

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE PERIODISMO



CARACTERIZACIÓN DEL MODELO AUDIOVISUAL DEL
PROGRAMA DE DEBATE POLÍTICO ESPAÑOL “LA TUERKA”. UNA
EXITOSA EXPERIENCIA DE LA IZQUIERDA EN TELEVISIÓN.

Autores: Paula Figari Rojas
Sebastián Silva Balcazar

Profesor guía: Claudio Elórtegui

Índice

RESUMEN.....	4
INTRODUCCIÓN.....	6
1 PROBLEMATIZACIÓN	10
1.1 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	13
1.2 OBJETIVO GENERAL	13
1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
2 MARCO TEÓRICO.....	15
2.1 BREVE RESEÑA HISTÓRICA: CONSOLIDACIÓN, CAÍDA Y RESTAURACIÓN DEL IDEARIO MODERNO FRANCÉS	16
2.2 EL CAMBIO SIMBÓLICO	19
2.3 CONTRADICCIÓN INSUPERABLE	20
2.4 CONCEPCIONES DE HEGEMONÍA Y CRISTALIZACIÓN DEL STATU QUO.....	24
2.5 COMUNICACIÓN POLÍTICA Y CONSTRUCCIÓN DE HEGEMONÍA.....	26
2.6 HEGEMONÍA, MEDIOS MASIVOS Y ESPACIO PÚBLICO	31
2.7 TELEVISIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE SENTIDO	32
3 METODOLOGÍA.....	35
3.1 DEFINICIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	35
3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	36
3.3 DEFINICIÓN DE POBLACIÓN Y MUESTRA	37
3.3.1 Población.....	37
3.3.2 Muestra	37
4 MÉTODOS DE RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS.....	40
4.1 ANÁLISIS TEXTUAL AUDIOVISUAL.....	40
4.2 INSTRUMENTO DE ANÁLISIS	40
4.3 DISEÑO DE LA MATRIZ.....	40
4.4 CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS	44
4.4.1 Dimensión Estructural Informativa	44
4.4.2 Dimensión Narrativa Audiovisual.....	49
4.4.3 Dimensión Estructural Discursiva	51

4.4.4	<i>Dimensión Comercial</i>	53
5	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	54
5.1	ANÁLISIS DE DATOS.....	54
5.2	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	58
6	CONCLUSIONES	76
7	BIBLIOGRAFÍA	84
	ANEXO 1: MATRIZ DE DATOS SEGÚN DIMENSIÓN	88
	DIMENSIÓN ESTRUCTURAL INFORMATIVA.....	88
	DIMENSIÓN NARRATIVA AUDIOVISUAL.....	92
	DIMENSIÓN ESTRUCTURAL DISCURSIVA.....	97
	DIMENSIÓN COMERCIAL.....	100
	ANEXO 2: CRUCE DE DATOS	102
	ÁREA TEMÁTICA – FUENTES.....	102
	ÁREA TEMÁTICA – ORGANIZACIÓN / PROFESIÓN	103

Resumen

Tras el estallido del 15 M en el marco de la crisis económica española y unas duras medidas de austeridad que redundaron en un retraimiento del Estado de Bienestar, con consecuencias dramáticas para miles de familias, la ciudadanía tuvo un incipiente nuevo interés en la política, que se plasmó no sólo en movilizaciones sociales, sino además en un alza en la audiencia de tertulias de debate político en las grandes televisiones privadas y públicas.

Es en este contexto, en que se evidencia un resquebrajamiento de los consensos sociales, en que un grupo de investigadores y jóvenes estudiantes de la Universidad Complutense de Madrid deciden salir a interpelar a los responsables del descalabro, proponiendo nuevas explicaciones para la realidad del país y confrontando a las posiciones ideológicas tradicionales del sistema político, en el terreno de la comunicación.

Convencidos de que son los medios los que construyen los discursos y por ende, constituyen verdaderos espacios de militancia, Pablo Iglesias e Iñigo Errejón, que luego fundarán el partido Podemos, apuestan por dar la pelea por la definición de la realidad utilizando formatos televisivos que usualmente se identifican con las tertulias de derecha.

En 2011, en el estudio de la señal comunitaria del barrio obrero de Vallecas –Tele K- se emite el primer programa de La Tuerka, con el fin, según explican “de mover el tablero a su favor” y abrir espacios más propicios para el cambio en el contexto de lo que los precursores del programa definieron como Crisis de régimen.

Luego de unas exitosas tres temporadas en que La Tuerka confrontó posiciones de izquierda radical, con representantes de la derecha más dura del país, esta se posicionó como referente argumentativo para miles de personas que encontraron en dicho espacio, las herramientas para abordar la discusión en el marco de una reconfiguración del escenario político . Al tiempo que su principal figura mediática, el politólogo Pablo Iglesias, conseguía un millón de votos en los comicios al parlamento europeo a la cabeza de Podemos.

Cabe pensar que el programa La Tuerka, que abrió un camino comunicacional antes inexplorado para la izquierda radical, sirvió de vehículo para posicionar ciertos temas en el debate público desde un enfoque crítico, el cual tuvo una amplia caja de resonancia

gracias al uso de una fórmula audiovisual específicamente pensada para un proceso de politización social a través de la televisión. Una fórmula que seguiría perfeccionándose hasta hoy y que se perfila como referente para las futuras disputas de sentido de la izquierda en distintos lugares del mundo.

Qué características tiene el exitoso modelo audiovisual de La Tuerka y cuáles son sus principales herramientas técnicas y de posicionamiento de tópicos, es el objeto de la presente investigación.

Introducción

El pasado 26 de junio, la alianza política Unidos Podemos obtuvo el tercer lugar en los comicios generales españoles. Con dos años de existencia institucional en sus espaldas, Podemos se ha consolidado como una alternativa política real con rica proyección futura, en función de su objetivo para este ciclo, posicionarse como antagonista del Partido Popular y en vista de la regresión electoral del PSOE y Ciudadanos.

Ha sido un camino breve pero marcado por una alta intensidad política: por un lado, están las exigencias propias de una organización en conformación, articulándose territorialmente y cohesionando sus núcleos militantes; por otro, han enfrentado importantes ciclos electorales donde, hasta el 26 de junio, sólo sabían de números ascendentes.

La experiencia Podemos surge luego de una profunda y madura reflexión alimentada de diferentes intervenciones políticas y referencias intelectuales. Uno de sus antecedentes centrales es el programa televisivo de tertulia política La Tuerka, un espacio comunicacional fundado en 2010 por un grupo heterogéneo de militantes y académicos.

Iñigo Errejón, uno de los fundadores de La Tuerka y hoy Secretario Político de Podemos, entrega luces sobre el papel que jugó el programa como una plataforma que dinamizó el proceso político: “La Tuerka se convirtió pronto en un laboratorio político de análisis pero también de comprobación de cómo determinados discursos impactaban en un entorno cada vez más amplio. Fue un espacio de dignificación de determinadas ideas, que se normalizaban y fortalecían en el choque contra los adversarios, pero también en su defensa elaborada y retransmitida por televisión”. (Domínguez y Giménez 2014:197).

De ahí nuestro interés por La Tuerka como objeto de estudio y la necesidad de entender cómo logró un alto reconocimiento en el marco de una modestia técnica y financiera, pese a la cual pudo mantenerse y alcanzar respetables niveles de difusión en España y por cierto, impulsar un frente de disputa ideológica para la construcción de Podemos.

El inicio se dio en un contexto marcado por el auge de las tertulias políticas en España, tanto en las grandes televisiones públicas y privadas, como en los nuevos canales

creados a partir de la implantación de la Televisión Digital Terrestre (TDT)¹. Ello permitió diversas mejoras, entre las que destacan una mayor calidad de imagen y sonido, además de una diversificación de canales bajo una misma señal.

Dichas condiciones, sumado a un creciente interés de los españoles afectados por la crisis económica por cuestiones políticas -la percepción de que la política tiene una gran influencia en la vida cotidiana pasa de 62% en 2007 al 78% en 2012²- abonó el terreno para la proliferación de los programas de conversación de actualidad política con buenas audiencias.

Un estudio reciente de León Gross y Gómez Calderón sobre la tertulia política en la televisión pública española, afirma que éstas se han transformado en un género con

¹ “La **Televisión Digital Terrestre (TDT)** es el resultado de la aplicación de la **tecnología digital** a la señal de televisión, para luego transmitirla por medio de **ondas hercianas terrestres**, es decir, aquellas que se transmiten por la atmósfera sin necesidad de cable o satélite y se reciben por medio de antenas UHF convencionales” (<http://www.televisiodigital.gob.es/TDT/Paginas/que-es-tdt.aspx>).

² “Según la Encuesta Social Europea (ESE), en 2010 España era tercera por la cola de entre los 28 países participantes con respecto a sus niveles de interés por la política. Sólo un 28% de españoles se declaraban muy o bastante interesados por la política, lejos del 44% de interesados en Francia, del 58% de Alemania o del 70% de Dinamarca. (...)Pese a esto, el interés por la política de los españoles ha variado en los últimos años. Si observamos la evolución de la proporción de españoles que se declaran muy o bastante interesados por la política desde 1983 (gráfico 1), detectamos al menos 5 etapas en la evolución de esta actitud. En la 1ª (hasta 86) encontramos alrededor de un 25% de ciudadanos interesados por la política. En la 2ª (88-92) se observa un descenso, paralelo al desencanto de los votantes que creyeron que el PSOE sería el artífice de un gran cambio social, y que pasaron a unirse a la oposición antifranquista más radical, desencantada desde los inicios de la transición. En la 3ª (93-2002) la proporción de interesados aumenta hasta sus valores iniciales, probablemente motivados por la esperanza y materialización de un cambio de gobierno. En 2003 se produce un nuevo aumento, en un momento de agitación social contra las políticas de la segunda legislatura del PP. Estos niveles cercanos al 30% se mantienen bastante estables durante la primera legislatura de Zapatero, hasta que a partir de 2008 entramos en la 5ª etapa, caracterizada por un aumento sostenido de la proporción de interesados. En 2012 alcanzamos un 35% que (no nos emocionemos) nos coloca al nivel de Lituania o Ucrania (ESE 2010). Desde 2008 los estímulos de naturaleza política –desde información sobre corrupción y funcionamiento de las instituciones a intentos de movilización política explícita por parte de plataformas cívicas - están mucho más presentes que en épocas anteriores en medios de comunicación y redes sociales (...). La percepción de que la política tiene una gran influencia en la vida cotidiana pasa de 62% en 2007 al 78% en 2012. Esto es, muchos ciudadanos han entendido que la política no es un pasatiempo de las élites y que, por mucho que se la sacudan de encima, siempre vuelve como un boomerang para noquearlos. *El interés por la política de los españoles*, El Diario. es 12/06/2013. Consultado el 15 de septiembre de 2015.

http://www.eldiario.es/agendapublica/impacto_social/interes-politica-espanoles_0_142436310.html

características específicas y “de alta vitalidad que ha superado cualquier resistencia de los medios de referencia hasta convertirse en una solución imprescindible en la creación de opinión en el entorno audiovisual”, erigiéndose como reflejo del ideario periodístico actual en T.V. (León – Gómez 2011).

La identidad del formato, asegura el mismo estudio, “emana de la figura del conductor, convertido en icono de la propia cadena, que tanto al moderar como al explicitar su punto de vista define el temario, pero también el tono, el perfil dramático y el encuadre desde el que se abordan los temas” (León y Gómez : 2011: 2).

Pablo Iglesias, uno de los presentadores habituales de La Tuerka durante sus primeras 4 temporadas, perfila los objetivos y el sello que buscan alcanzar: “No queremos ser un producto contracultural o de minorías. A nosotros nos encantaría competir con las grandes tertulias de la televisión. Utilizamos Internet porque es el medio a nuestro alcance, pero nos encantaría que todos los ciudadanos pudiesen elegir si quieren ver La Tuerka o La noche en 24 horas. Nunca nos sentiríamos a gusto con una etiqueta *underground* o que de alguna manera renuncie a enseñar a la gente a pensar y a opinar sobre las cosas, que no deja de ser el trabajo ideológico que hace la televisión (...)por eso hay que asumir que esas son las condiciones de juego para construir dispositivos culturales contrahegemónicos, pero que tienen que asumir las reglas de funcionamiento de los hegemónicos”³.

En esa línea, entregar herramientas de pensamiento, análisis y discusión es dar la batalla cultural, uno de los ejercicios constantes del programa. Para ello debía asumirse la existencia de una mediatización del espacio público, es decir, la capacidad de los medios para modelar identidades y percepciones en la audiencia. Cristina Peñamarin describe así este proceso: “Por mediatización entendemos la dinámica de participación de los sujetos sociales en el entorno virtual de los flujos mediáticos deslocalizados, donde adquieren recursos cognitivos y simbólicos que, una vez apropiados y territorializados en procesos intersubjetivos —en los que son mediadores los amigos, la familia, la educación, las redes sociales— entran a formar parte de los materiales de los que se sirven esos sujetos para

³ Pablo Iglesias en El Crítico de la Tele, 02/03/2013. Consultado el 16 de septiembre de 2015 <http://enlucha.org/diari/entrevista-la-crisis-abre-un-espacio-para-contenidos-crticos/#.Vh2plPmqkko>

formar sus identidades y sus modelos cognitivos, éticos, estéticos, políticos” (Peñamarín: 7).

Desde todas sus carencias técnicas respecto de los grandes espacios de televisión tradicionales, sin medios de difusión alguna y luego de transitar hacia un canal de alcance madrileño y finalmente a la redacción del diario *Público*, La Tuerka logró posicionarse como referente argumentativo para los debates de la izquierda y catapultó a su presentador y tertulianos hacia una notoriedad pública que les permitió disputar y ganar cupos en el parlamento europeo en las elecciones de 2014.

Las temáticas abordadas en La Tuerka se replicaron en espacios más tradicionales como, Las Mañanas de Cuatro, La Sexta Noche, La Noche en 24 horas (TV pública), El Gato al Agua, entre otros. Esto sugiere una realidad: no es que los temas que propone la izquierda atraigan poco al público. Es el formato en que tradicionalmente estos se presentan el que no cautiva en un primer momento a la audiencia y por ende, el tema no logra meterse en agenda.

Iglesias lo explica: “(...) Nadie está en contra de la democracia, nadie está en contra de que el Gobierno tiene que representar al pueblo, nadie está en contra de que la sanidad o la educación sean derechos. Cuando llevas todos esos elementos al debate político se abren unas posibilidades enormes de que la agregación política, la identificación política, tenga algo que ver contigo” (Domínguez y Giménez 2008: 16).

La Tuerka se convirtió en un núcleo de debate mediático y con ecos en una ciudadanía en proceso de politización. Fue una apuesta por invitar a militar en los medios de comunicación: “La gente cree que milita en los partidos o en los colectivos políticos, pero no es verdad, la gente milita en los medios de comunicación. La gente con cierto compromiso, con cierto interés político, asume como referencia un medio, la gente es de La Razón, El País, la Cadena Ser, la Cope o Intereconomía, mucho más que de los partidos, porque al fin y al cabo, son los medios los que construyen los discursos (...) La gente nos conoce, asume La Tuerka como su tertulia de referencia”. (Domínguez y Giménez 2008: 16).

1 Problematicación

Los medios de comunicación de masas juegan un papel fundamental en la vida política de las sociedades contemporáneas. Su crecimiento y expansión, impulsados a partir de los años cincuenta con la masificación de la televisión en Estados Unidos y posteriormente por la revolución digital de finales del siglo XX, los ha transformado en una pieza clave y determinante en la implementación de nuevas prácticas de comunicación política.

En ese sentido, son parte de lo que la profesora argentina María Cristina Mata llamó espacio público mediatizado: “constituido tanto por lo que yo he llamado ‘la plaza’, es decir, los espacios tradicionales de agregación y acción colectiva- espacio que van adquiriendo nuevas formas con el paso del tiempo-, y ‘la platea’, es decir, las prácticas mediáticas que se sostienen en nuestra condición de públicos de medios y usuarios de tecnologías de información y comunicación.” (Mata 2014: 513).

Son la irrupción e influencia de las tecnologías de información y comunicación las que han ido configurando el nuevo espacio público de lo que Manuel Castells acuñó como “la era de la información”. Un período en el que los medios masivos, como la televisión e internet, han calado en todas las aristas de la vida social.

En palabras de la doctora Cristina Peñarín: “Los medios actuales están imbricados en todos los ámbitos de la vida, en el trabajo, el ocio, el consumo, las relaciones afectivas, políticas, etc., ofrecen múltiples posibilidades de inmersión en universos virtuales y de elaboración imaginativa y práctica” (Peñarín: 2008: 2)

Este espacio público y sus componentes no son ajenos a las relaciones de poder que ordenan la sociedad. Es decir, no pueden aislarse de las condiciones políticas que presenta el momento histórico en el que tiene lugar. Por el contrario, su desarrollo es expresión de dichas relaciones de fuerza, de sus correlaciones y coyunturas. Según Nancy Fraser, es “el sitio donde se produce consentimiento por medio de la circulación de discursos que construyen el sentido común del presente”. (Fraser 1993: 10) Es, a fin de cuentas, un campo de batalla ideológica.

Lo anterior, es algo que entendieron muy bien los autores intelectuales del programa español *La Tuerka*, particularmente el doctor en Ciencia Política y por estos días excandidato presidencial por la coalición Unidos Podemos, Pablo Iglesias Turrión.

Para Iglesias y todo el grupo de estudiantes, militantes y académicos que levantaron esta iniciativa, la comunicación era el principal escenario de confrontación política. Es decir, debían emprender una disputa por el sentido común que, luego de una profunda reflexión, los llevó a adoptar formatos comunicativos de sus adversarios, particularmente la utilización de dispositivos audiovisuales como instrumentos de mayor efectividad en el espacio público. Iglesias lo expresa de la siguiente manera:

“La izquierda dice que la televisión es una cosa que atonta; que en una tertulia no se puede discutir, que no se pueden plantear bien los argumentos, que hay que hacer ponencias de media hora; que el formato de discusión es un circo (...) Es decir, que la izquierda no tiene que ir a la televisión ni tiene que apostar por ese tipo de formatos televisivos. Nosotros hicimos lo contrario (...) y bueno, aquí estamos, en un momento en el que todo el mundo reconoce que somos la tercera fuerza política del país” (Domínguez y Giménez 2014:83).

Las limitaciones de esta incursión, partiendo por un desprecio general de la izquierda tradicional a este tipo de esquemas comunicacionales, fueron muchas. Entre ellas, la misma configuración del espacio público en el sistema español.

El régimen democrático liberal –como veremos más adelante en esta investigación- está marcado principalmente por la marginación de amplios sectores sociales en pos de mantener un consenso supuestamente constitutivo de la democracia. Dicha marginación ha maniatado la participación política de capas subalternas que se han visto silenciadas en el debate público e impedidas de difundir sus ideas por falta de representación mediática. Se ha truncado la posibilidad de que amplifiquen y masifiquen su discurso,

La profunda crisis económica y política que afecta a España –lo que provocó una fuerte regresión del Estado de bienestar- desnudó esta problemática, reactivando el interés de la ciudadanía por la incidencia política, fenómeno que acentuó la contradicción participación/marginalidad en la toma de decisiones.

¿Qué debe decir la izquierda en tiempos de crisis?⁴ Fue una de las interrogantes que germinaron en la “hipótesis Tuerka”, una idea que contemplaba cuatro elementos centrales: la traducción acertada y simple del diagnóstico político sobre el momento vivido por las masas; un liderazgo mediático carismático capaz de proyectarse a los grandes medios de comunicación para disputar el sentido común; asumir que la televisión es el principal medio para masificar los discursos políticos hacia la población; e incidir desde ella en la formación de los estados de conciencia y opinión de la mayoría (Domínguez y Giménez 2014: 28).

El proyecto tenía además una premisa clave. Todos los discursos que circulan en el espacio público tienen una carga ideológica determinada y nunca son políticamente neutrales. Su objetivo, por tanto, era levantar una nueva representación medial de los movimientos sociales, ofreciendo explicaciones del presente que diferían de las sostenidas por los medios del *statu quo*. Explicaciones que fueran radicalmente opuestas, pero con vocación de mayorías.

Por esta razón es indispensable identificar las características principales de La Tuerka, describir su desarrollo y reconocer qué actores involucrados en la discusión pública validan progresivamente a través de sus capítulos. Su éxito, a estas alturas, es indiscutible. No sólo se convirtió en el trampolín de sus tertulianos hacia los grandes medios, sino que en un eslabón de vital importancia para la proyección del descontento social hacia una apuesta política real, expresada en el partido-movimiento PODEMOS.

Iñigo Errejón, dirigente de Podemos y parte del equipo Tuerka en sus inicios, lo describe así: “La Tuerka se convirtió rápidamente en un arsenal que repartía munición discursiva para el debate diario a mucha gente que después reproducía mensajes, estilos y una forma de discutir y de encarar la batalla comunicativa en sus espacios cotidianos. Considero que La Tuerka es ya un hito y ha creado escuela y discurso en gentes muy distintas. Eso lo fuimos comprobando poco a poco y la iniciativa Podemos finalmente lo evidenció”. (Domínguez y Giménez 2014: 198).

⁴ Conferencia del presentador de La Tuerka y profesor de Ciencia Política de la Universidad Complutense de Madrid, Pablo Iglesias, para la Academia de pensamiento crítico en el curso “Poder, ideología y medios de comunicación”. Valencia, 20 de julio de 2012. <https://www.youtube.com/watch?v=-ZPOWi0Zz1k>

El equipo Tuerka fue capaz de construir una apuesta medial centrada en lo social y desde ahí presentar nuevos conflictos políticos que identificaron a muchos ciudadanos en España. Tuvo la capacidad, finalmente, de poner en circulación el discurso recogido de un magma social activo, respaldado en expresiones de movilización inorgánica pero con potencialidad electoral, hoy consolidada con cerca de 5 millones de votos en la última elección general del 26 de junio de 2016.

Embarcarse a disputar el espacio de los grandes medios de comunicación de masas es un desafío presente en el resto del mundo y en Chile, tanto para las organizaciones sociales y/o políticas que se encuentran en estado de crecimiento, formación y tienen voluntad de masificarse para disputar poder. La Tuerka brinda lecciones en ese sentido, por lo que su riqueza como experiencia nueva es un punto indiscutido al que observar detenidamente, considerando la importancia estratégica de los medios, pero también la particularidad del producto audiovisual que ofrece.

Por ello es necesario entender el proceso de producción audiovisual que permite entregar un debate político de esas características: plural, respetuoso y por sobre todo, riguroso en el discurso y las ideas. Su apuesta estética es un componente de alto valor, en tanto muestra capacidad de adaptación a formatos exitosos en el medio español, sin necesidad de renunciar a un sello propio entregado por el presentador y su conducción.

1.1 Pregunta de Investigación

¿Existe un modelo audiovisual específico asociado al programa español de tertulia política La Tuerka? de ser así, ¿Cuáles son las características de producción audiovisual del programa español de tertulia política La Tuerka, en su tercera y cuarta temporada emitidas desde los estudios de Diario Público?

1.2 Objetivo General

Identificar las características de producción audiovisual del programa español de tertulia política La Tuerka, en su tercera y cuarta temporada emitidas desde los estudios de Diario Público.

1.3 Objetivos específicos

- Identificar las fuentes que participan de la tertulia política La Tuerka, su posición respecto de la línea editorial, afiliación política, profesión y/u organización a la que pertenecen.
- Identificar y conceptualizar las áreas temáticas mayormente discutidas en el programa.
- Describir el desarrollo técnico del programa, sus recursos audiovisuales, de contacto, secciones y modos de contextualización de la información.

2 Marco Teórico

Luego de describir los antecedentes de la presente investigación y su respectiva problematización, es necesario desarrollar los conceptos claves que sustentan nuestro análisis, con la finalidad de comprender desde una perspectiva teórica la orientación y relevancia de este trabajo. Para ello, se presenta la articulación de tres grandes ideas que engloban el contexto, las características y finalidades del fenómeno Tuerka:

1) La **democracia moderna** como ordenamiento simbólico de las relaciones sociales y escenario de disputa política cruzado por una tensión insuperable; 2) la **hegemonía** como la capacidad de un bloque social para liderar al conjunto de la sociedad tanto moral como lógicamente; y la **comunicación política**, como un concepto complejo e indisociable de la acción política misma, que sirve para irrumpir en el debate público, influenciar sus asuntos y catalizar la formación de nuevas identidades colectivas. Junto con ellas, se presentan algunas ideas que refuerzan el entramado teórico, como la formación de **espacio público** y las finalidades de la **comunicación alternativa**.

En primer lugar se hará una breve revisión de la influencia histórica de las ideas modernas durante el desarrollo del siglo XX comprendiendo su consolidación, retroceso y posterior reinstauración definitiva con el cese de la Guerra Fría, con el fin de proporcionar una mirada amplia y sobre todo concreta respecto a la teoría desarrollada más adelante.

A continuación se examinará la naturaleza de la democracia liberal desde la propuesta de la autora francesa Chantal Mouffe, problematizando sus implicancias para el desarrollo de la vida política actual y deteniéndonos en el riesgo que supone la idea de “consenso” para el avance no violento de las disputas político-sociales en el futuro.

Nos adentraremos en el cambio simbólico que entraña la modernidad para el problema del poder, para luego describir su carácter paradójico. Para lograr este objetivo utilizaremos una gama de pensadores tanto liberales como posmodernos, además de otros intelectuales que han aportado en la comprensión de conceptos claves para la teorización, como hegemonía y antagonismo.

El análisis continúa centrado en el concepto de comunicación política y su carácter indisociable. Es decir, entendiendo que política y comunicación son dos elementos que se manifiestan de manera conjunta y en una amplia variedad de formas. Su empleo correcto,

señalamos, permite construir identidades colectivas con capacidad de liderazgo social y proyección política.

Finalmente, se verán algunas dinámicas de construcción de espacio público desde los medios de comunicación y cómo ese proceso es también reflejo de la lucha política librada en la sociedad completa.

Comprender el momento histórico en que tiene lugar el fenómeno Tuerka es imprescindible para analizar su desarrollo formal. Su génesis se ubica en un escenario con características políticas y sociales determinadas, que una vez distinguidas, sirven de base para emprender una propuesta nueva. En otras palabras, a través del profundo estudio de las condiciones políticas de la sociedad española con perspectiva de totalidad, el programa adquiere cualidades que estarían ausentes de no tomar en cuenta dichos elementos.

2.1 Breve reseña histórica: consolidación, caída y restauración del ideario moderno francés

Si dibujamos una línea histórica, podríamos afirmar sin problemas que el **orden simbólico heredado de la Revolución francesa** trazó un camino de consolidación, retroceso y retorno durante el siglo XX, situado entre el alzamiento del fascismo y el fin de la bipolaridad global post segunda guerra mundial.

Fundado en las ideas de la Ilustración, se propagó por toda Europa y el resto del mundo occidental, arriesgando la posición privilegiada de los gobiernos monárquicos desde finales del siglo XVIII y todo el transcurso del siglo XIX, poniendo a varios en un jaque definitivo.

El emblemático historiador británico Eric J. Hobsbawm grafica su influencia de la siguiente manera en su obra *La era de la revolución 1789 – 1848*, luego de describir los aportes de la revolución industrial: “Entre 1789 y 1917, las políticas europeas (y las de todo el mundo) lucharon ardorosamente en pro o en contra de los principios de 1789 (...) Francia proporcionó el vocabulario y los programas de los partidos liberales, radicales y democráticos de la mayor parte del mundo. Francia ofreció el primer gran ejemplo, el concepto y el vocabulario del nacionalismo (...) La ideología del mundo moderno penetró por primera vez en las antiguas civilizaciones, que hasta entonces habían resistido las

ideas europeas, a través de la influencia francesa. Esta fue la obra de la Revolución francesa”. (Hobsbawm: 2012: 57).

Hasta el fin de la Gran Guerra, el ideario iluminista francés sobre el que se inspiró la revolución, asentado en la razón como “principio de todo orden político, económico y social basado en la igualdad, fraternidad y la legalidad” (Regalado, 2009: 4), se cimentó con sus respectivos matices según cada peculiaridad nacional. Se pueden perfilar dudas fundamentadas sobre el real cumplimiento de la fraternidad o la igualdad, pero no es materia de este trabajo profundizar en esa arista.

No fue hasta la victoria de la revolución bolchevique comandada por Lenin y la abrupta caída en el abismo económico de los años veinte que aquel legado empezó a resquebrajarse. De la mano de nuevas condiciones, la ideología fascista cogió un vuelo casi imparable y las estructuras de gobierno en aquel momento expusieron su auténtica flaqueza.

La caída del liberalismo democrático fue recibida como un golpe contra viejas certezas. Hobsbawm recoge su impacto con aguda precisión en el siguiente fragmento de *Historia del siglo XX*:

“De todos los acontecimientos de esta era de las catástrofes, el que mayormente impresionó a los supervivientes del siglo XIX fue el hundimiento de los valores e instituciones de la civilización liberal cuyo progreso se daba por sentado en aquel siglo, al menos en las zonas del mundo ‘avanzadas’ y en las que estaban avanzando. Esos valores implicaban el rechazo de la dictadura y del gobierno autoritario, el respeto del sistema constitucional con gobiernos libremente elegidos y asambleas representativas que garantizaban el imperio de la ley, y un conjunto aceptado de derechos y libertades de los ciudadanos, como las libertades de expresión, de opinión y de reunión (...) Parecía evidente que esos valores habían progresado a lo largo del siglo y que debían progresar aún más (...) Hasta 1914 esos valores sólo eran rechazados por elementos tradicionalistas como la Iglesia católica, que levantaba barreras en defensa del dogma frente a las fuerzas de la modernidad, por algunos intelectuales rebeldes y profetas de la destrucción, procedentes sobre todo de ‘buenas familias’ y de centros acreditados de cultura (...), y por las fuerzas democráticas, un fenómeno nuevo y perturbador. Sin duda, la ignorancia y el atraso de esas masas, su firme decisión de destruir la sociedad

burguesa mediante la revolución social, y la irracionalidad latente, tal fácilmente explotada por los demagogos, eran motivo de alarma. Sin embargo, de esos movimientos democráticos de masas, aquel que entrañaba el peligro más inmediato, el movimiento obrero socialista, defendía, tanto en la teoría como en la práctica, los valores de la razón, la ciencia, el progreso, la educación y la libertad individual con tanta energía como pudiera hacerlo cualquier otro movimiento. (.....). Lo que rechazaban era el sistema económico, no el gobierno constitucional y los principios de la convivencia” (Hobsbawm 2015: 100-101).

