS, Xosé (2007b) "Los vínculos entre la información y el poder en la sociedad actual" *Icono* 14, 12, pp. 292-322.
- STRÖMBÄCK, Jesper (2008) "Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics", *The International Journal of Press/Politics*, 13 (3), pp. 228-246
- STRÖMBÄCK, Jesper y NORD, Lars W. (2006) "Do Politicians Lead the Tango?: A Study of the Relationship between Swedish Journalists and their Political Sources in the Context of Election Campaigns", *European Journal of Communication*, 21 (2), pp. 147-164
- THUSSU, Daya K. (2007) *News as Entertainment. The Rise of Global Infotainment*. London: Sage.
- TUCHMAN, Gaye (1983) *La producción de la noticia*. Barcelona: Gustavo Gili.
- VAN DIJK, Teun A. (2009) *Discurso y poder*. Barcelona: Gedisa.
- VALLES, Miguel S. (1997) *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.
- WEAVER, David H. (ed.) (1998) *The global journalist: News people around the World*. Cresskill (New Jersey): Hampton Press
- WILLIS, Jim (2010) *The Mind of a Journalist. How Reporters View Themselves, Their World, and Their Craft*. Thousand Oaks: Sage.
- WIMMER, Roger D. y DOMINICK, Joseph R. (1997) *La investigación científica de los medios de comunicación*. Barcelona: Bosch Casa Editorial.
- WOLF, Mauro (1994) *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós