

## **DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

**Sección:** Varia

**Autores:**

Concha Pérez Curiel, Sevilla, España

Ignacio Lancharro, Sevilla, España

**Título**

Las estrategias de comunicación de Podemos y Ciudadanos en los debates electorales. Una aproximación mediante análisis de contenido.

**Subtítulo:**

El debate de Atresmedia en Televisión como estudio de caso.

**Title:**

Podemos and Ciudadanos communication strategies at the televised electoral debates. An approach through content analysis.

**Subtitle:**

Atresmedia's Television debate as a case study.

**Resumen**

La campaña electoral de las elecciones generales del 20 de diciembre de 2015 ha supuesto la repolitización de la esfera pública española con la entrada en escena de Podemos y Ciudadanos. La llegada de los partidos emergentes ha desencadenado un interés y una mediatización por la política que no existía desde los años de la Transición. Ambas formaciones han centrado su ascenso social en el impacto televisivo, de ahí que la campaña del 20D se gestara, sobre todo, en los platós de televisión.

La investigación propone, a partir de una metodología de análisis de contenido, conocer las estrategias comunicativas diseñadas por los partidos emergentes para los debates de televisión. Los resultados obtenidos apuntan hacia cambios que afectan más a la forma que al fondo del discurso político, con nuevos escenarios, nuevos rostros y nuevos formatos de comunicación, pero también manifiestan la persistencia de un modelo de debate falto de propuestas y respuestas a las inquietudes ciudadanas.

**Palabras Claves**

Comunicación; Política; Elecciones; Partidos Emergentes; Debate; TV

## **Abstract**

The election campaign of the general elections of December 20th, 2015 has meant the repolitization of the Spanish public sphere with the onslaught of Podemos and Ciudadanos. The arrival of the emerging parties has triggered an interest and a mediatization for the politics that did not exist since the years of the Transition. Both formations have centered their social ascent on the televising impact, reason why the campaign of the 20D was generated, mainly, at the sets of television.

The research proposes, based on a methodology of content analysis, to know the communicative strategies designed by emerging parties for television debates. The results obtained point to changes that affect more to the form than to the bottom of the political discourse, with new scenarios, new faces and new forms of communication, but also manifest the persistence of a model of debate lacking proposals and answers to citizen concerns.

## **Key Words**

Communication; Politic; Elections; Emerging Parties. Debate; TV

## **Filiación institucional:**

-Concha Pérez-Curiel. Universidad de Sevilla. Departamento de Periodismo II. Facultad de Comunicación.

Profesora acreditada a Contratada Doctora. Investigadora del Grupo Estudio de Medios para un Periodismo de Calidad (SEJ-001)

E-Mail: [Cperez1@us.es](mailto:Cperez1@us.es)

ORCID: 0000-0002-1888-0451

## **CV:**

Doctora en Periodismo, profesora de Periodismo Político y Económico en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Dirige y coordina los másteres en Comunicación Institucional y Política y en Dirección y Comunicación de Moda.

Investigadora principal del Proyecto *Ciudadanía y Políticas Públicas. Diseño de un sello de transparencia para Andalucía* y miembro del grupo de investigación Estudio de medios para un periodismo de calidad (SEJ-001).

Ha realizado estancias de investigación sobre Calidad Periodística en el ámbito de la Política y la Comunicación de Moda en la Universidad Sacro Cuore de Milán, Central Saint Martins de Londres y FIT de Nueva York y a nivel nacional en la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad del País Vasco.

Cuenta con publicaciones en revistas científicas y editoriales de prestigio y referencia internacional.

El máster Emprendedores en Comunicación y Moda que actualmente dirige en la Universidad de Sevilla ha sido premiado con la beca al Emprendimiento Open Future 2016, otorgada por Telefónica y la Junta de Andalucía.

En el ámbito profesional ha desempeñado funciones de jefa de gabinete de comunicación en la Junta de Andalucía y asesora de contenidos en el Consejo Audiovisual de Andalucía.

-Ignacio Lancharro-Montiel. Universidad de Sevilla. Departamento de Periodismo II. Facultad de Comunicación.

FPI. Investigador-colaborador del Grupo Estudio de Medios para un Periodismo de Calidad (SEJ-001)

E-Mail: [NachoLM93@hotmail.com](mailto:NachoLM93@hotmail.com)

**CV:**

Periodista especializado en Política y Máster en Comunicación Política por la Universidad de Sevilla. Investigador del Proyecto *Ciudadanía y Políticas Públicas. Diseño de un sello de transparencia para Andalucía* y colaborador del grupo de investigación Estudio de medios para un periodismo de calidad (SEJ-001).

Miembro del Observatorio de Comunicación Política de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla y analista político experto en debates electorales.

## DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo, **Concha Pérez Curiel**, manifiesto mi interés de someter a la evaluación de los dictaminadores que asigne la revista web Razón y Palabra, el texto:

**Las estrategias de comunicación de Podemos y Ciudadanos en los debates electorales. Una aproximación mediante análisis de contenido.**

**El debate de Atresmedia en Televisión como estudio de caso.**

del cual soy autora.

Afirmo que ese texto, de mi autoría, es inédito.

Someto a dictamen del Comité Editorial de Razón y Palabra el referido texto el día 31 de julio de 2017.

Declaro que todo comentario y opinión expresado en el citado trabajo es responsabilidad exclusiva de quien suscribe. Lo cual, no necesariamente refleja el punto de vista ni de Razón y Palabra ni de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Los Hemisferios.

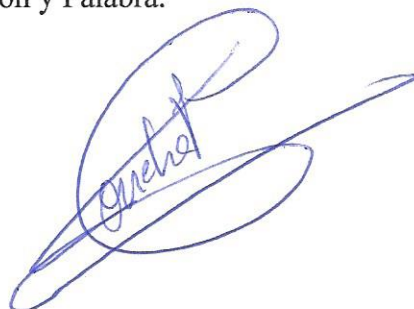
Declaro que estoy de acuerdo en ceder los derechos de publicación del artículo:

**Las estrategias de comunicación de Podemos y Ciudadanos en los debates electorales. Una aproximación mediante análisis de contenido.**

**El debate de Atresmedia en Televisión como estudio de caso,**

de mi autoría, a la revista web Razón y Palabra.

Concha Pérez Curiel



## **DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD**

Yo, Ignacio Lancharro Montiel, manifiesto mi interés de someter a la evaluación de los dictaminadores que asigne la revista web Razón y Palabra, el texto:

**Las estrategias de comunicación de Podemos y Ciudadanos en los debates electorales. Una aproximación mediante análisis de contenido.**

**El debate de Atresmedia en Televisión como estudio de caso,**

del cual soy autor.

Afirmo que ese texto, de mi autoría, es inédito.

Someto a dictamen del Comité Editorial de Razón y Palabra el referido texto el día 31 de julio de 2017.

Declaro que todo comentario y opinión expresado en el citado trabajo es responsabilidad exclusiva de quien suscribe. Lo cual, no necesariamente refleja el punto de vista ni de Razón y Palabra ni de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Los Hemisferios.

Declaro que estoy de acuerdo en ceder los derechos de publicación del artículo:

**Las estrategias de comunicación de Podemos y Ciudadanos en los debates electorales. Una aproximación mediante análisis de contenido.**

**El debate de Atresmedia en Televisión como estudio de caso.**

de mi autoría, a la revista web Razón y Palabra.

Ignacio Lancharro Montiel