Ya en el poder, el fascismo inició una progresiva expansión belicosa sostenida socialmente por un discurso pasional nacionalista y prejuicioso dirigido a las masas, dirigido al corazón de las clases obreras – particularmente italiana y alemana – azotadas por la crisis. Con una posición fortalecida “se negó a respetar las viejas normas del juego político y, cuando le fue posible, impuso una autoridad absoluta” (Hobsbawm, 2015: 116)

Eran tiempos álgidos, de ebullición internacional y cambios profundos. Posterior al octubre de 1917, con la instauración del primer gobierno socialista en la historia de la humanidad, la revolución se transformó en un temor real. Los socialistas y radicales interpretaron el momento como la agonía del capitalismo, la fase terminal de un modelo que “no podía seguir gobernando mediante la democracia parlamentaria y con una serie de libertades que, por otra parte, habían constituido la base de los movimientos obreros reformistas y moderados”. (Hobsbawm 2015: 125).

La burguesía se enfrentaba así a un escenario con dos frentes críticos: insolvencia económica producto de la Gran Depresión, y a la organización clasista de los obreros europeos con hambre de victoria, siguiendo el ejemplo del pueblo ruso: “se veía ahora obligada a recurrir a la fuerza y a la coerción, esto es, a algo similar al fascismo”. (Hobsbawm 2015: 123)

En esa época, Europa contaba con instituciones de alta vulnerabilidad, que según Hobsbawm, estribaba “en que su forma característica de gobierno, la democracia representativa, demostró pocas veces ser una forma convincente de dirigir los estados”. (Hobsbawm 2015: 124)

Con el término del conflicto bélico internacional, occidente reinstaura la máquina del capital y a la democracia liberal como marco de acción político-institucional en Europa. Esto, en respuesta al posible avance del bloque socialista con expresiones locales de lucha política, muchas veces en la forma de liberación nacional.

La consolidación del régimen liberal democrático se expresa en la tesis del “fin de la historia”, o como plantea Nancy Fraser, la idea de que este tipo de orden es el *non plus ultra* para los países que salen del socialismo soviético.

En esta línea temporal, creemos, se esbozan de manera concreta las problemáticas teóricas que Chantal Mouffe evidencia en los pilares de la democracia moderna, particularmente su forma deliberativa. Podemos afirmar que esta coyuntura fue una prueba histórica para las formas de gobierno fundadas en las ideas liberal-democráticas, un examen para sus instituciones y sus lineamientos principales. A todas luces, un ensayo impotente.

No sólo evidenciamos la complejidad del período que desembocó en la Segunda Guerra Mundial – que por cierto también tuvo antecedentes en la España de los treinta con una cruenta guerra civil-, sino que asistimos a la incapacidad de un modelo político para encauzar una salida pacífica a los conflictos de poder, es decir, conflictos que abarcan la mayoría de las esferas de la coexistencia humana, en aquel tiempo centrado en la economía y la marginación.

A continuación pasamos a examinar en la naturaleza de la democracia moderna con las propuestas de Chantal Mouffe como columna vertebral de nuestro análisis, sin considerar la articulación de sus postulados con algún tipo de sistema económico.

2.2 El cambio simbólico

Se transformó el significado del poder: ese es el cambio simbólico que trajo la llegada de la democracia moderna. Una “disolución de los marcadores de certidumbre” (Lefort en Mouffe: 1988: 19) que reordenó el tablero de las representaciones, abriendo el camino a una sociedad sin garantías finales, un “régimen que significa la diferencia entre lo simbólico y lo real con la noción de un poder del que nadie, sea un príncipe o una facción, podría apoderarse (...)” (Lefort en Molina; Quaderns de Filosofia 2012; 54).

El poder dejó de concentrarse en un polo personificado por la figura del príncipe y se constituyó como un “lugar vacío” (Mouffe 2012:19): “una nueva sensibilidad para lo desconocido de la historia, para la gestación de la humanidad en toda la variedad de sus figuras” (Lefort en Molina; Quaderns de Filosofia 2012; 55).

La existencia de múltiples representaciones de las relaciones sociales pasó a ser el elemento constitutivo de la democracia moderna, es decir, el pluralismo se transformó en su centro.

Hay distintas formas de teorizar el pluralismo, y cada una de ellas desarrolla una determinada práctica política. Sus diferencias nos ayudarán a entender la tensión base de este tipo de régimen: la fricción permanente entre democracia y liberalismo.

2.3 Contradicción insuperable

El orden simbólico moderno se fundió como una amalgama entre dos corrientes: por un lado la democracia clásica, que alza los principios de la soberanía popular y la igualdad; y el liberalismo, cuyos pilares son la libertad individual y los derechos humanos.

A esta conjunción Chantal Mouffe le asigna una “naturaleza paradójica”. En la práctica, afirma, se limita la soberanía popular en nombre de la libertad individual, contradicción insuperable que solo se puede negociarse variablemente.

Carl Schmitt, filósofo alemán examinado por Mouffe, entrega claves para exponer esa contradicción. Según plantea, la igualdad democrática se basa en una forma de exclusión, en la posibilidad política de trazar una división entre el *demos* y el resto. Por el contrario, fija en el liberalismo una noción de igualdad que alude a la humanidad de manera universal y abstracta, es decir, no política.

En el momento de exclusión existente en la democracia se define la unidad política de la que participa el *demos*, una construcción de fronteras negada por el liberalismo. Se trata del delineamiento de un “nosotros” opuesto a un ellos, el reconocimiento de un antagonismo político que involucra a sujetos colectivos, contraponiéndose a la mirada individualista del liberalismo.

Mouffe, en conversación con Iñigo Errejón, lo describe de esta manera: “Él (Schmitt) nos dice que al negar el carácter inerradicable del antagonismo, el liberalismo es incapaz de

aprehender la naturaleza de 'lo político' cuyo criterio específico es la discriminación entre amigo y enemigo" (Errejón-Mouffe 2015: 47).

Negar el ejercicio de exclusión/inclusión es negar el antagonismo como constitutivo de lo político, es rechazar el conflicto inmanente en las sociedades humanas, conflicto multiforme y que mana de diversas relaciones sociales.

De aquella negación surge la idea de un "bien común" universal definido de numerosos modos. Un consenso basado en una especie de racionalidad que se encuentra por sobre lo político. Es este punto el que dibuja los límites del pluralismo.

John Rawls, teórico liberal norteamericano, propone una forma de consenso de tipo moral para que exista asociación política entre las distintas concepciones de lo bueno presentes en la sociedad. La raíz de su planteamiento es la siguiente interrogante: "¿Cómo es posible que pueda existir a lo largo del tiempo una sociedad estable y justa de ciudadanos libres e iguales pero profundamente divididos por razones doctrinas religiosas, filosóficas y morales?" (Rawls en Mouffe 2012: 41).

El problema reside entonces en el concepto de justicia, el núcleo de la moral rawlsiana. Según su punto de vista, se trata de una "concepción pública de la justicia, es decir, debe ser reconocida públicamente como constitutiva de la vida social" (Vidal 2009: 225-246).

Para resolverlo propone distinguir entre dos clases de pluralismo: uno "razonable", que se funde en el ejercicio de la razón humana dentro de un régimen constitucional liberal democrático y otro "simple", que es el mero reconocimiento del "hecho" del pluralismo, o sea la existencia de múltiples ideas de lo bueno.

La diferencia entre ambas clasificaciones reside en su compromiso con la idea de justicia universal: las posiciones razonables se levantan sobre la moralidad política propuesta por Rawls, mientras que las no razonables escapan de esta definición. Manifiesta la "creación de un 'consenso entrecruzado' de doctrinas generales razonables, cada una de las cuales respalda desde su punto de vista el concepto de lo político" (Mouffe 2012:43).

Se construye una frontera entre las doctrinas que aceptan el liberalismo y las que se oponen a ellos, limitando su participación en el debate público. Mouffe lo describe así: "Lo que Rawls señala en realidad con esta distinción es que no puede haber pluralismo en lo

tocante a los principios de la asociación política, y que las concepciones que rechazan los principios del liberalismo deben excluirse (...) Esta afirmación es la expresión de una decisión eminentemente política, no un requisito moral” (Mouffe 2012: 42). En consecuencia, el orden social propuesto por Rawls elimina la lucha entre “adversarios”.

En Schmitt: “la moral puesta como representación sólo subjetiva de lo que debe ser no permite llegar a una representación única y definitiva que sea vinculante para todos, y cuando se impone una determinada idea moral, ésta no hace más que encubrir y violentar las diferencias y la diversidad de la realidad social” (Schmitt 2009: 21).

Por su parte, Jürgen Habermas, filósofo y sociólogo alemán, también sostiene la posibilidad de llegar a un “consenso racional” sin necesidad de exclusión. En un intento por superar el “modelo de agregación”, que limita la democracia al choque de intereses individuales recogidos por los partidos políticos, presenta su modelo de democracia deliberativa para enfrentarse al problema de compatibilizar soberanía popular con un “bien común”.

Según Seyla Benhabib: “por lo que respecta a los procesos de toma colectiva de decisiones en una forma de gobierno, la legitimidad y la racionalidad pueden alcanzarse si y sólo si las instituciones de esa forma de gobierno y su interconexión de relaciones están dispuestas de tal modo que aquello que se considera de interés común para todos sea resultado de unos procesos de deliberación colectiva efectuados de forma racional y justa entre individuos libres e iguales” (Benhabib en Mouffe 2012: 62).

El proceso de deliberación y posterior resultado planteado anteriormente, debe darse en el contexto de lo que Habermas llama el “discurso ideal”, una idea regulativa que realza los valores del procedimiento imparcial, igualitario y sin coerción que alcance unanimidad. Por consiguiente, verter argumentos en el debate público y sostenerlos en una discusión marcada por dichos elementos resultaría en encontrar el interés general legítimamente establecido.

Al realzar la importancia de los procedimientos y mecanismo es donde, según Mouffe y Schmitt, se pierde la centralidad de lo político en la definición de Habermas. El choque de ideas en un debate deliberante no rehúye del carácter antagónico de las posiciones

esgrimidas, que en primer lugar no son sostenidas individualmente, sino como grandes agrupaciones unificadas políticamente: pueblos.

El politólogo argentino lo describe tajantemente: “las formalidades aparentes de la democracia se independizan de los contenidos concretos sobre los cuales se erigen y aparecen como si por sí solas fuesen suficientes para convertir en democrático un régimen que no lo es”. (Borón: 2011: 39)

García Linera aporta su propia reflexión sobre este punto en *Democracia, Estado y Nación*: “Bajo esta mirada procedimental, la democracia se entiende como un artefacto, como un conjunto de reglas que permite la selección de élites que atienden la agregación de intereses privados cuyo resultado final es la ‘voluntad general’(…) Lo central de esta definición no es, pues, el medio, los procedimientos o la ‘herramienta’, sino los resultados que ese procedimiento permite obtener: la selección de élites o apaciguamiento de los conflictos, que se presentan como valores sociales determinantes” (García Linera 2014: 16).

El requisito democrático, según Schmitt, es la constitución de un “nosotros” opuesto a un “ellos”, un pueblo asociado políticamente bajo el carácter de “amigos”(…) La distinción política específica, aquella a la que pueden reconducirse todas las acciones y motivos políticos, es la distinción *amigo y enemigo*. Lo que ésta proporciona no es desde luego una definición exhaustiva de lo político, ni una descripción de su contenido, pero sí una determinación de su concepto en el sentido de un criterio” (Schmitt 2009: 56).

Por lo tanto, sostiene Mouffe, “las propias condiciones de posibilidad del ejercicio de la democracia constituyen al mismo tiempo las condiciones de imposibilidad de la legitimidad democrática concebida por la democracia deliberativa” (Mouffe 2012: 64).

Tanto la propuesta de Rawls como la de Habermas condicionan la creación del consenso a la eliminación del pluralismo real de la esfera pública. Rawls lo desplaza hacia la esfera privada bajo su concepto de pluralismo simple, mientras que la simetría presentada por Habermas como requisito para el discurso ideal no existe en la sociedad, que por razones estructurales siempre es desigual (Borón 2013: 32). El debate deliberante no es ajeno a las relaciones de poder existentes y he ahí el peligro del consenso: “En una sociedad

liberal democrática el consenso es y será siempre, la expresión de una hegemonía y la cristalización de unas relaciones de poder” (Mouffe 2012: 64).

2.4 Concepciones de hegemonía y cristalización del statu quo

Las pugnas que resultan de la tensión democracia/liberalismo han impulsado el desarrollo político e histórico de las sociedades modernas. Por cierto que cada una de estas contradicciones tiene características particulares según sus condiciones históricas generales, pero este trabajo no pretende profundizar la especificidad de dichos momentos, sino quedarse en el plano de lo simbólico.

Ya mencionamos anteriormente, de la mano de Schmitt y Mouffe, que no existe una salida perfecta que supere este nodo contradictorio, sino que el avance histórico se produce mediante la negociación imperfecta de sus elementos.

Podemos establecer de igual manera que el choque de ambas concepciones ha producido una suerte de “déficit democrático” (Mouffe 2012: 21), debido a que la política democrática se ha visto desplazada por el consenso liberal que niega lo político. En otras palabras, la soberanía popular y la igualdad han pasado a ser obsoletas frente a la libertad individual, reducidas a un posición siempre precaria.

Al aceptar la existencia de una negociación imperfecta, debemos comprender que su consecuencia es la prevalencia de una fuerza hegemónica en la sociedad. Es decir, el predominio de un bloque social y político capaz de lindar el sentido común que ordena y determina los horizontes de la sociedad.

Para moldear los marcos del orden social, o de otro modo, para establecer hegemonía, “es necesario articular distintos grupos y crear una voluntad colectiva entre ellos”. (Mouffe 2015: 34). En Gramsci, este es “el concepto clave para la comprensión del tipo mismo de unidad existente en toda formación social concreta”. (Laclau-Mouffe 1987:16).

En su trabajo *Construir Pueblo*, Iñigo Errejón entrega algunas claves para entender la hegemonía y la amplitud de su determinación en el campo político. “Para abordarlo apuntaría tres niveles de definición: la encarnación del universal por un particular, la capacidad de seducción y creación de consentimiento, y la construcción del propio terreno de disputa” (Errejón-Mouffe 2015: 37).

La encarnación del universal por un particular se refiere inicialmente a un acto de exclusión, un acto político de asociación y proyección de una identidad y sus horizontes hacia el resto de la sociedad. El particular es el *demos*; el universal, la sociedad. Esta asociación o articulación de grupos es siempre contingente (Laclau-Mouffe 1987: 11), por tanto sujeta a una coyuntura que permite a esa fuerza edificar en torno a sí el interés general. Durante ese tiempo su desarrollo “aparece como coincidente con el desarrollo general de la sociedad, de tal manera que puede hablar en su nombre, poner las etiquetas y definir los temas y los adversarios” (Mouffe y Errejón 2015: 37).

La capacidad de seducir políticamente y crear consentimiento apunta a lo que Jorge Larraín, en su estudio sobre Gramsci, describe como un “dominio que se logra sobre todo mediante el liderazgo intelectual y moral y no principalmente mediante la violencia o la fuerza. Consiste en que la clase dominante logra hacer aceptar voluntariamente por otros grupos sociales todo un sistema de valores, actitudes y creencias que apoyan el orden establecido”. (Larraín 2008: 109).

En tercer lugar, la construcción del propio terreno de disputa significa pensar la hegemonía como la capacidad de configurar el tablero político en términos propios. Un espacio de choque político-ideológico que se presenta desde la articulación hegemónica de distintas fuerzas sociales que pasan a ocupar lugares de poder.

En síntesis, la cimentación de una fuerza hegemónica comprende de manera interdependiente: una ampliación del ensamblado social y político que la compone, formando alianzas con otras clases no dominantes dando lugar a un bloque histórico (Larraín 2008: 109); la permanente conquista y seducción de las capas sociales subordinadas; y la consolidación de ciertas interpretaciones que dibujan la arena de disputa política y el Estado.

