


La ficción audiovisual como nuevo escenario para la Comunicación Política

View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk

brought to you by  CORE

provided by Directory of Open Access Journals

Recibido: 15 Marzo 2010
Aceptado: 16 Marzo 2010
Evaluado: 9 Abril 2010
Aprobado: 11 Abril 2010
(Abstracts y palabras clave al final del artículo)

0. INTRODUCCIÓN

En 1999, Blumler y Kavanagh publicaron en *Political Communication* “La tercera edad de la Comunicación Política”, donde exponían cinco nuevas tendencias en ese campo: “imperativos profesionales intensificados, más presión de la competencia, un emergente populismo, un proceso de diversificación y un salto de los formatos en los que la gente recibe el contenido político”. Sobre esta última, se afirmaba que la información dejaría de ser el modo en exclusiva de recibir el contenido político para dar paso, por ejemplo, a la ficción.

Series televisivas de éxito como *El Ala Oeste de la Casa Blanca* (*The West Wing*, 1999-2006), *24* (2001-...) o *Señora Presidenta* (*Commander In Chief*, 2005-2006) avalan la afirmación de Blumler y Kavanagh. No obstante, la relación entre ficción audiovisual y política ha sido motivo de controversias desde áreas como la ciencia política o los estudios culturales, pero apenas ha recibido la atención de los investigadores en Comunicación Política. Este trabajo pretende aportar ciertas consideraciones que contribuyan a cubrir esta carencia y, para eso, aborda una sistematización del estado de la cuestión y propone posibles líneas de trabajo, de manera que pueda sumarse a los primeros pasos de investigaciones en el área.

Así, trata de cumplir con dos objetivos. Por un lado, ofrecer sintéticamente, desde el punto de vista de la investigación académica y de la práctica profesional, una exposición del recorrido seguido hasta el momento en la relación ficción audiovisual y política, abordando el debate entre las escuelas más críticas y aquellas que hablan de la potencialidad de la ficción audiovisual para explicar los fenómenos políticos actuales.

Por otro lado, se apuntan cuáles son, a juicio de los autores, las líneas que se abren para la Comunicación Política. Estudios de efectos en las audiencias, de la

* Facultad de Comunicación Universidad de Navarra. jrvirgili@unav.es, msadaba@unav.es, alhr@vtr.net

personalización de la política, la narratividad o los efectos en la agenda política son algunos de los temas que pueden establecerse. El estudio de la ficción en política desde la Comunicación Política supone además un reto metodológico, tanto en la traslación de metodologías hasta ahora utilizadas para el análisis informativo como por la posibilidad de configurar nuevos métodos propios del género. Los autores apuestan por esta línea como un área de estudio para la Comunicación Política.

1. NUEVOS GÉNEROS Y FORMATOS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

A finales del siglo XX, cuando todas las ciencias pasaban revista a la centuria y auguraban lo que vendría en la que se iniciaba, los profesores Jay Blumler y Dennis Kavanagh hicieron lo propio con la Comunicación Política. Según estos autores británicos, el área en cuestión ha vivido tres épocas.

La primera, comprendida entre las dos décadas posteriores a la Segunda Guerra Mundial y denominada “La edad de oro de los partidos”, fue aquella en la que la “Comunicación Política se encontraba subordinada a instituciones y creencias ciertamente fuertes y estables” (Blumler y Kavanagh , 1999, p. 211), es decir, los partidos políticos y sus dirigentes.

En los años sesenta, la televisión se convirtió en el medio de comunicación político dominante y el lazo de los votantes con los partidos políticos se hizo más débil. La televisión personaliza la presentación de la política y transforma el lenguaje político. Ante un electorado más volátil, los políticos comenzaron a “adoptar un arsenal de tácticas para estar en las noticias, conformar la agenda y preparar una línea para las conferencias de prensa, informes, entrevistas y debates televisivos” (Blumler y Kavanagh , 1999, p. 212). Para los autores, durante esta época, la Comunicación Política acabó por desarrollarse en una perspectiva “fuertemente positivista, científica y no sentimental, basada más en la actualidad fijada por los climas de opinión que en una visión cívica” (Blumler y Kavanagh, 1999, p. 213).

La tercera edad, aún emergente para los autores, está marcada por “la proliferación del sentido amplio de la comunicación, por la abundancia mediática, la ubicuidad, el alcance y la celeridad” (Blumler y Dennis Kavanagh , 1999, p. 213). Aunque es una etapa más compleja que sus predecesoras, cuenta con cinco tendencias, fácilmente identificables en el mundo de la comunicación actual.

Por un lado, se ha intensificado la profesionalización de los imperativos de la Comunicación Política, convirtiendo a aquellos que rodean a los políticos y que se vinculan con la comunicación en una nueva élite. En segundo lugar, el incremento de la presión por parte de la competencia: hay cada vez más canales, más programas y más sitios en los que estar. A continuación, aparece un emergente populismo que, junto a una popularización antielitista, ha llevado a discutir asuntos extraídos de encuestas de opinión, algo ya evidenciado en los asuntos que cubren los medios de comunicación. En cuarto lugar, se ha centrifugado la diversificación mediática, en el sentido en que ahora hay opciones mediáticas para gustos, identidades y condicio-

nes muy particulares, por lo que, entre otras cosas, la exposición es más selectiva y las agendas más múltiples. En último lugar, se ha diversificado el modo en el que la audiencia recibe el contenido político, generándose una cultura de “escoja y elija” (*pick and choose*) (Blumler y Dennis Kavanagh, 1999, pp. 214-223).

Esta última área de la tercera edad de la Comunicación Política resulta, a la luz del presente artículo, bastante interesante. En efecto, Blumler y Kavanagh explican que en la actualidad el mensaje político estaría configurado con alguna —o todas— de las siguientes características: inadvertido, diluido, fragmentado, redundante y flexible. Esto, “puesto que puede emerger en cualquier lugar y en cualquier momento y no siempre en los géneros o formatos que son denominados políticos” (Blumler y Dennis Kavanagh, 1999, p. 213). Precisamente, una de esas dimensiones que deberían considerarse con mayor detenimiento dentro de los estudios de Comunicación Política es la ficción, particularmente la audiovisual¹.

Desde entonces, los investigadores han empezado a reconocer la importancia de otras fuentes de Comunicación Política en la formación de la opinión pública. Así, Diana Mutz asegura que los “cambios en el ambiente de la información política deben conducir a un ensanchamiento de nuestra definición de lo que consideramos Comunicación Política” (Mutz, 2001, p. 231). Y en este mismo sentido se pregunta: “¿Qué estudiamos quienes investigamos Comunicación Política? La respuesta que solía ser noticias televisivas, periódicos, debates y *spots* debería incluir bastante más que eso ahora” (Mutz, 2001, p. 232). En 2001, Swanson, en el artículo “Political Communication Research and the mutations of democracy”, aboga por abordar el estudio de la Comunicación Política desde un contexto más amplio de lo que es la actividad política. Holbert, por su parte, subraya “la creciente necesidad de estudios empíricos de Comunicación Política que vayan más allá del reino de las noticias” (Holbert, 2005, p. 518). Incluso Baum aventura que “las avenidas tradicionales de acceso al público a través de los medios estarán cerradas para los políticos” y por eso la Comunicación Política debe buscar cada vez más nuevas áreas de penetración (Baum, 2005, pp. 214-215). La ficción audiovisual se presenta entonces como un nuevo género privilegiado para la Comunicación Política. Y autores como Nir y Mutz (2005) defienden la inclusión de la ficción audiovisual en los estudios sobre la opinión política.

2. LA FICCIÓN AUDIOVISUAL Y LA INVESTIGACIÓN POLÍTICA

Antes de abordar la investigación académica sobre la ficción política conviene señalar que la relación entre la ficción audiovisual y la política ha reclamado la

¹ Únicamente por decisión de los autores se dejó de lado la ficción literaria en este artículo. Esto no excluye una dimensión que debe considerarse como soporte del mensaje político actual. Un ejemplo que ilustra claramente la amplitud del concepto “ficción” y su relación con la política puede ser el artículo de Stapleton, Katina R (1998) “From the margins to mainstream: the political power of hip-hop”, *Media, Culture & Society*, 20, pp. 219-234 o también Van Zoonen, Liesbet (1998) “A day at the zoo: Political Communications, pigs and popular culture”, *Media, Culture & Society*, 20, pp. 183-200.

atención al menos en tres dimensiones principales. Por una parte, ha existido una demanda de recopilar e historiar las películas que tienen un contenido político claro, es decir, de ficción sobre política². En este sentido, por ejemplo, el libro *360º en torno al cine político*, recoge una lista de películas —precisamente 360— permitiendo un exhaustivo recorrido por la historia del cine sobre política (Uris, 1999).

Otro aspecto de gran interés ha sido la relación entre la política y la industria cinematográfica, especialmente de Hollywood. Aquí se incluye, por un lado, los actores metidos en política, como Ronald Reagan, Arnold Schwarzenegger y el reciente precandidato republicano Fred Thomson; guionistas que escribieron para la Casa Blanca —como Gary Ross, el guionista de *Dave, presidente por un día* (*Dave*, 1993) que trabajó para Clinton y Dukakis —; y la labor de los activistas de la corriente liberal, desde el Mcarthysmo hasta los actuales Warren Beatty, Oliver Stone o Jim Sheridan, por citar a algunos de los más destacados³.

Por último, se encontraría el denominado cine de compromiso o cine de protesta, es decir, la ficción audiovisual como arma política (García & González, 2008). Se trataría de las películas realizadas para influir en situaciones políticas concretas o en procesos políticos relevantes como una campaña electoral⁴.

Ahora bien, desde el punto de vista de la investigación académica, tal y como afirma Christian Zimmer, la relación entre cine y política fue durante muchos años un binomio innoble, motivo de escándalo (Zimmer, 1976, p. 14), que sólo muy len-

² Puede afirmarse que el género político nació en el Séptimo Arte con la película *El caso Dreyfus* (*L’Affaire Dreyfus*, 1899), de Georges Méliès. Entre las películas sobre política, suelen destacarse, por ejemplo: *Caballero sin espada* (*Mr. Smith Goes to Washington*, 1939) con la que muchos americanos se familiarizaron con el filibusterismo del Senado de EEUU; *El político* (*All the king’s men*, 1949) donde se aprecia la escalada al poder de un turbio candidato con una oratoria magnífica; *El mejor hombre* (*The Best Man*, 1964), en la que un candidato intachable a la presidencia norteamericana recibe ataques furibundos desde la otra candidatura; *El candidato* (*The Candidate*, 1972) que comienza a sacar a la luz el lado oscuro de una campaña política; *Ciudadano Bob Roberts* (*Bob Roberts*, 1993), sobre la campaña de un populista; *Todos los hombres del presidente* (*All the presidents men*, 1976) que relata el caso Watergate; *JFK* (1991) que elucubra sobre el asesinato del mandatario norteamericano; *Nixon* (1995) donde se relata el auge y caída del controvertido presidente; *Dave, presidente por un día* (*Dave*, 1993) que introduce el género romántico dentro de la Casa Blanca; *Primary Colors* (1998) que pone en evidencia el trabajo sucio de una campaña electoral; *Cortina de humo* (*Wag the dog*, 1997), sobre la falsa guerra creada por un director de cine para tapan el escándalo sexual de un Presidente; *W* (2008) sobre el presidente George W. Bush, o *El desafío: Frost contra Nixon* (*Frost/Nixon*, 2008). En el ámbito europeo se encuentran *Mitterrand* o *Déja s’envole la fleur maigre* (1995), *Pas assez de volume* (2004), *How Arnold won the West* (2005), *Viva Zapatero* (2005), *La reina* (*The Queen*, 2006); *Il Caimano* (2006), *Dos rivales casi iguales* (2007). Entre las series televisivas sobresalen *Yes Minister* y *Yes Prime Minister* (1980-86) y *The West Wing* (1999-2006). En España lo más parecido que se emitió fue *Moncloa, dígame* (2001), una *sitcom* que se desarrollaba en el despacho del departamento de prensa del palacio presidencial.

³ Cfr., p. ej., Gianos (1998) en cuyo tercer capítulo expone la relación entre la política y la industria del cine, refiriéndose tanto a la época de Joseph McCarthy como a las reiteradas conexiones que han existido entre el ejercicio de la política y el cine como industria.

⁴ Dentro de este grupo se incluiría gran parte de la producción de cineastas militantes de izquierda tanto en Europa (Francia e Italia, principalmente) como en Iberoamérica (por ejemplo, el evolucionado *Cinema Nôvo* brasileño, las películas cubanas promovidas por Fidel Castro a través de ICAIC, y las películas “de liberación” argentinas). Para la discusión sobre este cine en Francia, por ejemplo, véase: Toubiana, S. (1997). *Retour du politique* (suite), *Cahiers du Cinema* 511, pp. 28-29.

tamente algunas Ciencias Sociales como la Historia, la Antropología, la Psicología y la Sociología se atrevieron a resquebrajar. Desde la Ciencia Política, como apunta Manuel Trenzado, el cine siempre ha tenido un “estigma de ilegitimidad” para narrar cuestiones políticas (Trenzado, 1999).

Los politólogos se han interesado por el cine de forma excepcional y marginal. Trenzado ofrece tres razones principales de este “estigma de ilegitimidad”. En primer lugar, es fruto del tradicional peso del institucionalismo en la Ciencia Política, que establece un núcleo duro de objetos y métodos de conocimiento que definen la naturaleza y el objeto de la Ciencia Política (partidos, elecciones, sistemas...). En segundo, el considerar la ficción en general y la audiovisual en particular como algo ajeno a la realidad política, donde lo importante son las relaciones de poder. Y, en tercer lugar, la apropiación del término “cine y política” por cineastas militantes de izquierda, los críticos de cine que la ven como propaganda y en todo caso como algo perteneciente a los semióticos o a otros paradigmas científicos y a la crítica cultural radical (Trenzado, 2000, p. 47).

La Comunicación Política ha tenido, desde la publicación en 1956 del libro *Political Behavior*, una visión analítica triangular. Se entiende la Comunicación Política como un proceso mediador en un triángulo que tiene como vértices a los ciudadanos, los medios de comunicación, los periodistas (estructuras e instituciones), y los actores políticos (políticos e instituciones). Estas relaciones consisten fundamentalmente en un intercambio de mensajes, símbolos y actitudes con los que se articula la toma de decisiones políticas así como la aplicación de éstas en la comunidad (Canel, 2006, p. 27).

