

## RESEÑA

**LA COMUNICACIÓN DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN ESPAÑA  
TRAS EL BIPARTIDISMO****Eva Aladro Vico y Paula Requeijo Rey (Coords.)  
Editorial Pearson, Madrid, 2018****Graciela Padilla Castillo:** Universidad Complutense de Madrid. España.  
[gracielp@ucm.es](mailto:gracielp@ucm.es)

Este libro analiza la comunicación de los principales partidos políticos españoles tras el fin del bipartidismo, centrándose en las dos organizaciones nuevas pero también, prestando atención a los partidos clásicos, que “se han visto a incorporar cambios en su estrategia y forma y forma de comunicar” (prólogo de las coordinadoras). Profesores e investigadores de la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad de Sevilla analizan la comunicación de los grandes partidos nacionales en el nuevo escenario: desde el papel protagonista que ha cobrado el infoentretenimiento, hasta la centralidad de las redes sociales pasando por la puesta en escena en los debates electorales televisados o la representación de la mujer política.

Paula Requeijo y Dimitrina Jivkova estudian a Iglesias y Rivera en los programas de infoentretenimiento en los meses previos al 20D de 2015. Ahondan en el término de la americanización y analizan la intervención de los dos líderes en cinco espacios televisivos, de acuerdo a su rol estilístico, humanización y storytelling. El Catedrático Felicísimo Valbuena de la Fuente estudia los cuatro debates de las elecciones generales en España (2015 y 2016) desde un punto de vista retórico de Aristóteles y comunicativo, según la Gnoseología o la Teoría de la ciencia, de Gustavo Bueno.

En el cuarto capítulo, Graciela Padilla explora el papel de las nuevas tecnologías y los medios sociales en las campañas electorales de 2015 y 2016. Se centra en Twitter, Facebook e Instagram y aplica los conceptos clave más importantes del discurso televisivo de campaña (Valbuena y Padilla, 2014) en ejemplos reales de los medios sociales, en las campañas electorales de 2015 y 2016. Después, Eva Aladro Vico, explica los mitos y las simbologías de los partidos políticos. Como bien apunta, en las formas políticas más arcaicas, mito y espiritualidad aparecían vinculados a las mismas. Pero poco a poco, “esa hibridación irá generando las estructuras institucionalizadas de los mitos en organizaciones jerárquicas, es decir, en las religiones y en las formas políticas teocráticas” (p. 100).

Blanca Sánchez Gutiérrez, Antonio Pineda Cachero y Elena Bellido Pérez, de la Universidad de Sevilla, exploran la representación de las mujeres políticas en la era de la “nueva política”. Entienden esta nueva política como “el arte de construir un deseo común de cambio social” (p. 119), con propuestas de varios partidos: visibilizar el movimiento feminista y LGTBIQ, regular la gestación subrogada, reconsiderar las

cuotas de paridad, estudiar las protestas sociales antes decisiones judiciales consideradas retrógradas e injustas (caso Juana Rivas, caso La Manada), etc.

Héctor Fouce Rodríguez estudia las guerras culturales e identidades políticas en los nuevos discursos de los nuevos partidos. Parte del 15M para tomar la definición de Gusfield (1981) de problema público: “algunos actores logran mostrar ciertos asuntos como contrarios al interés público o como amenaza al statu quo, y demandan cambios y soluciones, a menudo apelando a la intervención de los poderes públicos” (p. 156). Tras ello, Guillermo Fernández Vázquez piensa en el discurso como pegamento de intereses sociales ya constituidos, o como semillero de las identidades políticas. Estudia el intercambio de tuits y los puntos esenciales de la controversia entre “pablismo” y “errejonismo” (p. 180).

El octavo y último capítulo es de Israel Márquez, y examina la política española en la cultura del remix. La define de acuerdo a Manovic, Lessig, Fabbri y Navas et al., como término que proviene del hip hop y “hace referencia a una mezcla alternativa de una canción original a partir de la incorporación de nuevos ritmos, voces y/o efectos de sonido con el fin de generar una nueva obra que conserva algunos rasgos de la canción original pero que es diferente a ésta en varios aspectos” (p. 206).

Eva Aladro es Profesora Titular de Teoría de la Información en la Universidad Complutense de Madrid desde 1996. Ha publicado numerosos artículos y, entre otros, los libros *Teoría de la Información y la comunicación efectiva* (Madrid, Fragua, 1998), *Comunicación y retroalimentación* (Madrid, Fragua, 2004), *La Información determinante* (Madrid, Tecnos, 2009), y *Las diez leyes de la Teoría de la Información* (Madrid, Síntesis, 2015).

Paula Requeijo es Profesora Asociada en la Universidad Complutense de Madrid. Doctora en Teoría de la Información (2012), Máster de Radio Nacional de España y UCM (2007) y licenciada en Periodismo (2006). Ha completado su formación posdoctoral en la Universidad de California gracias a una ayuda del Ministerio de Educación, obtenida en convocatoria competitiva. Ha trabajado como periodista en Radio 3, Radio Nacional de España entre octubre de 2007 y octubre de 2009. Es autora y coautora de más de una veintena de capítulos de libro y artículos académicos publicados en revistas nacionales e internacionales.

**Graciela Padilla Castillo.**  
Universidad Complutense de Madrid