Según plantea García Linera, esta fuerza es, a fin de cuentas, el actor que logra superar a su adversario en el trabajo de convencimiento de la sociedad (García Linera: Conferencia Universidad Nacional de Cuyo: 28 de mayo 2014), acumulando la potencia necesaria para fortificar sus ideas e interpretaciones más profundas, fundiéndolas en la organización de la sociedad y su proyección futura.

Liderar la sociedad y salir fortalecido de esta negociación imperfecta- específica según sus condiciones históricas- permite a quien ejerce la hegemonía establecer una suerte de *statu quo* nuevo, con una nueva correlación de fuerzas en el mapa político-social que tiene sus propios anclajes ideológicos. Esto se traduce, por ejemplo, en determinar cuáles derechos son importantes y no negociables.

Bajo los preceptos del liberalismo, insuficientes para aprehender la sustancia de lo político, el *statu quo* debe estar por encima de cualquier diferencia, por tanto tiende a eliminar todas las alternativas al orden existente. O sea, “desaparece la propia posibilidad de una forma legítima de expresión de las resistencias que se alzan contra las relaciones de poder dominantes” (Mouffe 2012: 23). Se trata finalmente de una cristalización del orden hegemónico liberal, que se esfuerza por extinguir las dinámicas antagónicas de la sociedad por medio de una eliminación de los adversarios basada en desconocer su legitimidad democrática.

Lo último refuerza la tesis de Mouffe respecto a la naturaleza de la paradoja democrática liberal y su consecuencia: lo que está en disputa es la “legitimación del conflicto y la división” (Mouffe 2012; 36), el derecho a impugnar lo establecido y hacer frente al problema del poder.

2.5 Comunicación Política y construcción de Hegemonía

Resulta imposible dissociar la comunicación de la política. En otras palabras, resulta imposible entender los fenómenos políticos –e intervenir en ellos- sin comprender las dinámicas que constituyen nuestra comunidad y sus relaciones. Con esta afirmación pretendemos dos cosas: direccionar inicialmente nuestra definición de lo que puede entenderse como “comunicación política” y, a su vez, alejarnos de concepciones rígidas o incompletas que dificultan su comprensión crítica.

Existen definiciones que ubican a la comunicación política desde una visión general y funcionalista, como la planteada por Norris: “un proceso interactivo relativo a la transmisión de la información entre los actores políticos, los medios de información y el público”. (Norris en Gerstle 2000:17). Esta idea presenta la imagen de una transmisión expedita de información entre los actores involucrados, sin considerar su papel en el mapa sociopolítico, ni las relaciones de poder y fuerza que los condicionan como sujetos. A su vez, la noción de información no es desarrollada, separando la comunicación de

importantes significados que también son intercambiados al interior de la sociedad: símbolos, relatos y representaciones.

Existen también versiones reduccionistas que sostienen una visión instrumental tanto de la comunicación como de la política. La primera es limitada a un “conjunto de técnicas y procedimientos” (Gestlé 2005: 15) empleados por sujetos políticos para influenciar la opinión pública; la segunda, restringida a la actividad institucional regulada por la estructura corporativa del Estado.

Por su parte, el investigador francés Dominique Wolton proporciona una visión, a nuestro juicio, verticalista de la comunicación política. Es decir, expone una concepción que se inscribe en el marco representante-representado, además de añadir un tercer elemento, lo que llama “opinión pública”, compuesta por la interacción ciudadana a partir de sus medios: “es el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política: los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos” (Wolton en Mendé y Smith: 1999: 2). Es definición asume la legitimación de actores como una realidad establecida, no parte de una disputa, además de restarle importancia en el ejercicio político-comunicativo a otros actores de la sociedad, como los sindicatos.

Otros, como Jay G. Blumler, le designan un carácter competitivo: “Una competencia para influenciar y controlar, gracias a los principales medios, las percepciones públicas de los grandes acontecimientos políticos y de lo que está en juego” (Gerstlé 2005: 18). Si bien la definición de Blumber incorpora elementos que sugieren una disputa por liderar la sociedad en base a sus interpretaciones y la existencia de un conflicto moldeado mayormente por los medios masivos de comunicación, desestima el brío que alberga todo hecho social para constituirse como nodo de conflicto – es decir, politizable - y lo reduce a “grandes acontecimientos” ya establecidos.

Nuestra proposición sobre el vínculo consustancial que existe entre comunicación y política se basa en considerar ambos elementos como procesos complejos que abarcan prácticamente todas las dimensiones de la vida social-colectiva. En palabras de la profesora María Cristina Mata:

“(…) Además de tener en cuenta las dimensiones institucionales de la política –sus organizaciones, sus momentos de deliberación y decisión-, la pensamos como esfera y práctica de la vida colectiva en la cual se diseñan y discuten los sentidos del orden social, es decir, los principios, valores y normas que regulan la vida en común y los proyectos de futuro. Y, sin negar sus dimensiones operativas, pensamos la comunicación como esos complejos intercambios a través de los cuales los individuos y grupos sociales producimos significaciones en permanente tensión y confrontación.”

En su ensayo “*Siete tesis sobre Comunicación y Política*”, el intelectual argentino Sergio Caletti aventura una tesis que profundiza y estrecha al máximo la conexión de ambos conceptos:

“La comunicación constituye, a nuestro juicio, condición de posibilidad de la política en un doble sentido. En primer término, como es obvio y no poco relevante, porque la política supone una relación entre los hombres que no se da centralmente ni por el trabajo ni por el cuerpo sino, por excelencia, por la puesta en común de significaciones socialmente reconocibles, a través de la palabra y de la acción. Pero, en segundo término y de manera decisiva, porque es precisamente la comunicación – entendida en este sentido antedicho en tanto que es una puesta en común de significaciones socialmente reconocibles – la que habilita precisamente a lo común como horizonte que puede serle dado a las aspiraciones que laten en cualquier juego de intervenciones múltiples de lo que solemos llamar ‘política’.” (Caletti 2001:9).

Estas fuentes fortalecen nuestra tesis. La “comunicación política” resulta en la producción de significaciones comunes que pretenden ordenar y organizar la coexistencia humana en condiciones de conflicto presentes en toda sociedad de manera constante y multiforme. Se trata de un proceso de creación de sentido común que, para que sea efectiva, requiere “hacer una buena lectura de los momentos políticos, de los equilibrios de fuerzas que componen toda situación política”. (Errejón 2014: 8).

Iñigo Errejón entiende el proceso de comunicación política como la acción política misma. Es decir, una acción realizada a partir del análisis concreto de la realidad, un análisis del y desde el conflicto –como diría Mouffe, entendiendo que una situación es producto de una correlación de fuerzas hegemónicas distribuidas en bandos políticos -, que luego se

sintetiza en un discurso, una narración o un mensaje político para intervenir y otorgar significado a hechos de la vida social.

Una comunicación política efectiva, que se esfuerce por producir sentido anclado en la realidad, explicándola, es una acción política que aspira a ser hegemónica dentro del tablero político: lo reajusta, lo modifica mediante su iniciativa política y trabaja el terreno de disputa ideológica a su favor.

Luego de ubicarse desde los antagonismos o desacuerdos, según Errejón, se procede a una lógica de dos pasos: primero diagnóstico, luego traducción. Para describir este proceso en su contexto – lo que denomina “Crisis de Régimen”-, presenta los siguientes lineamientos: “Diagnosticar cuáles son las razones (...) por las cuales una parte de lo existente no contiene los anhelos, las expectativas o las quejas de una parte sustancial – en nuestro caso, me parece que mayoritaria- de una sociedad. Al hacerlo nos adentramos siempre en una visión de la política como una lucha por el sentido que le damos a las cosas, en la que ninguna de las explicaciones que le damos a ningún hecho de lo social puede darse por anclada, sino que son siempre el resultado de una lucha por fabricar el sentido que le damos a las cosas y las posiciones que toman las cosas.” (Errejón 2014:13).

Si las explicaciones de la realidad empleadas por quienes soportan el orden establecido no son suficientes para integrar lo que sucede concretamente en la vida social, algunas palabras claves alojan fuertes contiendas para darles un significado u otro. Conceptos acuñados por Laclau como “significantes vacíos”.

Esta batalla por definir palabras es producto de las tensiones generadas en la lucha política y sus condiciones, un pensamiento que Errejón recoge del teórico argentino: “Según Laclau, son los significantes y no los significados de ciertas palabras, que antes eran depósitos de legitimidad, los que ahora empiezan a servir también para unir. Estos significantes permiten que cristalice una nueva identidad. Son significantes vacíos que se han convertido en campos de batalla. Sobre esas palabras se libra una lucha encarnizada por el sentido.”

El segundo momento es el de la traducción. No hay traducción de los diagnósticos a la intervención política sin simplificación, es decir, “la reunión de un conjunto de elementos

dispersos que están en el análisis, que sean capaces de producir un relato, una explicación coherente, sencilla, accesible y de fácil transmisión, un momento siempre central de la disputa política”. (Errejón 2014: 16).

Es en la correcta consideración de la correlación de fuerzas, lo acertado del diagnóstico y lo pedagógico de la traducción donde se juega la eficiencia de la acción política. Allí se resuelve gran parte – sino la totalidad - de su capacidad hegemónica, pues es el momento fundamental donde se traza la amplitud del “ellos” y el “nosotros”, se delimitan los bandos en la sociedad y emplea su capacidad de convencimiento para proyectar el universal.

La importancia de desarrollar la potencialidad hegemónica en una fuerza social es entender que ahí están sus posibilidades reales de disputar el poder. Sólo empleando acciones políticas orientadas por un sentido integrador se podrá construir un bloque histórico (Larraín 2008: 110). Es decir, no mediante la suma de actores, sino articulando distintos grupos y fraguar desde ahí una voluntad colectiva nueva.

Este efecto multiplicador, con nuevas significaciones y horizontes comunes, supone a su vez y de forma paralela la creación de un sujeto político nuevo, nuevas ideas que esculpan nuevas identidades de la materia prima asentada en la cotidianidad de la gente: sus dolores, sus anhelos, sus intereses.

Errejón lo plantea de la siguiente manera: “la construcción de los sujetos también es eminentemente una producción de sentido. No existen, no hay sujetos puros que estén esperándose en la economía (la clase trabajadora), en la historia (la nación), en el género, en la geografía. En su lugar, hay materias primas, culturales, sociales que, articuladas de una forma o de otra, producen distintos tipos de identidad.”.

Producir identidades significar suscitar lealtades, generar sentido de pertenencia a un proyecto de futuro compartido por amplios sectores de la sociedad. Según García Linera, “las funciones de la identidad son ubicar, asignar, asumir, agrupar, diferenciar y clasificar; y al realizarlas inevitablemente jerarquiza, ubica a las personas y a las colectividades al interior de las líneas de fuerzas sociales desplegadas en cada momento histórico”. (García Linera 2015: 40).

En síntesis, la comunicación política es generación de sentido común, es intervención política que tiene por objeto establecer un orden social determinado. Es potencialidad

hegemónica en tanto permite creación de identidades nuevas integrando mediante articulación a distintos sectores de la sociedad, es capacidad de traducción clara de las lecturas de la realidad. Es la habilidad de hacer que las ideas propias sirvan para explicar el mundo de y a la mayoría.

2.6 Hegemonía, medios masivos y espacio público

El propio Pablo Iglesias, hoy ex conductor de La Tuerka, lo afirma en la presentación del libro *Claro que Podemos*: “Comprendíamos que los medios de comunicación son el principal terreno de confrontación ideológica”. Esa fue la base para impulsar el programa y pulirlo hasta conseguir sus objetivos políticos y mediáticos.

Entrar a posicionarse en los medios y disputar los discursos en circulación masiva es entrar en la contienda por la hegemonía. Como mencionamos en apartados anteriores, a través de los dispositivos masivos de comunicación las personas adquieren recursos cognitivos y simbólicos que contribuyen a formar su identidad y sentido de pertenencia con cierta interpretación de la realidad. Delinear esas interpretaciones es una lucha política que permite a las fuerzas antagónicas construir los marcos de normalidad para los ciudadanos y definir el sentido común.

Los medios, a su vez, constituyen un engranaje fundamental en la conformación del espacio público. Además de las estructuras del Estado, el espacio medial “es uno de los ámbitos principales donde se dirimen hoy las luchas por el poder político, las luchas por la conducción de la sociedad, que no son independientes de poder comunicativo-cultural, es decir de la posibilidad de construir ideas hegemónicas”.

Esa importancia estratégica para el orden social, por cierto, es también una expresión de las relaciones de poder a nivel general. Los sistemas de propiedad mediática concentrada para blindar la opinión pública de una peligrosa pluralidad es un recurso político para mantener el statu quo.

Sin embargo, basados en su comprensión de la comunicación política como la acción política misma, los creadores de La Tuerka entienden que los dispositivos de masas tienen la capacidad de modificar la correlación de fuerzas en coyunturas de crisis determinadas. Errejón lo explica así: “Aunque los medios de comunicación habitualmente sostengan y reproduzcan el statu quo, es decir, estén al servicio del proyecto hegemónico

de las élites, albergan también una potencialidad de subversión del orden establecido, que puede activarse en momentos concretos”⁵

Los medios, entonces, modifican las condiciones en que se desarrolla el juego político. Son al mismo tiempo reflejo de la correlación de fuerzas sociales en la sociedad entera, y se constituyen como factores de cambio de dichas correlaciones por su capacidad de entregar sentido y nuevos marcos de realidad a las personas en un contexto donde se quiebran viejos consensos.

Si bien Iglesias ha manifestado que prefiere no definir La Tuerka como un medio alternativo o de contrainformación, pues evidencia una posición de desventaja y marginalidad, la conceptualización de este concepto también contribuye a comprender el perfil de la iniciativa.

Según la académica Chiara Saez (2008:29), “la característica clave de la comunicación alternativa es su propósito de transformación del orden social hegemónico, entendiéndolo por ello un cuestionamiento del orden que estos medios promueven y legitiman con cada una de sus opciones de contenidos, de actores y sectores relevantes”.

2.7 Televisión y construcción de sentido

Una vez que tenemos la visión general sobre la construcción de sentido común y su carácter conflictivo, es importante incorporar teóricamente el rol que juega la televisión como el principal dispositivo que, en nuestro tiempo, entrega definiciones de la realidad a la población.

Junto con el proceso de globalización, las nuevas tecnologías se instalaron en el seno de la vida de las personas. Las principales herramientas, televisión e internet, no sólo han entrado a modelar el pensamiento masivo, sino también conductas y expresiones culturales de muy variado signo.

Según Echazarreta, la televisión adquirió protagonismo social y centralidad en la cotidianidad humana: “Esta mágica conjunción de luz, color y sonido, o lo que es igual, de

⁵ Podemos como práctica cultural emergente frente al imaginario neoliberal: hegemonía y disidencia. Entrevista a Iñigo Errejón. Publicado en IC – Revista Científica de Información y Comunicación, 2014, 11, pp. 17 – 46.

imagen en movimiento y sonido, cuyo consumo es gratuito, se puede realizar en cualquier momento, a solas o en compañía, rodeándote entre sus brazos con pocas posibilidades de liberarte de su poder hipnótico y fascinador; ésta es la televisión". (p. 63-68)

La televisión y todos los dispositivos audiovisuales de alcance masivo se han convertido en herramientas esenciales para la edificación de cultura, valores y lógicas sociales diferentes. En estas plataformas se reproduce el orden existente o, por otro lado, se combate con símbolos y cuestiones nuevas.

Según Cerezo (1994, 16), su efectividad para promover modelos valóricos y sociales "radica en su capacidad de impacto, penetración social, y poder hipnótico, debido a su percepción audiovisual" (tomado de Cabero, 1-20). Capacidad, también, de replicar indistintamente mensajes políticos determinados, presentados de múltiples maneras según el nicho al que esté dirigido cierto producto audiovisual.