En la era del *infoshow*, las barreras entre las noticias y el entretenimiento están cada vez más diluidas (Mutz, 2001; Berrocal, 2003, p. 281), los mensajes y los formatos se diversifican. Aunque la Ciencia Política ha mostrado tradicionalmente un desinterés por aproximarse a la ficción, este desdén empieza a romperse precisamente desde la Comunicación Política en los últimos años, fruto del cambio de algunas premisas básicas, comenzando un “reconocimiento de la considerable significación política de un amplio espectro de productos culturales, con el consecuente interés por el entretenimiento y la ficción popular” (Trenzado, 2000, p. 50). En la actualidad, por ejemplo, la propia *American Political Science Association* tiene una sección específica: *Politics, Literature and Film Division*.

Sin embargo, el reconocimiento y las visiones sobre la relación entre la ficción audiovisual y la política distan de ser unánimes. Aunque se pueda caer en cierta simplificación, en aras de su estudio, podemos diferenciar dos grandes corrientes que ilustran el modo de entender esta relación. Por un lado, una visión crítica y que destaca los aspectos más perniciosos del binomio ficción y política, y por oposición, una corriente que estipula la potencialidad de la ficción audiovisual para explicar fenómenos políticos actuales.

Con la aparición de la televisión, pronto surgieron voces críticas que destacaban que la imagen era un factor reductor del discurso político racional. El predominio de la televisión supondría una banalización de la política (Gitlin, 1980; Kellner, 1990; Postman, 1991; Capella y Jamieson, 1997). La cultura de la imagen acentuaría el declive de la política, que estaría ligado a la falta de una infor-

mación objetiva y racional. Como apunta Ignacio Ramonet, “se establece, poco a poco, la engañosa ilusión de que ver es comprender” (Ramonet, 1998, p. 50)⁵.

El conocido libro de Giovanni Sartori, *Homo videns*, reforzó y verbalizó esas críticas. Sartori subraya que “la televisión produce imágenes y anula conceptos, y de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella toda nuestra capacidad de entender” (Sartori, 1998). En definitiva, vehicular la Comunicación Política a través de este tipo de formatos audiovisuales obligaría a asumir por completo los códigos de la espectacularidad y la banalidad y, por tanto, estimularía las simplificaciones, los estereotipos y los clichés. En última instancia, hurtaría la discusión racional sobre ideas políticas sustantivas y con ello los ciudadanos se volverían más manipulables o, cuando menos, más cínicos o escépticos.

En la otra corriente se agruparían aquellos que toman este hecho como una realidad empírica y constatan su potencialidad. Se argumenta de este modo que el cine tiene una importante presencia en la cultura política de las sociedades occidentales actuales. Aunque sea admitiéndolo como una “rendición por parte de la política a las nuevas y masivas audiencias” (Van Zoener, 2006, p. 288). Pero que, en todo caso, sería necesario atender a la ficción audiovisual como una realidad —y por tanto un elemento de análisis— para entender la política de hoy. Dentro de esta corriente se incluirían también aquellos estudios que desde el giro culturalista, —no sólo en el ámbito de los *Cultural Studies*—, reclaman la ampliación del campo de investigación de la Comunicación Política atendiendo un amplio espectro de productos culturales, entre los que destaca la ficción audiovisual. El cine no dejaría de ser un lugar de propuestas de representaciones culturales e imaginarios sociales, que conforman, en última instancia, la realidad política cotidiana (Trenzado, 2000).

De acuerdo con estos enfoques, se constata la posibilidad —si no la necesidad— de utilizar nuevos elementos de análisis para comprender la política y las expresiones basadas en la ficción que permiten una comprensión mucho más completa del mundo real de la política. Se explicaría así, en mejor medida, la dimensión dramática, simbólica e imaginaria que con que normalmente, por su naturaleza, experimenta la acción política.

William Gamson, por ejemplo, mantiene que hay tres fuentes para el conocimiento de la política: la experiencia personal, los medios de comunicación y la sabiduría popular. La ficción audiovisual permitiría combinar estos tres aspectos. La audiencia, a través del cine o la televisión, puede vivir como si estuviese presente —incluso físicamente— en situaciones distintas, planteándose cómo actuaría en esas circunstancias (Gamson & Modigliani, 1989). Y esa ficción, para tener éxito, debe conectar con la sabiduría popular, es decir, con aquellas claves culturales, con los conocimientos adquiridos y compartidos por una sociedad.

Por eso, podemos afirmar que dentro del potencial de la ficción audiovisual para explicar fenómenos políticos actuales, destaca su capacidad para superar el impacto

⁵ “Ver no es comprender. No se comprende más que con la razón. No se comprende con los ojos o con los sentidos. Con los sentidos uno se equivoca. Es la razón, el cerebro, es el razonamiento, es la inteligencia, lo que nos permite comprender. El sistema actual conduce inevitablemente o bien a la irracionalidad, o bien al error” (Ramonet, 1998, 50).

noticioso. Es decir, la ficción puede mostrar, por ejemplo, el proceso de toma de decisiones o la vida de un presidente, de manera que se permita a la audiencia ir más allá del resultado de unas actuaciones, cuestión a la que se limitan las informaciones en los medios de comunicación. Se trata de una visión complementaria. Como afirman los guionistas de *El Ala Oeste de la Casa Blanca* (*The West Wing*, 1999-2006), la ficción permite acercarse a lo que hay detrás del día a día de las noticias. De hecho, según el guionista de la serie Aaron Sorkin, la intención al crear la serie era hablar de lo que ocurre minutos antes y minutos después de lo que se ve en las noticias de la CNN. La ficción puede ayudar a dar una comprensión más completa del mundo político. En palabras de Maureen Whitebrook, la ficción “ofrece un realismo diferente y más completo” (Whitebrook, 1991, p. 5).

Sin ánimo de exhaustividad y a título de ejemplo, pueden señalarse varias razones que avalan esa visión complementaria que la diferencian del ritmo noticioso.

La ficción permite mostrar la complejidad de la toma de decisiones. La obligada síntesis del ritmo informativo lleva en ocasiones a simplificar los procesos de decisión política. La ficción, al utilizar recursos narrativos propios y disponer del tiempo necesario, puede acercarse a esos procesos, aunque también se acuda a lugares y caracteres comunes (por ejemplo al uso de personajes buenos y malos, etc.). La ficción tiene la capacidad de ofrecer distintas miradas ante una realidad, un enfoque plural y no sólo hacerlo con explicaciones racionales sino también transmitiendo lo que se siente, mostrando el vínculo emocional de la política.

En consecuencia, la ficción audiovisual también podría ayudar a humanizar el rostro de la política. Las noticias emiten una institucionalización excesiva de la política y cuando se intentan humanizar, en ocasiones aparecen como una operación de marketing con la que finalmente se genera desconfianza, ya que son vistas bajo un interés populista o electoralista. La ficción daría en este sentido una visión complementaria de los hombres y mujeres que participan de forma directa en la política, con sus preocupaciones e ilusiones, sus virtudes y defectos.

