

Politainment. La política espectáculo en los medios de comunicación

Salomé Berrocal (coord.)

Tirat lo Blanch

Valencia, 2017

204 pp.

ISBN: 8416786208

Hemos compartido con ellos bailes, canciones, deportes, juegos, posados, consejos de belleza, peinados, recetas, confidencias... Extenso, inagotable, es el repertorio de variedades que la comparsa política ha interpretado en todas las cabalgatas mediáticas. Han bebido, una y otras, del combinado de éxito del momento, mezcla de información política y entretenimiento, infoentretenimiento político, política espectáculo o, como ha llegado a conocerse el cóctel en este mundo hipermediado y global, *politainment*.

Extranjerismo necesario que recoge destacado y en mayúsculas el primer libro en español focalizado exclusivamente en torno al tema: *Politainment*. La política espectáculo en los medios de comunicación, coordinado por Salomé Berrocal Gonzalo, catedrática profesora titular de Periodismo en la Universidad de Valladolid y consagrada investigadora en el ámbito de la comunicación política; respalda la obra el proyecto de I+D+i que lidera bajo el título “El infoentretenimiento político en televisión e Internet. Formatos, audiencias y consecuencias en la comunicación política española” (INFOPOLNET).

Un total de nueve capítulos y catorce investigadores desgranar con carácter deductivo la totalidad del fenómeno; desde su enfoque más universal hasta sus manifestaciones concretas y presencia actual en todos los medios. La investigación sobre la política espectáculo deja así de estar circunscrita en exclusiva al entorno televisivo. Si

bien conserva en este formato su mayor éxito y manifestaciones más destacadas, se extiende a otros ámbitos, como la radio, las publicaciones periódicas, Internet, el cine de mediana envergadura e incluso soportes alternativos como el cómic. El libro las aborda todas, e incluye también reflexiones transversales de gran interés, como el papel desempeñado por el *politainment* en la convergencia mediática, el empleo de la narrativa transmedia en la articulación del discurso y sus protagonistas, y sus cualidades éticas.

También su naturaleza histórica, cultural e incluso antropológica, unidos como están desde antaño espectáculo y política; desde la teoría moderna sobre los gobernantes iniciada por Maquiavelo hasta nuestros días, con el tándem industria cultural y medios de comunicación como articuladores de una sociedad que tanto da que sea “de masas” o esté “en red”, porque el gusto por el entretenimiento y las apariencias parece ser consustancial al ser humano. Son, en cualquier caso, consideraciones de fondo y calado para comenzar a discutir el tema desde sus raíces, en las que nos introduce desde el prólogo Luis Núñez Ladevéze, catedrático profesor emérito de la Universidad CEU San Pablo.

Antecedentes más inmediatos del *politainment*, junto con su desarrollo en las últimas décadas, éxito creciente y repercusiones para todas las partes implicadas nos ofrece la propia Salomé Berrocal en un primer y completo apartado introductorio que deja paso al resto de intervenciones, referidas tanto a los espacios, formatos y géneros imperantes hoy en la política espectáculo como a algunas de sus manifestaciones transversales: la comercialización, las campañas electorales o la construcción de la figura política.

Virginia Martín Jiménez (Universidad de Valladolid), Tamara Vázquez y Elena Cebrián (Universidad CEU San Pablo) analizan los espacios y formatos pioneros del *politainment* televisivo en España; los de ayer y los de hoy. Exhaustivo análisis que nos permite la comparar y comprobar el interés mediático y del público por el entretenimiento político.

También orientadas a la televisión, con referencias a la radio, pero sobre todo centradas en la tertulia política como espectáculo, Pilar Sánchez-García (Universidad de Valladolid) y María Victoria Campos (Universidad Rey Juan Carlos) trazan la cartografía del género e identifican sus estilos más característicos. Otro género, en este caso la entrevista, ocupa la investigación de Raquel Quevedo Redondo (Universidad de Valladolid). La entrevista blanda, heredera de las softnews, con presencia igualitaria de lo personal y profesional, con abundancia de adjetivación, emotividad y, por contra, poca contextualización. Interesante la relación existente en torno a estas piezas y las revistas femeninas, el concepto de poder femenino que construye esta asociación.

Desde México participan Martín Echeverría (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla) y Norma Pareja Sánchez (Universidad Autónoma de la Ciudad de México). El primero centra su investigación en el elemento comercial del entretenimiento político, la relación entre la aparición de la política espectáculo y la venta de ejemplares en prensa; por su parte, Norma Pareja analiza la presencia y manifestaciones de la política espectáculo en campaña, tanto en radio como televisión, durante el proceso electoral federal mexicano de 2015. La perspectiva internacional de ambos nos proporciona detalles diferenciales e interesantes, como la casuística del empleo de espacios de entretenimiento político para evadir el control de la autoridad electoral estatal mexicana con respecto a la medición de la cobertura mediática ofrecida a cada partido.

La transmedialidad tiene también su espacio en esta obra colectiva como estrategia aplicada al politainment. A través del ejemplo Obama y su aparición como personaje de cómic, Carme Ferré Pavia (Universidad Autónoma de Barcelona) y Diego Montoya Bermúdez (Universidad EAFIT, Medellín, Colombia), nos descubren la construcción del político personaje: su narrativa, ya esté basada en la realidad o sostenida únicamente por la ficción; la génesis de un auténtico fenómeno fandom; y el viaje que experimenta todo el conglomerado gracias a la convergencia mediática.

La reflexión ética no podía faltar en el tratamiento de una temática que alcanza de lleno a los principales pro-

tagonistas en la articulación de la vida pública, nuestro sistema de gobierno y el rumbo de una profesión, el periodismo, prestatario de un servicio a la sociedad. Marta Redondo y Eva Campos-Domínguez (Universidad de Valladolid) nos ofrecen, a la luz de la ética periodística, el alcance y repercusiones de la expansión y preferencia del público por la política espectáculo.

El arco trazado es, en definitiva, amplio a la par que exhaustivo, haciendo de *Politainment*. La política espectáculo en los medios de comunicación un libro apto tanto para expertos e investigadores en comunicación política que busquen respuesta a cuestiones concretas y quieran sumergirse de lleno en sus cifras y análisis, como para aquellos que hayan aterrizado hace poco en el escenario de la política espectáculo y quieran obtener una imagen global, sus principales exponentes y referencias.

Fernando Bonete Vizcaíno
Universidad CEU San Pablo