La influencia de la televisión, según Gerard Imbert, "acentúa la identificación del sujeto con el medio dando a la representación cartas de realidad, acentuando de esta manera el contrato que le une al medio; pero, en este caso, el contrato ya no se funda en el creer o en el entender sino en el ver (el modo de ver como autolegitimación de la realidad producida por el propio medio): Está pasando, lo estás viendo" (o, dicho de otra manera, está pasando porque lo estás viendo)".

En ese sentido Imbert introduce el concepto de la neo televisión "nuevos modos de ver basados en la movilidad de la cámara, su circulación en la calle pero también, en términos simbólicos, su intrusión en el espacio privado, sus incursiones cada día más frecuentes en la privacidad." Postulando que la televisión crea su propio universo de representación en varios niveles.

"Hoy la información se ha trivializado; ya no hay objetos "dignos" ni cotos reservados; todo puede ser objeto de información. Todo es "digno de atención", de ser mostrado con tal de que sea "de actualidad". Hay un imperialismo de la actualidad que ha asentado por parte de los medios audio-visuales un querer-ver sin límites (ni espaciales, ni referenciales, ni simbólicos, ni tampoco éticos). (Imbert 1998:6)

Con el auge de la televisión en el siglo XXI, las personas pasaron a ser audiencias. Según Guillermo Orozco, "ser audiencia significa hoy, en primer lugar, una transformación

sustancial de la estructuración de los sujetos. Su cohesión y sus subdivisiones estamentarias, antes definidas por criterios segmentativos de género, edad, clase y etnia, o aun de trabajo, producción, nivel educativo y orientación religiosa y política, se realizan cada vez más en una espiral de «massmediación globalizante» que hace estallar sus límites, privilegiando el criterio transversal de segmentación mediática” (Orozco 2001:3).

Así como ser audiencia ha transformado las formas de relacionarse con el entorno y con los acontecimientos, ya que todo transcurre a través de una pantalla. Ha transformado también los modos de participación en clave “conquista de audiencia”. En este marco, al modo del infoentretenimiento, que supone que la audiencia es por tanto, vulnerable, Orozco aduce que un televidente no nace, se hace. Se desliza entonces que es posible una educación de las audiencias.

3 Metodología

3.1 Definición del tipo de investigación

Al enfocarse la presente investigación en la identificación de las principales características formales del programa español de tertulia política La Tuerka, en su tercera y cuarta temporadas, emitidas a través de Diario Público, el presente estudio se enmarca en la combinación de técnicas cuantitativas – derivadas del análisis de datos recogidos por medio de una matriz de análisis- y cualitativas, procedentes de la interpretación de dichos datos.

Conceptualizada por E. Berelson (1952) como “una técnica de investigación que tiene por finalidad la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones”, el tipo de investigación que se refiere al análisis textual o de contenido, es a nuestro juicio el que más de ajusta a los objetivos propuestos por este trabajo. El que se enfoca en la identificación de características patentes en la producción audiovisual del programa La Tuerka, en función de su presencia, frecuencia e intensidad, en una muestra de capítulos aleatoria, cuya emisión corresponde a un periodo de tiempo determinado, esto es, la tercera y cuarta temporada.

Lo anterior responde a las características de la metodología propuesta, que dice relación con establecer reglas de recogida y sistematización para la clasificación de gran cantidad de material, que según Ortega y Galhardi (2013), al ser ordenados minuciosamente por categorías, se convierten “en una serie de datos numéricos susceptibles de ser tratados de forma estadística y a partir de ese conjunto de cifras se obtendrán los resultados esperados” (Ortega y Galhardi 2013:3).

El objeto de estudio y corpus metodológico se compone de una muestra aleatoria del total de programas disponibles en el canal de YouTube de La Tuerka. Los que al momento de la selección, corresponden a la tercera y cuarta temporada.

La selección aleatoria de capítulos en lugar del aislamiento de una temporada específica responde a la hipótesis de investigación según la cual detrás de La Tuerka estaría presente una fórmula audiovisual ideada por sus promotores específicamente para instalar ciertos temas en el debate público y generar un cierto impacto y adhesión de parte de la ciudadanía en un escenario de crisis institucional, económica y social de España.

Este *know how* se refleja en características manifiestas que serían transversales a todas las temporadas del programa.

3.2 Diseño de la investigación

En ese contexto y de acuerdo a los objetivos planteados, el trabajo es de tipo exploratorio-descriptivo, ya que en este caso “el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (Hernández Sampieri et al, 2004:114).

Con este estudio, junto con describir el programa y su desarrollo, buscamos aportar datos para posteriores análisis e investigaciones relacionadas con el uso de modelos audiovisuales tradicionales de la televisión para tertulias políticas que confronten posiciones radicales sin pretensión de llegar a consenso.

En ese sentido, el carácter exploratorio se acentúa, en tanto se han dado pocas experiencias tan exitosas como la de La Tuerka, en la construcción de hegemonía a través de productos comunicacionales, en ciclos políticos y electorales tan breves. He aquí el interés en sentar bases para un potencial análisis más profundo del modelo audiovisual de La Tuerka a partir de este primer acercamiento.

Al respecto, Hernández y Sampieri señalan que “de hecho, una misma investigación puede abarcar fines exploratorios, en su inicio, y terminar siendo descriptiva, correlacional y hasta explicativa: todo según los objetivos del investigador”. (Hernández, Sampieri et al, 1997, 71).

El sello descriptivo del presente análisis se materializa en determinar a priori categorías que consideramos pertinentes para la construcción de un modelo audiovisual, pertenecientes a cuatro dimensiones de análisis relativas a la producción periodística del contenido a debatir en el programa, a las herramientas técnicas de construcción del relato, a los recursos narrativos de configuración de argumentos y los aspectos comerciales que inciden en la producción. Dichas características serán descritas en relación a su presencia, su frecuencia y su intensidad.

Según Hernández Sampieri la metodología descriptiva “busca especificar las propiedades como las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos,

objetos, o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir miden, evalúan, o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. En un estudio descriptivo se relaciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información para cada una de ellas, para así (valga la redundancia) describir lo que se investiga” (Hernández Sampieri et al, 1997:102).

3.3 Definición de población y muestra

3.3.1 Población

La población de la investigación está definida por la totalidad de temporadas disponibles del programa en el portal multimedia de Diario Público, plataforma desde donde se emite el programa desde 2013 en adelante. Si bien La Tuerka existe desde 2010 y ha pasado por diferentes casas de emisión (Tele K de Vallecas y Canal 33), es en la plataforma de Diario Público, vía internet, donde el programa consigue profesionalizarse, emitirse de manera diaria y además guardar un registro en buena calidad de los programas emitidos.

De las temporadas anteriores, solamente emitidas vía Youtube, no existen registros confiables para establecer una muestra representativa, ya que muchos de los capítulos fueron subidos sólo en segmentos y en un orden cronológico más bien intermitente.

3.3.2 Muestra

Para dar cumplimiento a los objetivos de este estudio, la información necesaria se obtendrá a través de un análisis de contenido, más específicamente textual audiovisual, realizando una muestra aleatoria del total de programas de La Tuerka disponibles en el canal Diario Público. Para ello se consideró la distribución de los programas emitidos, a los que se da inicio el día 9 de diciembre de 2013 y término el 2 de julio de 2014, con una frecuencia de presentación de 3 capítulos semanales. Esta muestra se seleccionará mediante un muestreo aleatorio simple.

Determinación del tamaño de la muestra:

El listado de programa reúne un total de 75 capítulos. Para determinar el tamaño de muestra global inicial, se utilizará la siguiente expresión correspondiente a un muestreo aleatorio simple para estimar proporciones en poblaciones infinitas.

$$n_0 = \frac{Z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 \alpha p_0 (1-p_0)}{E_0^2}$$

Dónde:

$Z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2$: Percentil 100 $\left(1 - \frac{\alpha}{2}\right)$ de la distribución Normal (0,1)

E_0^2 : Cuadrado del Máximo error que se está dispuesto a aceptar entre la proporción estimada a través de la muestra y la verdadera proporción. En este caso utilizaremos el valor $E_0 = 0,1$

p_0 : Estimación adelantada de la verdadera población. En este caso, como no se dispone de antecedentes que permitan obtener esta estimación adelantada de la verdadera proporción, se utilizará $p_0 = 0.5$, valor que maximiza el tamaño de la muestra. Además se considerará $\alpha = 0,05$ y $E_0 = 0,1$.

Por lo tanto el valor calculado para n_0 es de 96.

Como la población bajo estudio es finita ($N = 75$), el tamaño de muestra inicial se ajusta mediante la siguiente expresión:

$$n = \frac{n_0}{1 + \left(\frac{n_0 - 1}{N}\right)}$$

Por lo cual el tamaño de la muestra global es de 42 programas.

Para determinar las fechas de los programas a analizar, a través de un muestreo aleatorio simple, se utilizará el software R-project.

Tabla 1: Capítulos de la muestra

lunes, 09 de diciembre de 2013	martes, 25 de marzo de 2014
miércoles, 11 de diciembre de 2013	miércoles, 26 de marzo de 2014
miércoles, 18 de diciembre de 2013	lunes, 31 de marzo de 2014
martes, 07 de enero de 2014	martes, 01 de abril de 2014
miércoles, 08 de enero de 2014	miércoles, 02 de abril de 2014
martes, 14 de enero de 2014	martes, 08 de abril de 2014
miércoles, 15 de enero de 2014	lunes, 21 de abril de 2014
lunes, 20 de enero de 2014	martes, 22 de abril de 2014
martes, 21 de enero de 2014	martes, 06 de mayo de 2014
miércoles, 22 de enero de 2014	miércoles, 07 de mayo de 2014
miércoles, 29 de enero de 2014	martes, 13 de mayo de 2014
martes, 04 de febrero de 2014	lunes, 19 de mayo de 2014
lunes, 10 de febrero de 2014	miércoles, 21 de mayo de 2014
martes, 11 de febrero de 2014	lunes, 26 de mayo de 2014
lunes, 17 de febrero de 2014	martes, 27 de mayo de 2014
martes, 18 de febrero de 2014	miércoles, 28 de mayo de 2014
lunes, 03 de marzo de 2014	miércoles, 04 de junio de 2014
miércoles, 12 de marzo de 2014	lunes, 09 de junio de 2014
lunes, 17 de marzo de 2014	lunes, 16 de junio de 2014
martes, 18 de marzo de 2014	lunes, 23 de junio de 2014
lunes, 24 de marzo de 2014	miércoles, 02 de julio de 2014

4 Métodos de recolección y análisis

4.1 Análisis textual audiovisual

Para analizar los programas propuestos en el plan de muestreo se procederá con un protocolo de análisis que permita sistematizar y luego describir todos los datos que se puedan clasificar en categorías relevantes.

En función de ello se utilizará elementos metodológicos del análisis textual aplicado a un producto audiovisual, ya que “desplaza su atención hacia los elementos concretos del texto y hacia los modos en que dicho texto se construye y por otro lado, extiende su atención hacia el modo de interpretar su significado en un sentido global, de valorizar, los temas de los que se habla y las formas de enunciación de su propio discurso”. (Casetti y Di Chio, 251).

El modelo de análisis es coherente con el objetivo general de esta investigación en tanto permite observar en detalle el objeto de estudio, aislándolo “en sus elementos constitutivos y recomponerlo a través de la síntesis y de modelos interpretativos”. (Casetti y Di Chio, 42)

4.2 Instrumento de análisis

Debido a la necesaria categorización de elementos referidos tanto al texto audiovisual como al contexto del objeto de estudio, se requiere de la implementación de una matriz de análisis que permita descomponer y sistematizar dichos factores.

Como afirman Strauss y Corbin (2002: 199) la matriz, “es un mecanismo de codificación que ayuda a tener en cuenta varios puntos analíticos”. Además, su importancia radica en que mediante su uso es posible construir un relato lógico e integrado capaz de determinar la naturaleza de las relaciones entre los diversos acontecimientos y fenómenos.

4.3 Diseño de la matriz

La matriz de la investigación está compuesta por cuatro dimensiones de análisis, las que a su vez integran categorías y subcategorías, cuya función es ordenar la información que será recogida para la posterior interpretación de los productos comunicativos.

“Una vez que los códigos o valores se han introducido en la matriz de datos de acuerdo con la información ofrecida en la ficha de análisis, ya se puede ejecutar la consecuente resolución de gráficos y tablas de contingencia para obtener a través del análisis de la información recogida, los consecuentes contrastes a las preguntas planteadas en la investigación y posteriormente elaborar el informe final de los resultados” (Igartua, 2006).

Los ejes de esta matriz serán las dimensiones Estructural Informativa, Narrativa Audiovisual, Estructural Discursiva y Comercial; las que a su vez estarán integradas por las variables identificativas de cada programa, relativas a n° de programa, temporada y fecha; y por categorías y subcategorías de análisis.

A continuación se presentan 4 tablas que muestran el orden de categorías y subcategorías por dimensión, para luego explicar en detalle su funcionalidad en el contexto del análisis.

Tabla 2: Dimensión Estructural Informativa

Dimensión Estructural Informativa						
Producción Periodística					Propiedad	Tecnología
Fuentes	Posición Fuentes	Temas				
				Número	Clasificación	Área temática

Tabla 3: Dimensión Narrativa Audiovisual

Dimensión Narrativa Audiovisual						
Guion Técnico					Interacción con Público	Secciones
Panelistas	Organización / Profesión	Trabajo de Cámara	Escenografía	Recursos Gráficos		

Tabla 4: Dimensión Estructural Discursiva

Dimensión Estructural Discursiva		
Monólogo Intensión comunicativa	Contextualización	Retórica Tuerka
Clasificación	Clasificación	Conceptos

Tabla 5: Dimensión Comercial

Dimensión Comercial	
Avisaje	Audiencia

- **Dimensión estructural informativa**

Esta dimensión se enfoca en la labor periodística desarrollada por quienes producen el programa La Tuerka y de qué manera se presenta la información a debatir en cada programa. Es así como se pone especial interés en el tipo de fuente que se utiliza, la pluralidad de éstas en cada capítulo y el uso de tecnología en la transmisión del contenido en vivo. Asimismo, se identifican las temáticas más recurrentes que estructuran la discusión y se registran de acuerdo a su cantidad y clasificación según nivel de actualidad y área temática.

- **Dimensión Narrativa Audiovisual**

La Dimensión Narrativa Audiovisual se compone de las categorías Guion Técnico, Interacción con el Público y Secciones, en las que se registran aspectos relacionados a los personajes/actores y su rol en el relato audiovisual; a los planos usados según los énfasis de la narración; a los recursos gráficos para dinamizar la entrega del contenido; a las formas de participación del público en el desarrollo del programa y finalmente a las formas de organizar la información a través de secciones.

- **Dimensión Estructural Discursiva**

La dimensión Estructural Discursiva integra las categorías de Monólogo, Contextualización y Retórica Tuerka. Este apartado dice relación con la utilización de distintos recursos para lograr determinados momentos en el relato de cada capítulo, los que configuran un ritmo de la narración, que tiene una apertura con fijación de posición (monólogo) y una puesta en contexto de la información. Esto último se refiere a entregar información extra para el debate respecto de tópico, mediante el uso de recursos gráficos, registros audiovisuales, archivo documental, notas resumen, entre otras.