Además, tendría la posibilidad de presentar una cierta idealización de la política, es decir, referirse más al deber ser de la política. Frente a las informaciones que versan sobre lo sucedido se puede contraponer una ficción que habla sobre lo posible. De este modo, por ejemplo, podrían reunirse en un personaje cualidades de un buen político. En este sentido, el presidente Jed Bartlet (*Martin Sheen*), de la serie *El Ala Oeste de la Casa Blanca*, aparece representado con muchas de las características que los estadounidenses querrían ver en su propio presidente (Phalen y Kim, 2006). Esta posibilidad de la ficción permitiría a su vez realizar una cierta pedagogía política sobre el deber ser, los modelos y los referentes de la vida pública.

En definitiva, sin olvidar los riesgos que apunta la corriente crítica y compartiendo la segunda corriente de pensamiento, es imperiosa la necesidad de integrar la ficción como un objeto de estudio propio —no exclusivo, evidentemente— de la Comunicación Política. Sólo de este modo podrá avanzarse en el inicio de posibles líneas de investigación propias, ayudar a explicar mejor las dinámicas de un fenómeno ya instalado en nuestra sociedad y vida pública y, por lo tanto, acercarse a un consideración científica de este género desde una nueva perspectiva propia.

3. LÍNEAS PARA LA INVESTIGACIÓN POLÍTICA

Delimitar el campo de estudio de la ficción política no resulta una tarea sencilla, dado que la propia ficción y la propia política son ámbitos de difícil delimitación, amplios y profundos, que abarcan aspectos múltiples de los géneros comunicativos en un caso y de la vida social en otro⁶. De todos modos, parece oportuno comenzar diciendo por qué se adopta aquí el concepto de “ficción política” frente a otros conceptos afines. Si nos ceñimos al concepto de cine político, dejaríamos de lado toda la producción de series televisivas que por sus características de interacción política parecen tener un claro amparo bajo los estudios de Comunicación Política. Cuando se toma el término ficción, parece que dejamos de lado los documentales que hablan desde un género más informativo de aspectos políticos, como puede ser el caso de *Feed* (1992), *The War Room* (1993), *Journeys with George* (2002), *So Goes the Nation* (2006), *By the People: The election of Barack Obama* (2009), entre otros. Sin embargo, la mezcla de géneros que actualmente se produce en casos como el documental *Fahrenheit 9/11* (2004) dificulta bastante su clasificación (Toplin, 2006). La palabra “ficción” proviene de ‘fingir’, más exactamente del latín *factio*, -onis, derivado del verbo *fingere*, que significaba ‘amasar’, pero también ‘representar’ (en escena) o ‘inventar’. Según el Diccionario de la Real Academia, la ficción es la clase de obras literarias o cinematográficas, generalmente narrativas, que suelen tratar sucesos y personajes imaginarios. Descartamos en este momento, como hemos comentado anteriormente la ficción literaria y nos centramos en la audiovisual.

Teniendo en cuenta estas consideraciones, puede argumentarse la idea según la cual toda ficción es política, en el más amplio sentido de la palabra. El trasfondo ecológico de la historia narrada en *Liberad a Willy* (*Free Willy*, 1993) o la filípica del boxeador americano en plena Unión Soviética en *Rocky IV* (1985) son, de uno u otro modo, mensajes políticos. Sin embargo, desde la Comunicación Política el enfoque debería ir más hacia aquella ficción que haga relación a la política entendida desde un punto de vista más concreto. Es decir, aquella que versa sobre el ejercicio de la política como tal y no tanto aquella que tiene unos efectos políticos o sociales. En este sentido, resulta útil la distinción que realiza Ian Scott entre la ficción ideológica — donde se pueden adecuar los dos ejemplos mencionados— y la ficción política, entendida como el reflejo del ejercicio del poder político (Scott, 2000, p. 17).

Partiendo de esta distinción, aquellas producciones cuya intencionalidad pueda ser la introducción de un tema en la agenda política, serían de corte ideológico⁷. Sin embargo, las que versan sobre la política en sí, ya sea en sus procesos, personajes, etc., quedarían dentro de la ficción política. Según esta consideración, podemos

⁶ Al respecto, es interesante lo apuntado en Gianos (1998, xii) al comparar el cine político y la política propiamente tal: “Ambos crecen en el mismo lugar, acuden a las mismas fuentes, hablan del mismo modo poderoso y ambiguo (...) No son lo mismo, pero tampoco son totalmente diferentes. En su propio estilo, ambos se dirigen a la misma audiencia”.

⁷ Aunque no es de modo científico propiamente, sino más bien expositivo, resulta interesante lo que se señala en Neve (1992, 56 y ss.) y en Neve (1992, 181 y ss). Por un lado, se trata del cine y la agenda de liberales y radicales a través del cine y, por otro, la ya mencionada detección de la supuesta introducción de una agenda comunista por medio de la pantalla grande.

abordar la ficción política según trata de procesos (elecciones, nombramientos, etc.), personajes (presidentes, candidatos, etc.), denuncias y/o cuestiones de actualidad política (como por ejemplo el 11-S e Irak). Cabría también una catalogación por temas, como puede ser elecciones, corrupción y manipulación, vidas de políticos, hechos políticos, dinámicas de la política cotidiana, etc.

Junto a esto, consideramos que este género es susceptible de ser analizado desde la perspectiva de la Comunicación Política, es decir, que ésta puede investigar desde su propia disciplina este género con el ánimo de complementar los estudios realizados por el momento en el género informativo. Las perspectivas que a continuación se plantean pretenden, pues, ayudar a descubrir estos nuevos territorios, más que ofrecer un listado exhaustivo y cerrado de posibles planteamientos. Proviene de distintos ámbitos de la comunicación como son los estudios más teóricos sobre la naturaleza misma del fenómeno comunicativo; de las tendencias en Comunicación Política y sus tradicionales estudios; o de los modos de análisis comparativos y trabajados por distintas escuelas.

Desde la Teoría de la Comunicación Política, puede considerarse el estudio de la ficción política como una mediación entre la realidad política y las audiencias de manera que se atienda a las dimensiones de realidad que se manejan en tres niveles: realidad política como tal, realidad interpretada en la ficción y realidad percibida por el espectador. Desde el punto de vista de la Teoría de la Comunicación Política, podríamos hablar de una realidad políticamente mediada que, según Nimmo y Combs (1990), es una forma de mediación política que nos revela las estrategias y los rituales del poder, a través de las experiencias sociales compartidas o las experiencias que afectan a los individuos. Así pues, la ficción audiovisual contribuiría decisivamente a la creación de un imaginario político a través del cual los individuos dotarían de sentido al mundo que está más allá de su experiencia inmediata y, por ende, interpretarían el proceso político y sus autores.