La dimensión también comprende el registro de nociones políticas que los presentadores de La Tuerka han llamado “conceptos en disputa” y que son utilizados en el desarrollo del debate para definir ciertas realidades en función de los intereses de los presentadores para brindar “explicaciones alternativas al significado de ideas como Democracia o Derechos Sociales y generar un nuevo sentido común en la sociedad” (Domínguez y Giménez 2014: 54). La categoría tiene por objeto identificar cuáles son esos principales conceptos clave.

- **Dimensión Comercial**

La existencia de esta dimensión se justifica por el actual funcionamiento de los medios de comunicación, especialmente de la televisión, en el contexto de un globalizado modelo económico neoliberal. La tendencia mundial es que tanto televisión privada como pública, se autofinancia a través de la publicidad, influyendo esta dependencia en el tipo de contenido que se presenta y bajo qué formatos.

“Los medios de comunicación no son entes abstractos ajenos a la realidad nacional, sino que, por el contrario, también se ven moldeados por la sociedad en que se desenvuelven. En este sentido, la tensión entre medios de comunicación, publicidad y democracia encuentra su punto más rígido cuando el medio se enfrenta a la disyuntiva de informar ciertos hechos que implicarían una merma en la publicidad (...)” (Aguirre y González 2012: 93)

La dimensión se compone de las categorías Audiencia y Avisaje.

4.4 Categorías y subcategorías

4.4.1 Dimensión Estructural Informativa

4.4.1.1 Categoría Producción periodística

Se refiere al proceso de configuración del discurso noticioso, entendiendo este como el cruce entre las prácticas periodísticas y el mensaje del producto final que se plasma en cada entrega.

Se compone de las subcategorías:

a) Subcategoría Fuentes

Se clasifican las fuentes utilizadas en la entrega informativa de La Tuerka por el papel “constitutivo de éstas en el proceso de producción y selección periodística y a su capacidad de condicionar decisivamente el contenido (agenda) y el enfoque (framing) de la cobertura informativa. Igualmente, su uso constituye un indicador de calidad periodística relevante”. (Serrano, 2014: 19-25). Para el análisis, consideramos fuentes a los actores invitados al programa en cada capítulo, por su relevancia en la introducción de enfoques temáticos.

Los tipos de fuentes a identificar son

- Medios de Comunicación:

Son aquellas que provienen de los medios de comunicación ya sea en su función de reporteros o editores.

- Institucional

Aquellas fuentes que son invitadas para dar un punto de vista de su institución de origen, ya sea de carácter estatal o privada. Se refiere a lo que llamaremos posiciones corporativas.

- Movimiento Social

Se consideró fuentes provenientes del movimiento social a aquellas interrogadas en el panel respecto de una organización en torno a una causa amplia a la que pertenece.

- Académica

Se tomó como fuente académica a intelectuales, docentes e investigadores de cualquier institución de educación.

- Personal

Este tipo de fuente corresponde a personas consultadas por su opinión personal, sin necesariamente ésta estar fundada en una pericia particular de la fuente en torno al tema.

- Institución internacional

Aquellas fuentes que son invitadas para dar un punto de vista de su institución de origen, ya sea de carácter estatal o privado, perteneciente a un país distinto a España.

- Sindicato

Se refiere a representantes de sindicatos de cualquier índole.

- ONG

Se refiere a representantes de organizaciones no gubernamentales invitadas a dar el punto de vista de su colectividad.

- Organización Social

Son aquellos representantes consultados en tanto integrantes de organizaciones tales como juntas de vecinos, uniones comunales, centros comunitarios, entre otros.

- Estudiante

Se refiere a fuentes que exponen su punto de vista como representantes del movimiento estudiantil español.

b) Subcategoría Posición de la Fuente

A su vez, se registra cada tipo de fuente según su nivel de discrepancia con la línea editorial de La Tuerka.

Interesa, porque los presentadores de La Tuerka manifiestan en cada programa su tendencia política, es así como se autodefinen como “la tertulia de izquierdas de la Tv

española”. No obstante, en varios capítulos de esta muestra, presumen de ser una “tertulia plural” y de querer discutir “de todo con todos”. En el libro *Claro que Podemos: De la Tuerka a la esperanza del cambio en España*, describen la misión del programa así:

“La Tuerka ha sido desde sus inicios heterogénea. Entre sus integrantes hay simpatizantes y militantes de distintas formaciones políticas (...) No es por tanto una organización política, es una tertulia plural, caracterizada por la profundidad de sus debates, en los que participan sobre todo expertos que rompen con el estilo de *todólogos* imperante en los programas de los grandes medios, donde el ruido y la furia sustituyen su pretendida vocación de reflexión política” (Domínguez y Giménez 2014: 16).

Es por esto que cobra relevancia identificar el nivel de pluralidad de las fuentes clasificando cada uno como:

- Cercana
- Alejada
- Mediana discrepancia.

c) Subcategoría Temas

La agenda temática de La Tuerka está marcada tanto por la hoja de ruta de las preocupaciones políticas de un determinado sector, como por las limitaciones técnicas del programa, entre las que se cuentan el trabajo voluntario y la incapacidad de cubrir varios eventos noticiosos a la vez. De todas formas, el equipo manifiesta presentar debates contingentes.

“Aunque La Tuerka sea un espacio para el debate y no una organización política, el equipo que hace posible el programa se identifica explícitamente con estos colectivos más próximos al 15-M y con lo que este movimiento representa. Sin embargo, prevalece la voluntad de mantener este espacio como el punto de encuentro entre unos y otros, de atraer a los activistas de los movimientos tanto como a los militantes de las organizaciones más tradicionales de izquierda con el fin de promover un diálogo tan difícil como necesario en momentos de crisis y transformación”, describe Luis Giménez en *La Experiencia Tuerka*, un apartado del libro *Claro que Podemos*, del que es coautor (Domínguez y Giménez 2014: 40).

Es por eso que interesa identificar:

- Número de temas

Se registra el número de temas a tocar en cada programa.

- Clasificación

Se clasifica según si pertenecen o no a un tema de Actualidad

- Área temática:

a. Inmigración

b. Cambio Climático

c. Monarquía

d. Corrupción

e. Tema ético

f. Medios

g. Otros

h. América Latina

i. Historia española

j. Movimiento Social

k. Crisis política

l. Política exterior

m. Política española

4.4.1.2 Categoría Propiedad

El pluralismo del sistema informativo está mediado por sus configuraciones de propiedad y producción. Al respecto, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos y la Corte Interamericana de Derechos Humanos han establecido que

“La libertad de expresión requiere de que los medios de comunicación social estén virtualmente abiertos a todos sin discriminación, o más exactamente, que no haya

individuos o grupos que, a priori, estén excluidos del acceso a tales medios, exige igualmente ciertas condiciones respecto de éstos, de manera que, en la práctica, sean verdaderos instrumentos y no vehículos para restringirlas. Son los medios de comunicación social los que sirven para materializar el ejercicio de la libertad de expresión, de tal modo que sus condiciones de funcionamiento deben adecuarse a los requerimientos de esta libertad (...)” (Grossman 2003: 335).

Es por esto que cobra relevancia identificar y registrar el rol que juega la propiedad del medio de comunicación a través del cual se emite el programa La Tuerka, por medio de registrar sus menciones en vivo. La importancia de la propiedad también se podrá identificar en la dimensión Narrativa Audiovisual, en la categoría Organización y/o Profesión, variable que según se describirá en el análisis de datos más adelante, arrojará la presencia de representantes de Diario Público a lo largo de la muestra de programas en un porcentaje importante.

4.4.1.3 Categoría Tecnología

Otra categoría dentro de la dimensión Estructural Informativa es el uso de la tecnología en la transmisión de información. La revolución tecnológica ha transformado para siempre la manera en que se produce y transmite el conocimiento, especialmente por la posibilidad de obtener a través de internet una retroalimentación inmediata de parte de otros usuarios, o en este caso, de la audiencia de un determinado programa. Según Manuel Castells:

“El proceso de retroalimentación generado entre la introducción de nueva tecnología, su uso y su desarrollo hacia nuevos territorios se produce mucho más rápidamente bajo el nuevo paradigma tecnológico. Como resultado, la difusión de la tecnología amplía sin límites el poder de la tecnología, al ser apropiada y redefinida por sus usuarios (...) por lo tanto, las computadoras, los sistemas de comunicación, y la decodificación y programación genética son todos amplificadores y extensiones de la mente humana” (Castells 2002:3).

En ese sentido, interesa identificar la recurrencia del uso de distintos dispositivos y clasificarlos en:

- Uso de Tablet

- Uso de PC
- Uso de Smartphone

4.4.2 Dimensión Narrativa Audiovisual

4.4.2.1 Categoría Guion Técnico

Esta categoría permite identificar y analizar características relativas a la configuración de los personajes o actores del relato, sus perfiles, el escenario en el que transcurre el debate, el trabajo de cámara que construye el ritmo del programa y los recursos que le dan fluidez a la presentación de la información.

Se identifican las subcategorías:

a) Panelistas

Nombre y apellido

b) Organización o profesión

Identificación según sea presentado como representante de una organización o bien como profesional de algún área.

c) Trabajo de Cámara

Se identifican los tipos de planos utilizados en cada capítulo:

-Plano General

-Plano Medio

-Plano Picado

d) Escenografía

Se identifica presencia de escenografía, de material de utilería y objetos con la marca del programa a la vista en el plató.

e) Recursos Gráficos

Se identifican y clasifican en

- Infografía
- Efectos de posproducción
- División de pantalla
- Generador de caracteres

4.4.2.2 Categoría Interacción con el público

Esta categoría describe el empleo de retroalimentación con el público durante el desarrollo del programa, utilizando distintos medios tecnológicos.

Se identifican y clasifican en:

- Contacto en Directo vía telefónica o vía streaming
- Contacto vía redes sociales. Twitter y Facebook.

4.4.2.3 Categoría Secciones

Esta categoría recoge datos respecto de los distintos segmentos que se utiliza para organizar la información entregada durante el programa y darle un cauce lógico a los tópicos tratados en cada capítulo. De esta forma, se introducen temáticas, se cambia de formato (del debate a la entrevista, por ejemplo) y se adhieren cápsulas de temas distintos al que se está abordando durante el programa.

Las secciones en La Tuerka son una pieza fundamental del programa ya que contribuyen a dinamizar la entrega informativa, descomprimen el debate político que muchas veces se genera a causa de la polarización de los panelistas y cumple con imitar el formato de los programas emitidos por las cadenas tradicionales de televisión.

Dado que las secciones en La Tuerka no son inamovibles, no es posible fijar un determinado grupo de éstas a identificar, sino que se registran a medida que aparecen en la muestra de capítulos.

4.4.3 Dimensión Estructural Discursiva

4.4.3.1 Categoría Monólogo

El Monólogo del presentador es una característica que se repite a lo largo de toda la muestra del programa La Tuerka. En la mayoría de los casos consiste en un plano medio y constituye la editorial del día. Enumera los temas a debatir y explicita una postura política frente a estos.

Cada monólogo se clasifica además según se trate de una Autorreferencia, ya sea a La Tuerka, como a los movimientos de izquierda de España, o de una Interpelación a personas individuales o grupos de poder.

A su vez, cada modalidad se clasificará en una intención comunicativa que describirá la mayor o menor voluntad de influir en el comportamiento y/o el juicio de los espectadores. Pudiendo identificarse como Autorreferencia o Interpelación:

-Informativa

-Prescriptiva

-Conmemorativa

4.4.3.2 Categoría Contextualización del tema

En este apartado se clasifican los recursos utilizados en cada programa para contextualizar el o los temas a debatir con información relevante para cada asunto, relativa a fuentes. Se clasifican en:

-Despacho

-Archivo

-Contacto en directo (presencial en terreno)

-Sumario

-Entrevista en vivo

-Archivo audiovisual

-Sumario

-Nota corta

-Editorial

-Contacto telefónico

4.4.3.3 Categoría “Retórica Tuerka”

En esta categoría se identifica todas las menciones durante los programas de la muestra, a distintas nociones políticas que los presentadores de La Tuerka llaman “conceptos en disputa” y que se traen a debate para “pelear por la definición de la realidad”. Su recurrencia describe una manera premeditada y sistemática de abordar ciertos temas frente a adversarios políticos durante cada capítulo.

Pablo Iglesias, principal conductor de La Tuerka, lo explica así:

“Aquí lo que tenemos es la pelea por definir la realidad (...) Estamos en un momento crucial para disputar nociones como democracia o soberanía, para decir que sin derechos sociales no hay democracia, para decir que la democracia no es que existan procedimientos de élites políticas. Está bien que se vote, pero la democracia es repartir poder. Y si no hay derechos sociales, si a uno le quitan el derecho a acceder a una vivienda digna, el derecho a la educación o a un sistema sanitario decente, esas medidas, con o sin votos, son antidemocráticas. ¿Qué es lo que a nosotros nos corresponde? Entrar en la batalla de la definición de nociones cruciales para hacer política” (Domínguez y Giménez 2014:15).

Dichos conceptos se clasifican en:

- a. La Casta
- b. Democracia
- c. Crisis de régimen
- d. Ciudadanía
- e. Derechos Sociales
- f. Corrupción

4.4.4 Dimensión Comercial

4.4.4.1 Categoría Avisaje

La relación entre la inversión de publicidad en un medio de comunicación y la distribución de contenidos en los canales de televisión es evidente, toda vez que se financian en gran parte con dichos aportes. Sin embargo, “la tensión entre medios de comunicación, publicidad y democracia encuentra su punto más rígido cuando el medio se enfrenta a la disyuntiva de informar ciertos hechos que implicarían una merma en la publicidad y, por tanto, poner en riesgo la estabilidad económica del medio” (Aguirre y González 2012:92), situación que amenaza la libertad de expresión.

En este contexto es relevante identificar si La Tuerka cuenta o no con avisaje de manera manifiesta durante la emisión del programa.

4.4.4.2 Categoría Audiencia

En esta categoría se identifica datos que reflejen el nivel de impacto del programa La Tuerka en relación al número de personas al que llegan. Tratándose de un programa cuya transmisión se hace vía internet, no se cuenta con mediciones de rating. Es por eso que se tomará en cuenta la cifra de reproducciones por programa. El periodista Luis Giménez, autor del libro sobre La Tuerka, Claro que Podemos describe:

“A partir de enero (de 2011), el programa empezó a mejorar y como consecuencia, se produjo un salto espectacular en el número de reproducciones en Youtube. Al ser un programa que se difundía fundamentalmente por las redes sociales, la mayoría de sus visionados se producía por este portal de videos y por tanto, las visitas al canal de La Tuerka en Youtube han servido siempre como indicador de la evolución de su impacto” (Domínguez y Giménez 2014: 34).

5 Análisis e interpretación de datos

5.1 Análisis de Datos

El objetivo de este capítulo es describir el desarrollo de la obtención de datos que permitió completar el presente análisis. Para ello, se presentan de manera parcelada las tablas que componen la matriz, divididas según dimensión analítica. La estructura completa de la matriz, conformada por cuarenta y dos filas y diecinueve columnas; puede consultarse en los anexos digitalizados.

La Tuerka emitió su primer programa en noviembre de 2010, por lo que el primer paso para comenzar la revisión de material audiovisual fue identificar la cantidad de temporadas completas disponibles en internet. Con esa información se pudo organizar la tabla y establecer dimensiones, categorías y subcategorías que permitiesen identificar las características manifiestas del modelo audiovisual de La Tuerka, perfilar sus fuentes y áreas temáticas principales; aspectos que constituyen los objetivos específicos de esta investigación.