Los estudios de la narratividad propia de la ficción y ésta como modo de ayuda de una explicación de las complejidades políticas, con dinámica propia, resultan de gran interés. La narratividad analiza el esquema con el que todos buscamos el sentido de lo que sucede, el modo de sucederse las narraciones que aporta una lógica a los acontecimientos. Por ejemplo, trata sobre el esquema origen-desarrollo-consecuencias que contienen muchas historias, o sobre las denominadas narratividad lineal y final. Otras presentaciones de los acontecimientos siguen lógicas de justificaciones-causas-consecuencias. Por ejemplo, y siguiendo a Kenneth Burke, la acción contiene cuatro motivaciones principales que configuran la comunicación y el orden social: culpabilidad, redención, jerarquía y victimización⁸, de modo que los papeles de héroe y villano, configuran asimismo caracteres narrativos capaces de concentrar muchas particularidades entendibles. Dentro de estos análisis, podríamos también incluir el modo de entender el mundo como algo bipolar o donde siempre se buscan dicotomías

⁸ Burke explica que la vida humana se desarrolla en ciclos siguiendo este ritual de purificación (*order, pollution, guilt, purification, redemption, order*). La comunicación religiosa es objeto de estudio por parte del autor ya que la considera como el paradigma de cualquier retórica, sobre todo la comunicación de la religión cristiana. (Burke, 1970).

as explicativas (lo bueno y lo malo; poderosos y explotados; público-privado; hombre-mujer.). Todas estas fórmulas y muchas otras se han trabajado para extraer el sentido de las realidades a las que nos enfrentamos y su reflejo en los guiones de series y películas. Ayudan tanto a la realización y caracterización de la historia y sus personajes como a la comprensión por parte de la audiencia de la misma, pero además, entrañan formas de entender el mundo, en nuestro caso político, muy interesantes para el análisis de los investigadores en comunicación política.

Consideramos también que puede resultar muy interesante el trabajo en torno a otras perspectivas también teóricas que desde los años 70 imperan en el ámbito de la comunicación y que hasta ahora sólo han sido aplicadas a géneros informativos. Estamos hablando de aquellas teorías que inciden en cómo a través de la notoriedad, selección y énfasis, los medios consiguen que un tema penetre en la sociedad, tales como el priming, framing o la agenda setting (Mc Combs, 2004; Sádaba, La Porte y Rodríguez-Virgili, 2008). En todas ellas, se parte de un interés por conocer cómo los medios influyen en los ciudadanos, y las respuestas se dan a través de la selección de la agenda, a través de la influencia en el conocimiento o en las conductas (Sádaba, 2008). Sería interesante explorar ahora el establecimiento de agenda de temas en una serie de televisión o una película, los frames dominantes con los que se lanzan los mensajes, o cómo se destacan una serie de temas. Su análisis daría lugar a trabajos que complementen las investigaciones desarrolladas hasta el momento en los géneros informativos y que incluso podrían contribuir al esclarecimiento de dichas teorías, todavía sometidas a un importante debate conceptual y metodológico.

Por ejemplo, Holbert estudia los efectos de priming en la serie *El Ala Oeste de la Casa Blanca* y concluye que desde la serie se aporta una imagen positiva de la presidencia en Estados Unidos y que esto se traduce en percepciones positivas de los presidentes en la vida real. Además, esta imagen difiere mucho de la que se da en las noticias sobre el presidente americano, con lo que se aporta una perspectiva diferente (Holbert, 2003). Dos años más tarde, el mismo autor haría lo propio con el *framing*, identificando roles profesionales y personales del presidente Bartlet (Holbert, 2005).

El desarrollo de estas teorías ha permitido ver que hay variables que modifican sustancialmente los efectos que una noticia puede tener sobre la audiencia, en lo que se ha denominado, percepción selectiva⁹. Factores como la educación de la audiencia o la frecuencia de exposición a los medios, parecen también ahora fundamentales para poder extraer resultados concluyentes de la influencia de estos productos audiovisuales en la audiencia.

⁹ Según la teoría de la percepción selectiva la audiencia presta atención a lo que le interesa o a lo que concuerda con lo que piensa. Es decir, la predisposición del espectador es una variable que explica el comportamiento ante los mensajes. La percepción selectiva encuentra una explicación más detallada en los estudios que añaden otra variable interesante en los efectos: la frecuencia o tiempo de la exposición. En este sentido, un estudio de los anuncios del PSOE en 1996 demostraba que cuanto mayor era la exposición a los medios, mayor era la capacidad para reconocer apreciaciones negativas sobre el candidato preferido de cada ciudadano (Sánchez Aranda y otros, 1997).

Además de estas cuestiones teóricas, existe todo un campo de temas o tendencias, que la Comunicación Política ha tratado en los últimos años tales como la globalización, la americanización o la personalización de la política a los que la ficción política podría aportar un enfoque interesante y muy trasladable a los estudios ya realizados (Maarek, 1997; Negrine, Mancini y Holtz-Bacha, 2007), generándose una inevitable ampliación del campo visual y de acción de la Comunicación Política.

Pueden plantearse cuestiones tales como si la ficción contribuye al incremento de la personalización de la política o, si de la misma manera que existe un traslado de los modelos de campaña electoral americanos a otras realidades políticas, pueden llevarse series como *El Ala Oeste de la casa Blanca* a la ficción local. De igual manera, cabe preguntarse si unos sistemas o contextos políticos favorecen la producción de esta ficción o no. Lo anterior, porque posiblemente en partitocracias o en democracias jóvenes —tanto en años como en madurez— resulte más difícil la realización de productos con estas características.

Para completar este abanico de perspectivas que pueden trabajar la ficción y la política de manera conjunta, contemplamos una perspectiva interesante de análisis que en el caso de la ficción política adquiere relevancia especial: aquella que compara las narraciones de la ficción con una realidad política concreta. El trabajo de Phalen y Kim incide en esta línea cuando compara los caracteres presidenciales de distintas series televisivas con la institución presidencial americana. Tenenboim–Weinblatt apunta en esta dirección cuando expone la comparación entre el protagonista de una serie, sus decisiones e impacto en la vida pública con la actuación de su país en los últimos tiempos (Tenenboim–Weinblatt, 2009). También en este sentido, Concepción Cascajosa ha desarrollado un trabajo comparativo entre el 11-S y la serie 24 (Cascajosa, 2003), o algunos columnistas españoles han comparado caracteres de la ficción con los políticos que lideran los partidos españoles¹⁰.

Cualquiera de las cuatro perspectivas —la Teoría de la Comunicación Política, la Teoría de los Efectos, los temas o tendencias tratados actualmente en el área y la conexión realidad-ficción—, asume que para entender mejor las percepciones públicas de la política es interesante el estudio de la ficción política, y que ésta, cada vez con más peso, penetra en los hogares y configura un mundo y un marco de referencia para las audiencias. Ya se trate de perspectivas con análisis como los apuntados, ya sea para ayudar a completar el panorama que se abre a las audiencias, política y medios como vehículo de mensajes y percepciones, se trata de estudios complementarios al objeto tradicionalmente establecido para la Comunicación Política: la información.

Ahora bien, transversalmente a estas perspectivas, ha aparecido el tema de los efectos en las audiencias. Efectivamente, éste ha sido una de las cuestiones fundamentales para los investigadores y el punto de partida de muchas de las teorías mencionadas¹¹. No sólo los medios han tenido un protagonismo en los estudios de efectos,

¹⁰ Cfr., p. ej., las cartas del director de Pedro J. Ramírez, “El Presidente y Miss Wade”, *El Mundo*, 17.4.2005 o “Trampas en el solitario”, *El Mundo*, 1.10.2006.

¹¹ En relación con los efectos de los medios, es interesante revisar la evolución de la investigación sobre los mismos. Hasta 1940, se considera que los medios tienen efectos muy poderosos sobre los ciudadanos, idea alentada por los logros obtenidos por la propaganda durante la Primera Guerra Mundial. De 1940 a 1960 las inves-

sino cualquier técnica comunicativa, como los anuncios, los *slogans*, los debates electorales, etc. Y aquí el campo de investigación es abundante, porque como indica McNair, para el caso de los spots electorales, el político controla la codificación del mensaje en el spot pero no su descodificación (McNair, 1995, p. 84). Sin embargo, aún es muy escasa la investigación sobre los efectos de las películas o las series televisivas (Van Zoener, 2007, p. 531)¹².

En primer lugar, como cualquier estudio de efectos en el área de la comunicación política, es importante considerar los números totales de audiencia, es decir, el número de espectadores que han visto la película, la serie, etc. Normalmente, estas cifras sobrepasan mucho a las de los géneros informativos con los que trabajan los estudiosos de la materia. Por ejemplo, la serie *El Ala Oeste de la casa Blanca* ha llegado a tener 12 millones de audiencia en Estados Unidos. También, la percepción selectiva previamente apuntada, que en el caso de la política muestra a segmentos muy definidos, algunos con un alto nivel de politización y fidelidad hacia los temas políticos y otros muy distantes y lejanos.

En segundo lugar, habría que delimitar bien el nivel de estudio u objetivo a someter al análisis desde el punto de vista de los efectos. En este sentido, la comunicación política ha distinguido de modo habitual en tres tipos de efectos (Kaid, 1981) que bien pueden aplicarse a la ficción.

Nivel de cogniciones. En este nivel, se analiza si incrementan el nivel de conocimiento de la política, instituciones, los candidatos, programas o partidos. Los estudios demuestran, que la ficción política influye positivamente en el grado de información que tienen los ciudadanos sobre las dinámicas políticas.

Nivel de juicios y afectos. Se examina el grado de sentimiento positivo o de rechazo a un candidato, institución, las cualidades que se le atribuyen y su imagen. Aquí la investigación realizada apunta que los efectos son menos claros que en el primer nivel, el cognitivo, y tienen que ver también con la frecuencia y el perfil de exposición. Por ejemplo, Patricia Moy y Michael Pfau llegan a esta conclusión tras realizar una investigación en la que relacionan entretenimiento prime tv con la confianza en las instituciones democráticas (Moy & Pfau, 2000).

Nivel de comportamiento. Este nivel es el que analiza si la ficción política ha modificado las pautas de comportamiento político de la gente, por ejemplo, si se influye en la dirección del voto, si moviliza a un ciudadano antes más pasivo. En este punto, no se han llegado a mantener resultados concluyentes.

En tercer lugar, y siguiendo con el modo de abordar los estudios de los efectos en esta área, habría que ampliar el abanico de funciones y efectos de esta área para someterlos a su investigación. Desde la perspectiva de la audiencia, existen muchas actitudes posibles ante la ficción política y también funcionalidades particulares

tigaciones que comprueban la escasa incidencia de las campañas en el comportamiento electoral hacen que se vean estos efectos de modo muy limitado. Desde 1960, se vuelven a valorar los efectos como poderosos, si bien de modo más cauto pues considera a la audiencia activa ante la recepción de los mensajes (Klapper, 1974).

¹² Aunque no de modo científico propiamente tal, Shenkman (Rollins y O'Connor, 2003, p. xiv), por ejemplo, apunta que "aunque el poder de Hollywood de conformar nuestra percepción de un presidente en particular, su poder para configurar cómo pensamos acerca de los presidentes en general ha sido muy fuerte".

ventajas. Por supuesto, hay quienes lo ven como mero entretenimiento, por la emoción, la trama, personajes, etc., pero no por su contenido político. Sin embargo, también puede suceder que quienes se introdujeron en una serie por mero entretenimiento acaben con un interés por las instituciones o los procesos políticos, interés despertado por la ficción.

En este sentido, puede hablarse de una funcionalidad pedagógica que permite al espectador acercarse a las complejidades de la política, como sucede con la película *Caballero sin espada* (*Mr Smith goes to Washington*, 1939) en la que se acercaban los mecanismos del Senado norteamericano a través del protagonista encarnado por James Stewart. Ocurre lo mismo con *Recount* (2008), que explica lo ocurrido en el Estado de Florida en las elecciones presidenciales de 2000 o la miniserie de HBO, *John Adams* (2008), premiada con 13 Emmys y 4 Globos de Oro y que expone la excelencia humana y política de uno de los padres fundadores de Estados Unidos. Del mismo modo, puede contribuir a la socialización política y ayudar al ciudadano a adentrarse en un lenguaje y en unos procedimientos que de otro modo le serían ajenos. Así mismo, el elocuente “*What do we do now?*” de Bill McKay tras ganar las elecciones en *El Candidato* (*The Candidate*, 1972) muestra al ciudadano el valor que muchas veces puede llegar a tener un equipo de asesoramiento. Un ejemplo reciente se ve en *El Último Voto* (*Swing Vote*, 2008) donde se humaniza el complejo sistema electoral norteamericano y también en la oscarizada *Mi nombre es Harvey Milk* (*Milk*, 2009), película en la que se ve con claridad la importancia de la configuración de un circunscripción electoral para ganar un mayor número de votos.

Otro efecto de la ficción es que incrementa el poder simbólico de la política¹³. La misma película de Frank Capra recién apuntada es paradigmática en ello. Las escenas del recién elegido congresista extasiado al ver la cúpula del Capitolio y sus visitas al Lincoln Memorial para buscar descanso y consejo han sido reproducidas incluso en la serie animada *Los Simpson*, en el episodio originalmente llamado *Ms. Lisa goes to Washington* y en el que la pequeña visita el Jefferson Memorial para resolver sus problemas. En *El último hurra* (*The last hurrah*, 1958), el alcalde Frank Skeffington se presenta por quinta vez a la reelección y al perder frente a su mediático adversario muestra a todos su inagotable vocación política anunciando su candidatura a gobernador. Por último, en *24* (2001-...) el agente Jack Bauer —con todo lo reprochables que puedan ser algunas de sus acciones— sólo es sosegado bajo las órdenes del presidente de los Estados Unidos, aunque eso acarree su propia muerte o dispararle a un amigo. En la misma línea, la última entrega de Oliver Stone, *W* (2008) muestra, con referencias al béisbol, cómo George W. Bush fue absorbido por el poder hasta quedar sólo o, en *El desafío: Frost contra Nixon* (*Frost/Nixon*, 2008) como el intento de aferrarse al poder lleva a un político a faltar a la verdad.

Por otro lado, puede suceder que la ficción política tenga un efecto en los mismos políticos, que consideren las conductas de la ficción interesantes o replicables.

¹³ Ver, por ejemplo, Ian Scott (2000, pp. 6-25).

(Flores, 2008; Tenenboim–Weinblatt, 2009). No debe olvidarse que la investigación sobre el entretenimiento mediático ha teorizado que uno de los principales actores explicativos del disfrute de los formatos narrativos es la identificación con los personajes (Igartua & Muñiz, 2008). Este efecto idealizador de la política, permite presentar personajes atractivos y que el público comience a tomar interés por sus funciones. Ciertamente, con esta idealización, se nos permite reflexionar sobre la política, enjuiciar y comparar con la realidad, de manera que podamos formar un criterio del deber ser político.