Tabla 6: Dimensión Estructural Informativa

Dimensión Estructural Informativa						
Producción Periodística					Propiedad	Tecnología
Fuentes	Posición	Temas				
		Fuentes	Número	Clasificación	Área temática	Menciones

Tabla 7: Dimensión Estructural Audiovisual

Dimensión Narrativa Audiovisual						
Guion Técnico					Interacción con Público	Secciones
Panelistas	Organización / Profesión	Trabajo de Cámara	Escenografía	Recursos Gráficos		
						Clasificación

Tabla 8: Dimensión Estructural Discursiva

Dimensión Estructural Discursiva		
Monólogo Intensión comunicativa	Contextualización	Retórica Tuerka
Clasificación	Clasificación	Conceptos

Tabla 9: Dimensión Comercial

Dimensión Comercial	
Avisaje	Audiencia

En el cuadro anterior, se presenta la estructura general de la matriz de análisis, compuesta por cuatro dimensiones principales: Estructural Informativa, Narrativa Audiovisual, Estructural Discursiva y Comercial, cada una de ellas dotada de sus respectivas categorías y subcategorías.

En el primer bloque de la matriz –destacado en color azul- se presenta la dimensión estructural informativa, donde se ubican las categorías Presentador, Producción Periodística, Propiedad y Tecnología.

La categoría Presentador permite identificar a los conductores del programa y por tanto, a quienes moderan y orientan la conversación. Su rol es fundamental pues expresa la línea editorial del programa e imprime un sello estilístico particular al desarrollo del debate.

La categoría Producción Periodística está dividida en las subcategorías Fuentes, Posición de las fuentes y Temas. Ello con el fin de describir en detalle la configuración del panel que sostiene la tertulia, perfilar la pluralidad presente en el debate e identificar los principales y más recurrentes temas tratados en la discusión a lo largo de los capítulos.

Los tópicos, además, son clasificados según si pertenecen a la coyuntura mediática o bien se trata de debates atemporales.

En la categoría Propiedad se chequean menciones en vivo a la plataforma multimedia Diario Público, a través de la cual se emite el programa, con el fin de establecer alguna relación de determinación entre la propiedad del medio y la configuración del debate en el panel.

Finalmente, en la categoría Tecnología, se identifica las herramientas tecnológicas utilizadas durante los capítulos analizados. Lo anterior permitió cuantificar el uso de ciertas tecnologías de la información en la producción de La Tuerka.

El segundo bloque de la matriz está comprendido por la dimensión Narrativa Audiovisual. Ésta la componen las categorías Guion Técnico, Interacción con el público y Secciones.

El Guion Técnico está dividido en las subcategorías Panelistas, Organización o Profesión, Trabajo de Cámara, Escenografía y Recursos Gráficos. Su objetivo es identificar a los participantes del debate y su procedencia profesional u representación organizativa, según se haga patente a través de su presentación por parte del conductor del programa. De esta forma se configuran los actores o personajes de la narración audiovisual.

Las demás subcategorías de la clasificación Guion Técnico, permiten profundizar la mirada sobre la composición de los paneles y la conducción de la discusión, por medio de la constatación de las herramientas del trabajo de cámara empleado para la transmisión del programa y la utilización de determinados recursos gráficos que faciliten una lectura inteligible del debate y sus etapas.

En la categoría Interacción con el público se cuantifica e identifica cómo el programa realiza *feedback* con su audiencia. En tanto, la categoría Secciones, permite identificar los segmentos narrativos presentes en La Tuerka como parte de su diseño.

La tercera sección de la matriz es la dimensión Estructural Discursiva, dividida en las categorías Monólogo, Contextualización y Retórica Tuerka.

En la categoría Monólogo se logra identificar la presencia en el texto de tres modalidades de intención comunicativa de las editoriales habladas por los presentadores al inicio de

cada programa. Se trata de un espacio utilizado para fijar posición y plasmar con mayor fuerza la línea del programa respecto a temas coyunturales e históricos tratados durante el debate posterior.

Con la categoría Contextualización se busca identificar y cuantificar todas las formas manifiestas que utiliza La Tuerka para ubicar sus temas en un contexto y escenario político-social determinado. Es, finalmente, la forma de introducir los temas y abrir la palabra para que los tertulianos inicien sus ideas.

Por último, la categoría Retórica Tuerka es una categoría cerrada que identifica la presencia en el texto audiovisual de conceptos previamente determinados, que son claves en el desarrollo del debate y que son utilizados de manera recurrente por quienes conducen la discusión en el programa para generar impacto en ciertos tópicos. Dichos conceptos hacen referencia a elementos del sistema político y social que funcionan como definiciones de realidades concretas, cuyo significado está permanentemente en disputa por los grupos de poder. Siendo los más recurrentes, democracia, corrupción, crisis de régimen, casta y derechos sociales.

La última de las dimensiones graficadas es la Comercial, integrada por dos categorías. La primera es Audiencia, con la cual se busca identificar un indicador objetivo para medir el alcance del programa en cuanto a la cantidad de personas que lo sigue. Sin embargo, como el espacio se transmite por medio de internet, en la plataforma virtual de Diario Público, no existen cifras de reproducción disponibles.

Por otro lado, en la categoría Avisaje, se buscó identificar marcas auspiciadoras del programa, por medio de identificar sus menciones en vivo. Esto porque el avisaje puede constituirse como fuente de financiamiento de un espacio comunicacional y en esa acción, determinar el abordaje de ciertos temas de coyuntura y/o debate político.

5.2 Resultados de la investigación

La interpretación de los datos recogidos se basa en el empleo de análisis textual aplicado a un producto audiovisual y la posibilidad que otorga esta técnica de combinar la interpretación de datos cualitativos y cuantitativos que configuran la estructura de La Tuerka. Se trata de un ejercicio de recomposición de lo observado con un criterio interpretativo derivado del análisis de datos abiertos en la matriz construida.

- **Presentador**

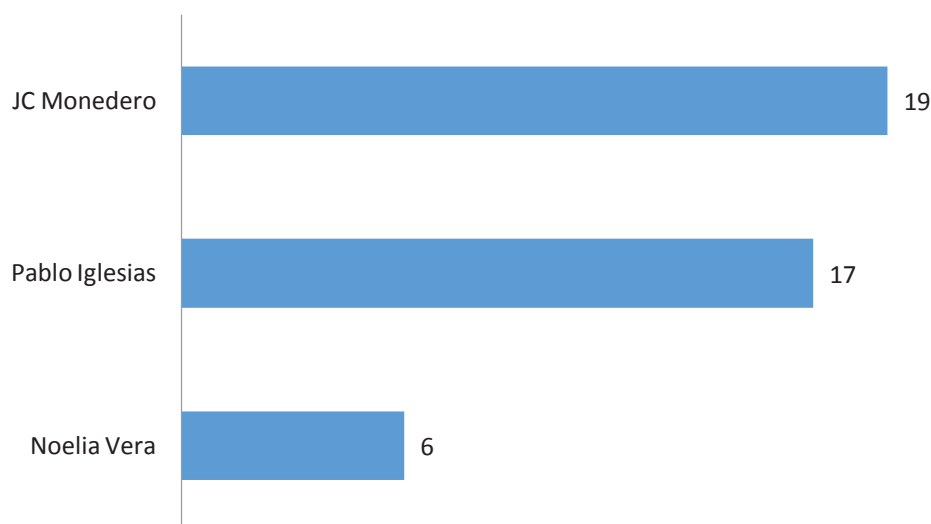


Figura 1: Número de capítulos en que participa cada presentador

Sobre la figura del conductor se construye la identidad de la tertulia política. Su rol no se limita a moderar el debate entre los tertulianos, sino que imprime en sus intervenciones el sello editorial del programa, definiendo las pautas y perspectivas de su tratamiento a lo largo de la conversación.

La Tuerka se produce en plena conciencia de la importancia de dicho papel, intentando desde sus inicios potenciar la imagen de Pablo Iglesias como ícono del espacio. El objetivo principal era desarrollar un liderazgo mediático capaz no sólo de imprimir un sello característico a La Tuerka, sino de proyectarse a otros espacios mediáticos masivos y ampliar su discurso a un conjunto mayoritario de la sociedad española.

Según los resultados del análisis, quien asume más veces el rol de presentador y conductor del debate en los 42 capítulos analizados de La Tuerka es el politólogo Juan Carlos Monedero, con 19 apariciones. Pablo Iglesias, por su parte, le sigue con 17 ocasiones donde modera la conversación.

Si bien es Pablo Iglesias el máximo referente del programa –realidad refrendada por su proyección mediática y política a escala nacional-, esta diferencia de dos capítulos entre él y Monedero se sostiene en dos elementos. El primero tiene que ver con el momento en que se producen las temporadas analizadas. Hablamos de finales de 2013 y gran parte del 2014, período en que se concreta la fundación de Podemos y se planifica su estrategia para las elecciones al parlamento europeo. Esta coyuntura determina los tiempos de los presentadores, incluso concretando un cambio permanente para encabezar el programa. El segundo elemento responde al carácter de “trampolín” de La Tuerka para posicionar a determinados rostros del mismo partido, haciendo ver sus capacidades histriónicas, comunicacionales y argumentativas. También se potencia la figura de Monedero, quien más tarde llegaría a ser el número de tres de Podemos.

Por su parte, la periodista Noelia Vera participó como presentadora en 6 capítulos del total estudiado. Luego pasó a ser parte de la formación Podemos asumiendo una de sus candidaturas, además de participar en otra oportunidad como panelista en el programa. Lo cual reafirma a La Tuerka como espacio potenciador de liderazgos mediáticos.

- **Fuentes**

Nombre Fuente	Nº de participantes
Medios	69
Institucional	67
Movimiento Social	14
Académico	37

Nombre Fuente	Nº de participantes
Personal	21
Institución internacional	2
Sindicato	3
ONG	5
Organización Social	5
Estudiante	1
Total	224

Tabla 10: Número de participantes, según tipo de fuente

Se considera a los actores que participan en el debate de La Tuerka como sus fuentes principales. Son ellos quienes proporcionan información y puntos de vista para construir la conversación y confrontar posiciones. El programa se destaca por su calidad argumentativa y son justamente sus fuentes las que, con previa documentación o no, plasman sus visiones respecto a las temáticas tratadas con talante riguroso, otorgando alta credibilidad al espacio.

Para identificar las fuentes se decidió clasificarlas según su origen, el que se recoge de su respectiva presentación en la introducción de cada capítulo. Éstas fueron graficadas según el total de invitados que asistieron a los programas estudiados.

De un total de 224 tertulianos que participaron en los 42 capítulos observados, 69 pertenecen a medios de comunicación. Le siguen 67 tertulianos de instituciones, 37

académicos y 21 que debaten como personas particulares, sin representar a ninguna organización.

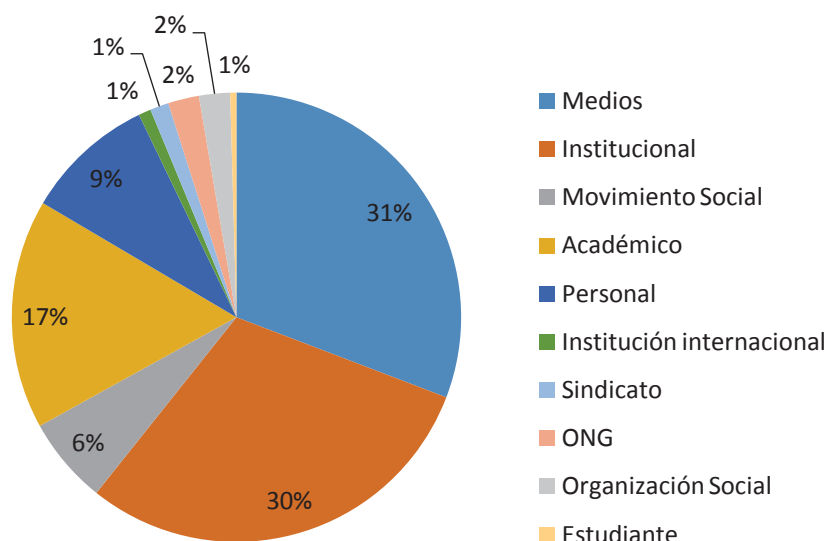


Figura 2: Proporción de participantes, según tipo de fuente

Si se observa esta distribución de manera proporcional, es posible interpretar con mayor precisión la importancia que recae sobre cada una de estas fuentes. Un tercio de los invitados al programa proviene de medios de comunicación. Este tipo de fuente se refiere tanto a medios digitales, como escritos, tanto de alcance nacional como local. Significa que el 31% de las posiciones expuestas en La Tuerka refleja líneas editoriales de medios de comunicación, cifra coherente con la tesis de Iglesias sobre “militar en los medios”.

“(…) La gente con cierto compromiso, con cierto interés político asume como referencia un medio, la gente es de La Razón, El País, la Cadena Ser, la Cope o Intereconomía, mucho más que de los partidos, porque al fin y al cabo son los medios los que construyen los discursos” (Domínguez y Giménez 2014: 15).

Otro 30% está compuesto por fuentes de tipo institucional. Esta clasificación agrupa principalmente a organizaciones que son parte del Estado, como partidos políticos y representantes de algún poder estatal específico.

Por su parte, los académicos aparecen con un 17% de participación del total. Esta clasificación incluye profesores, investigadores e intelectuales. El 9% destacado en azul corresponde a fuentes de tipo personal y como veremos posteriormente, está conformado, casi en su totalidad, por periodistas independientes.

La presencia de periodistas –independientes o empleados de un medio de comunicación– se lleva un 40% de la torta, siendo los actores con mayor participación tanto en frecuencia como en proporción.

- **Posición de la fuente**

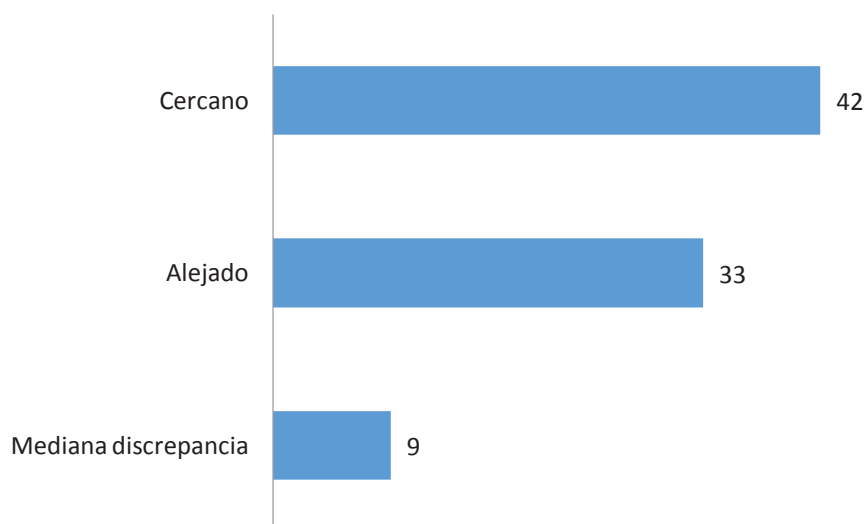


Figura 3: Número de capítulos en que participan según posición de la fuente

Las tertulias políticas, como se explica en apartados anteriores, no son ideológicamente neutrales en su origen. En ese sentido, los paneles de invitados se construyen con fuentes próximas a la línea editorial del medio, con tal de producir una correlación de fuerzas favorable a sus claves políticas e interpretaciones de la realidad. Es decir, el presentador conduce y matiza las temáticas, pero reforzado por tertulianos que hablan desde su perspectiva política. La Tuerka no está ajena a estas dinámicas.

Como se muestra en la figura n° 5, las fuentes que sostienen una posición cercana a la línea editorial del medio se hicieron presentes en los 42 capítulos estudiados. En 33

capítulos se presentaron fuentes con una posición alejada de la propuesta por el medio, mientras que en 9, fueron fuentes con mediana discrepancia con las posturas expuestas.