Por todo ello, quizás a diferencia de las técnicas de comunicación política, que sobre todo influyen en el refuerzo de ideas previas, la ficción política puede contribuir a un cambio progresivo de juicios y comportamientos, ya que los ritmos son muy distintos y las posibilidades de penetrar en el mensaje múltiples. Y estos efectos en las valoraciones no son siempre positivos. La película *Cortina de Humo* (*Wag the dog*, 1997) cambia la percepción del público sobre la política, pero hacia un marcado escepticismo.

A título de ejemplo, estudios realizados sobre la serie *El Ala Oeste de la Casa Blanca* demuestran los siguientes efectos (Holbert, 2003) a los que añadimos una explicación:

- Las evaluaciones que hace la gente tras ver la serie sobre la presidencia son mucho mejores respecto a aquellos que no la han visto.
- La imagen que revelan sobre dicha institución es cualitativamente distinta de la que se da en las noticias, aportando una perspectiva mucho más amplia y dinámica que la entregada por los telediarios.
- Se ofrece la imagen de Estados Unidos como una nación, concepto simbólico que no logran entregar otros productos como los mismos informativos de televisión.
- Se humaniza la imagen del presidente, pues se exhibe ya no sólo su actuar como mandatario “detrás de las cámaras de televisión”, sino que además se le muestra en familia y con problemas humanos no muy diferentes a los que pueden tener muchos telespectadores.
- En las noticias se conocen las decisiones tomadas, aquí se puede ver todo lo que hay detrás de esa decisión: quiénes la tomaron realmente, cómo y, principalmente, por qué.
- En las noticias de los telediarios el periodista da las propias conclusiones mientras que en la ficción, precisamente al tener un campo visual de la situación más amplio y sin un filtro periodístico, cada uno llega a un juicio personal.

Por lo tanto, las valoraciones y efectos que desde la ficción política pueden crearse en las audiencias permitirían un acercamiento de estos temas desde una perspectiva más fresca y fácil para el espectador. En una época de gran convulsión política, de escepticismo y de saturación, cabe aprovechar la ficción como plataforma de un nuevo pensamiento sobre la política.

4. CONCLUSIONES

Tras la lectura de estas líneas, se asume que queda mucho por decir, escribir y, sobre todo, por investigar respecto a la relación entre ficción audiovisual y política. Las diversas líneas de investigación, la delimitación de la ficción como un objeto de estudio que, aunque no exclusivo, pueda formar parte de la Comunicación Política como ciencia; o el estudio científico y acabado sobre los efectos reales que esta nueva veta de estudio tiene en las diversas capas de la audiencia. Estos son algunos de los escenarios que se abren.

La presente propuesta, que como tal no tiene ánimo de ser exhaustiva, intenta advertir a quien se dedica a la Comunicación Política de una realidad que, como se ha visto, algunos pocos han logrado percibir y con la que aún queda mucho por hacer.

Quedan, efectivamente, innumerables cuestiones pendientes. Determinar, por ejemplo, la noción de calidad según la cual un producto de ficción pueda ser sometido a una investigación propiamente científica. ¿Es igualmente válida —por dar una muestra sin suspicacias pero a la vez compleja— la imagen de candidato entregada por *El Político* (*All the king's men*, 1949) protagonizada por Broderick Crawford y la de *Todos los hombres del rey* (*All the king's men*, 2006), protagonizada por Sean Penn? Los críticos y la taquilla, al menos, dicen que no, pese a ser ambas adaptaciones de la misma novela de Robert Penn Warren.

Presentan un camino abierto también las metodologías de análisis que podrían utilizarse en adelante. Desde la Comunicación Política, creemos que no se tendría por qué descartar el uso de técnicas de análisis ya probadas en objetos de estudio como son los debates o los spots electorales. Propuestas como el análisis discursivo-retórico de Arantxa Capdevilla (Capdevilla, 2004) o el *videostyle* de Kaid (Kaid y Johnston, 2001) podrían ser buenos comienzos para el contraste metodológico.

En definitiva, quienes nos dedicamos a la Comunicación Política tenemos un desafío por delante, de gran impacto social pero también importante para enriquecer los paradigmas con los que hemos trabajado hasta el momento. Abrir el campo de investigación a la ficción política puede ayudar también a edificar una disciplina todavía joven pero con un importante caudal de producción en todo el mundo.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUM, M. A. (2005). Talking the vote: Why presidential candidates hit the talk show circuit, *American Journal of Political Science*. 49 (2), pp. 213-234.
- BERROCAL, S. (2003). *Comunicación Política en televisión y nuevos medios*. Barcelona, Ariel.
- BLUMLER, J. & KAVANAGH, D. (1999). The third age of Political Communication: Influences and features”, *Political Communication*. 16, pp. 209-230.
- BURKE, K (1970). *The Rhetoric of religion*. Berkeley: University of California Press.
- CANEL, M.J. (2006). *Comunicación Política. Una guía para su estudio y su práctica*. Madrid: Tecnos.
- CAPDEVILLA, A. (2004). *El discurso persuasivo. La estructura retórica de los spots electorales en televisión*. Barcelona: Aldea Global.

- CAPELLA, J. & JAMIESON, K. (1997). *Spiral of cynicism*, New York: Oxford University Press.
- CASCAJOSA, C. (2003). A través del espejo: El mundo después del 11-S en 24. *Revista Latina de Comunicación Social*. 56.
- FLORES JUBERÍAS, C. (2008). *Todos los filmes del presidente. La presidencia de los Estados Unidos a través del cine*, Valencia: Museu Valencià de la Il·lustració i de la Modernitat (Col. Quaderns del MuVIM n.º 12).
- GAMSON, W. A. & MODIGLIANI, A. (1989). Media discourses and Public Opinion on nuclear power: A constructionist approach, *American Journal of Sociology*. 95 (1), pp. 1-37.
- GARCÍA, A.N. & GONZÁLEZ, Y. (2008). Cine y compromiso. Cuando la cámara trabaja en las trincheras, *Nuestro Tiempo*. 646, pp. 20-35.
- GENOVESE, M. A. (1986). *Politics and the cinema: An introduction to political films*. Lexington: Ginn Press.
- GIANOS, P. L. (1998). *Politics and politicians in american film*. London: Praeger.
- GITLIN, T. (1980, 2003). *The whole world is watching!* Berkeley: University of California Press.
- HALLENBERGER, G. (2004). TV fiction in a reality age, *Studies in Communication Sciences*.4 (1), pp. 169-181
- HOLBERT, R. L., 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.
- (2005). The West Wing and depictions of the American Presidency: expanding the domains of framing in Political Communication, *Communication Quarterly*. 53 (4), pp. 505-522.
- HUERTA, M. A (2008). Cine y política de oposición en la producción estadounidense tras el 11-S, *Comunicación y Sociedad*. Vol. XXI (1), pp. 81-102.
- IGARTUA, J. J. & MUÑIZ, C. (2008). Identificación con los personajes y disfrute ante los largometrajes de ficción. Una investigación empírica, *Comunicación y Sociedad*. VOL. XXI (1), pp. 25-51.
- KAID, L. & JOHNSTON, A. (2001). *Videostyle in presidential campaigns. Style and content of televised political advertising*. Westport: Praeger.
- KAID, L. (1981). Political advertising in Nimmo, D. and Sanders, *Handbook of Political Communication*.
- KELLNER, D. (1990). *Television and the crisis of democracy*. Westview Press.
- KLAPPER, J. (1974). *Efectos de la comunicación de masas: Poder y limitaciones de los medios modernos de difusión*. Madrid: Aguilar.
- MAAREK, P. (1997). *Marketing político y comunicación*. Barcelona: Paidós.
- MCCOMBS, M. (2004). *Setting the Agenda*. Cambridge: Polity Press.
- MCNAIR, B. (1995). *An introduction to Political Communication*. New York: Routledge.
- MOY, P. & PFAU, M. (2000). *With malice toward all? The media and the public confidence in democratic institutions*. Westport-Connecticut- London: Praeger.
- MUTZ, D. (2001). The future of Political Communication research: Reflection on the occasion of Steve Chaffee's retirement from Stanford University", *Political Communication*. 18, pp. 231-236.
- NEGRINE, R.; MANCINI, P.; HOLTZ-BACHA, C. & PAPANASSOPOULOS, S. (2007). *The professionalization of Political Communication*. Bristol: Intellect.
- NEVE, B. (1992). *Film and politics in America*. London: Routledge.
- NIMMO, D. & Combs, J.E. (1990). *Mediated political realities*. New York: Longman.

- NIR, L., & MUTZ, D. (2005). *Not necessarily the news: Effects of fictional television on real world policy preferences*. Paper presented at the American Political Science Association annual conference.
- PHALEN, P. & KIM, J. (2006). *Hollywood representations of political power: Imagined presidencies*. Paper presented at the American Political Science Association annual conference en Philadelphia.
- POSTMAN, N. (1991). *Divertirse hasta morir. El discurso público en la era del "Show Business"*. Barcelona: La tempestad.
- RAMONET, I. (1998). *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Debate.
- ROLLINS, P. & O'CONNOR, J. (eds.) (2003). *Hollywood's White House. The american presidency in film and history*. Kentucky: The University Press of Kentucky.
- SÁNCHEZ ARANDA, José Javier y otros. (1997), "Framming effects of Negative Political Advertising", ponencia presentada en Congreso regional de la World Association of Public Opinion (WAPOR) en la Universidad de Navarra.
- SÁDABA, T. LA PORTE, M.T. & RODRÍGUEZ-VIRGILI, J. (2008), La teoría del *Framing* en la investigación en Comunicación Política, en CANEL, M.J. y G.^a GURRIONERO, M., *Estudios de Comunicación Política. Libro del año 2008*, ACOP, Madrid, pp. 15-30.
- SÁDABA, T. (2008). *Framing: El encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujía.
- SARTORI, G. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Madrid: Taurus.
- SCOTT, I. (2000). *American politics on Hollywood films*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- STAPLETON, K. R. (1998). From the margins to mainstream: the political power of hip-hop, *Media, Culture & Society*. 20 (2), pp. 219-234.
- SWANSON, D. L. (2001). Political Communication research and the mutations of democracy, *Communication Yearbook*. n.º 24, pp. 189-206.
- TENENBOINM-WEINBLATT, K. (2009). Where Is Bauer When You Need Him? The Uses of Television Drama in Mediated Political Discourse, *Political Communication*. 26, pp. 367-387.
- TOPLIN, R. B. (2006). *Michael Moore's Fahrenheit 9/11: How one film divided a Nation*. University Press of Kansas.
- TOUBIANA, S. (1997). Retour du politique (suite), *Cahiers du Cinema* 511, pp. 28-29.
- TRENZADO, M. (1999). *Cultura de masas y cambio político: El cine español de la transición*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- . (2000). El cine desde la perspectiva de la Ciencia Política, *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*. 92, pp. 45-70.
- URIS, P. (1999). *360º en torno al cine político*. Diputación de Badajoz.
- VALANTIN, J.M. (2008). *Hollywood, el Pentágono y Washington. Los tres actores de una estrategia global*. Barcelona: Laertes.
- VAN ZOONEN, L. (1998). A day at the zoo: Political Communications, pigs and popular culture", *Media, Culture & Society*. 20, pp. 183-200.
- . (2007). Audience reactions to Hollywood politics, *Media Culture Society*. 27, pp. 531-547.
- . (2006). The personal, the political and the popular, *European Journal of Cultural Studies*. 9, pp. 287-301.
- WHITEBROOK, M. (ed.) (1991). *Reading political stories*. Maryland: Lanham, Rowman and Littlefield.
- ZIMMER, C. (1976). *Cine y política*. Salamanca: Zoom.

RESUMEN

La Comunicación Política ha experimentado un gran desarrollo en los últimos años tanto en la praxis profesional como en la labor académica. Por lo general, los investigadores se han centrado en las campañas electorales, la comunicación estratégica de las instituciones, los medios de comunicación o los efectos en los electores. Sin embargo, la ficción aparece hoy como un nuevo espacio donde los políticos, los ciudadanos y los medios de comunicación pueden interactuar con otros patrones y mecanismos. Desde el punto de vista académico, escasean los estudios sistemáticos de este género y su relación con la Comunicación Política. Este artículo trata de abrir una línea de estudios en esa dirección, destacando las posibilidades para la Comunicación Política, que incluyen la teoría de la Comunicación Política, la teoría de los efectos, las tendencias actuales y la conexión entre la realidad y la ficción.

Palabras clave: Comunicación Política, ficción audiovisual, cine, series de televisión, cultura, efectos

ABSTRACT

During the last few decades, Political Communication has grown both as a practice and academic discipline. Usually, in this field researchers have highlighted how news media portrait politicians and political issues, how politicians develop strategies intending exposure to the media, and how audiences react to those inputs. However, today fiction appears as a new arena where politicians, citizens and the media can interact following other patterns and mechanisms. Films and TV shows are working with political topics and reaching large audiences. From the scholar view, there is no systematic study of this new genre and its relation to Political Communication. In this paper, we try to start a line of studies in such direction, stressing possible insights to explore in Political Communication in this area, including the theory of Political Communication, the theory of effects, the trends currently dealt with in the field, and the connection between reality and fiction.

Key words: Political Communication, Audiovisual fiction, films, TV series, culture, effects.

RÉSUMÉ

La communication politique a éprouvé un grand développement dans les dernières années tant dans la praxis professionnelle comme dans le secteur académique. Généralement, les experts se sont centrés dans les campagnes électorales, la communication stratégique des institutions, les moyens de communication ou les effets sur les électeurs. Néanmoins, la fiction apparaît aujourd'hui comme un nouvel espace où les politiciens, les citoyens et les moyens de communication peuvent interagir avec d'autres patrons et mécanismes. Les films et les programmes de la TV travaillent avec des items politiques et ont des grandes audiences. Du point de vue académique, il nous manquent les études systématiques de ces genres et de leur relation avec la communication politique. Cet article essaye d'ouvrir une ligne d'études dans cette direction, en soulignant les possibilités pour la Communication Politique, qui incluent la théorie de la communication politique, la théorie des effets, les tendances actuelles et la connexion entre la réalité et la fiction.

Mots clé: Communication politique, fiction audiovisuelle, films, series de TV, culture, effets.