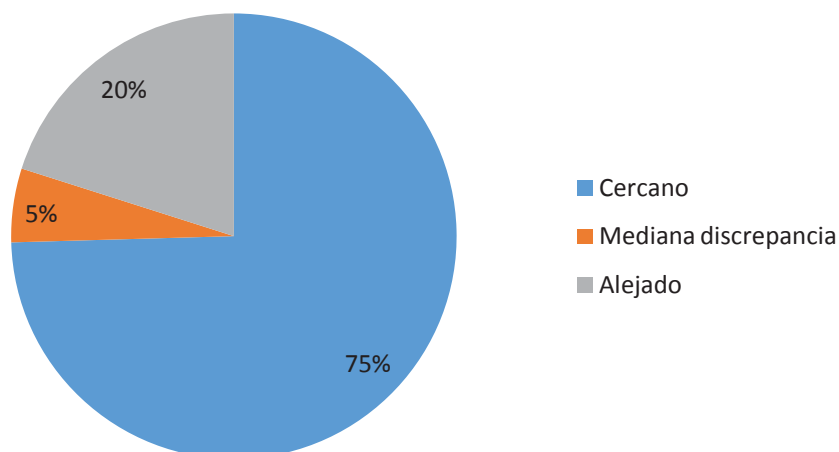


Figura 4: Proporción de participantes, según posición de la fuente

A nivel proporcional, la correlación de fuerzas favorable a la línea editorial de La Tuerka queda demostrada. Un 75% de los tertulianos asistentes son cercanos a la mirada propuesta por el presentador, mientras que un 20% asume una posición contraria. Se trata, según estas cifras, de un juego de reafirmación de los argumentos propios y por otro lado, de contraste con los oponentes.

De esta manera se logran normalizar los argumentos de La Tuerka y hacerlos parte del sentido común de la mesa de debate. Una visión que irrumpe en los espacios tertulianos españoles –homogenizados por la derecha- y que se fortifica con esta correlación de fuerzas. Los oponentes del 75% son instrumentos de reafirmación y rearticulación de la explicación propuesta, evidenciando las diferencias con los antagonistas políticos.

- **Temas**

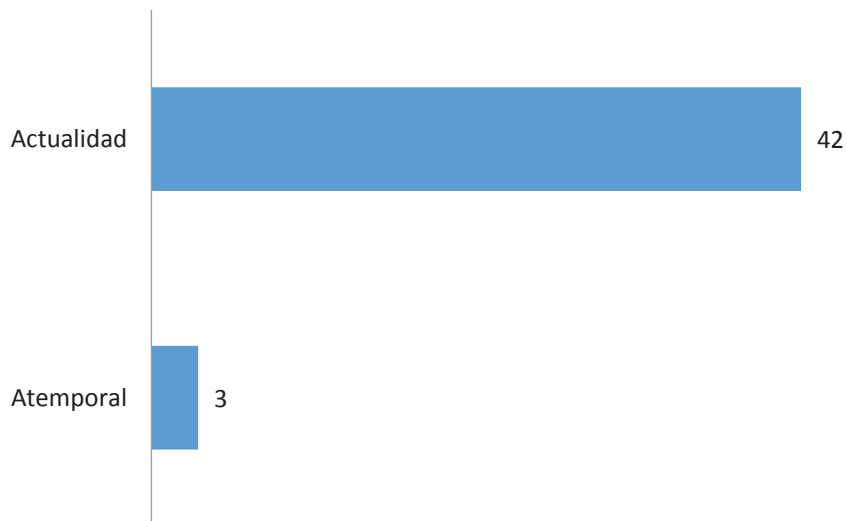


Figura 5: Número de capítulos, según temporalidad de los temas

Uno de los objetivos de esta investigación es identificar los temas discutidos con más recurrencia en la tertulia política La Tuerka. Para ello se decidió cuantificarlos según su pertinencia a la coyuntura. Las temáticas atemporales estuvieron presentes solamente en 3 capítulos de los 42 analizados, mientras que los temas de actualidad fueron el foco principal de todos los programas. Esto permite afirmar que La Tuerka es un espacio donde se discute de lo urgente y lo que acontece en el momento de su emisión.

- **Áreas temáticas**



Figura 6: Número de capítulos en que se aborda cada tema

Identificar los principales temas permite perfilar el foco de discusión que promueve la tertulia política La Tuerka. El ejercicio fue cuantificar los tópicos según el número de capítulos en que se trabajan, datos que se pueden apreciar en la figura n°7.

El tema que con mayor frecuencia se abordó en el debate fue la política española, el cual ocupó tiempo en 31 emisiones del grupo estudiado. La conversación general, por tanto, gira en torno a la realidad de España y su escenario político, donde La Tuerka instaló su tesis de la “crisis de régimen”. Una de las preocupaciones prioritarias del equipo Tuerka fue disputar las explicaciones de la realidad española que circulan en los medios de comunicación.

En el libro Claro que Podemos se explica, de hecho, que “La Tuerka nació del margen izquierdo de este reparto, pero su historia es precisamente, la del uso efectivo de la comunicación política para mover el tablero a su favor y abrir escenarios más propicios para el cambio, en un particular momento histórico que se concibe como crisis de régimen” (Ídem).

El segundo tema con mayor presencia es la política internacional, presente en 21 capítulos de la muestra estudiada. Este apartado excluye América Latina, el que se decidió agrupar en otro espacio pues los enfoques de discusión no son los mismos. En política internacional los tertulianos se centraron en los conflictos de Medio Oriente y la Unión Europea, pasando por la guerra civil siria, los bombardeos contra ISIS, llegando a la crisis de Ucrania y el ascenso de los nacionalismos.

La discusión sobre la realidad española e internacional tiene matices en su tratamiento. Por ejemplo, al hablar del escenario político en España no siempre se hace en clave negativa, sino también positiva y propositiva. Esta diferencia permitió agrupar en un tercer grupo el concepto de crisis política, abordado en 12 capítulos del total estudiado. La crisis se trabajó especialmente enfocada en la legitimidad de las instituciones gobernantes y tradicionales del país, utilizando gran cantidad de datos respecto de las consecuencias de su administración para la gran mayoría de españoles, especialmente en materia económico-social y el desmantelamiento del Estado de bienestar.

- **Tecnología**

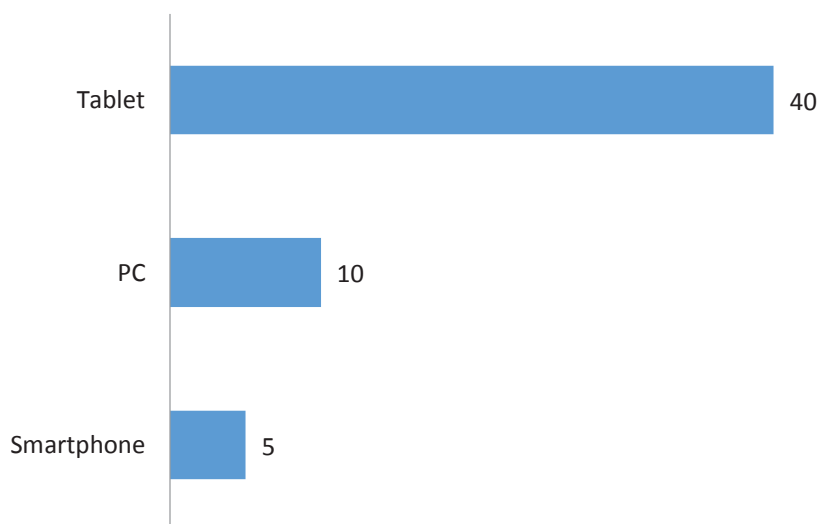


Figura 7: Número de capítulos en que es utilizado el dispositivo

El uso de tecnologías se ha hecho cada vez más influyente en los procesos de producción audiovisual, empujado por un contexto de globalización que ha penetrado fuertemente toda la industria mediática.

En base a lo anterior es importante destacar, dentro de la dimensión estructural informativa, la categoría tecnología, que permite a los tertulianos y al presentador estar pendientes en tiempo real de la interacción con las redes sociales y adquirir información de manera instantánea.

Durante el desarrollo del programa es posible identificar tres métodos para acceder a redes y buscar información: el uso de tablet, computadores y smartphones. El más utilizado es el tablet, generalmente empleado por quien figura como presentador. Encontramos este aparato en 40 de los 42 capítulos estudiados.

Por su parte, el uso de computadores o notebooks se identificó en 10 capítulos de la muestra, mientras que el de smartphones sólo en 5.

- **Menciones de Propiedad**

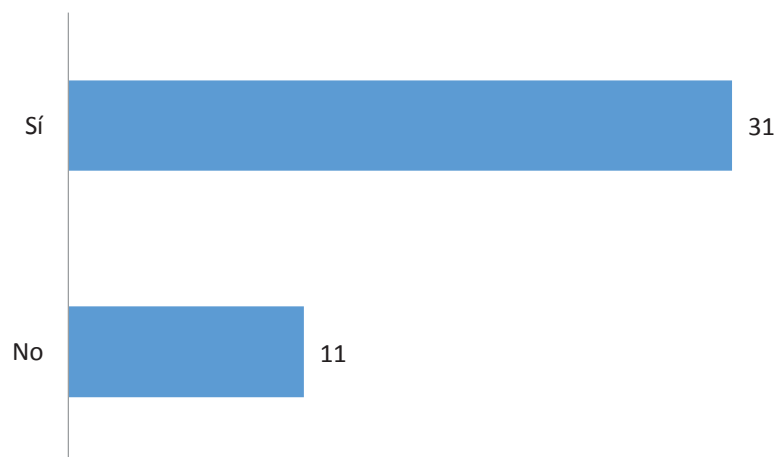


Figura 8: Número de capítulos en que se hacen menciones

En 31 capítulos se menciona a Diario Público como plataforma multimedia que permite la emisión del programa. En los 11 restantes, no.

- **Guion Técnico**

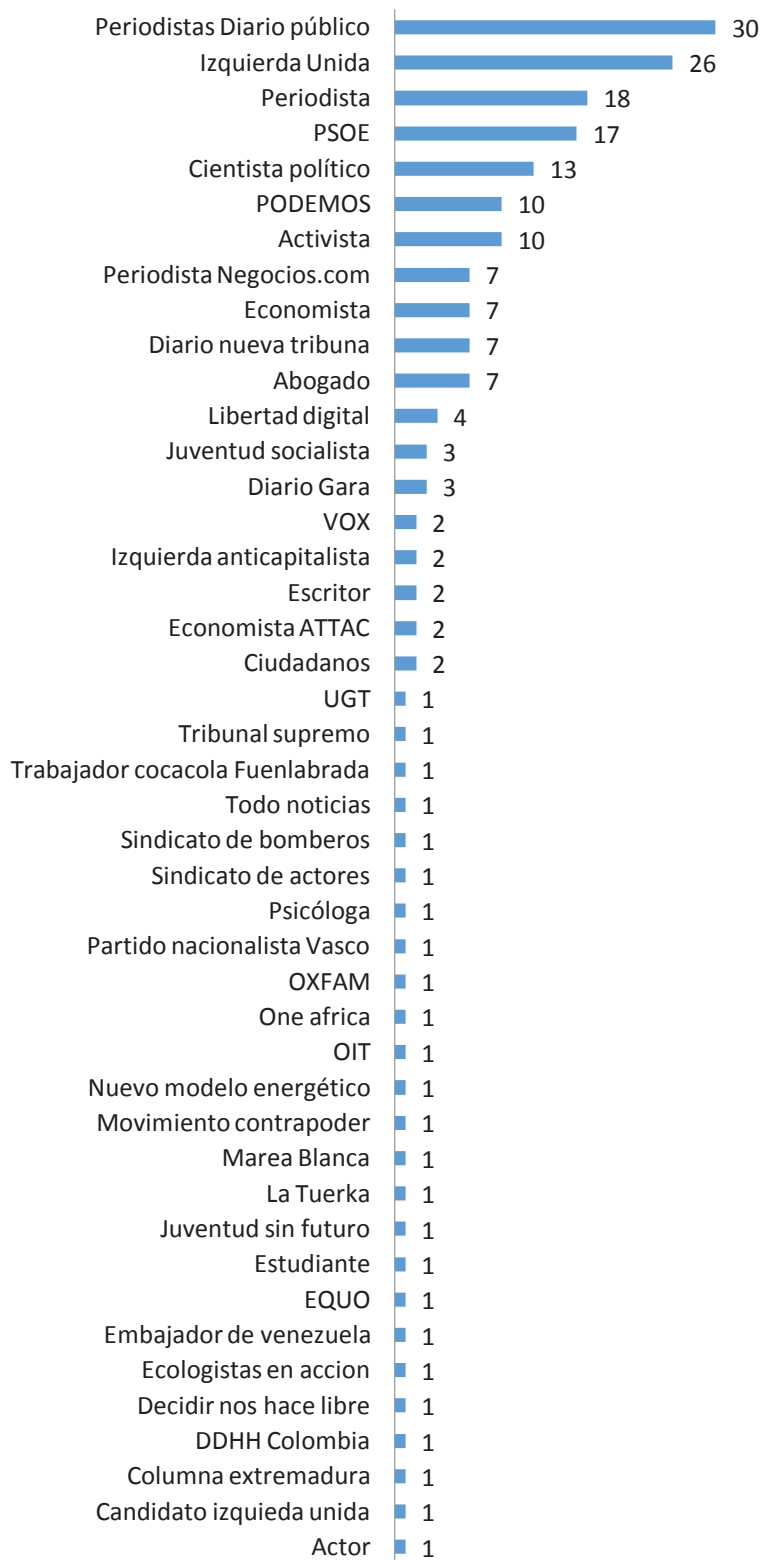


Figura 9: Número de capítulos en que participan según organización/profesión

La figura anterior muestra la concentración de profesiones de los tertulianos o de su militancia organizativa por cada capítulo. Como se mencionó en el apartado metodológico, esta categoría grafica que en la presentación de cada panelista, el presentador introduce su perfil y trata las denominaciones de profesión y organización, como excluyentes. De este modo, cuando un invitado pertenece a cierto organismo es presentado en tanto representante o vocero, pero no se menciona su profesión u oficio. No así cuando se invita a alguien en tanto experto en determinada materia, en ese caso sí se le presenta como cientista político, periodista, historiador, o cualquiera sea su profesión, sin reparar en su militancia, color político o adhesión a algún tipo de activismo, como relevante para la discusión.

De todos los datos recogidos, se observó que los periodistas, tanto de Diario Público, como independientes, fueron los que registraron mayor participación como fuentes en el programa, lo cual refleja la alta ponderación de los medios de comunicación en el debate. Seguido por representantes del mundo político de izquierda de España.

De la muestra analizada, se identificó que aquellos con más apariciones fueron los periodistas de Diario Público, -el medio que aloja y emite La Tuerka por medio de su plataforma virtual- con asistencia a 30 capítulos. Le siguieron diversos militantes del partido Izquierda Unida, presentes en 26 emisiones, periodistas independientes en 18 y militantes del Partido Socialista Español (PSOE) en 17.

Con menos participación aparecen los cientistas políticos, presentados en 13 capítulos; integrantes del partido Podemos en 10 ocasiones; y activistas de distintas organizaciones también en 10 capítulos.

La tercera recurrencia se observó en periodistas del medio electrónico Negocios.com y del Diario Tribuna, con apariciones en 7 capítulos cada cual. Economistas y abogados también fueron invitados a 7 capítulos cada uno, del total de la muestra visionada.

Una recurrencia menor a 4 capítulos tuvo organizaciones como Juventud sin Futuro, Ecologistas en Acción, Movimiento Contrapoder, entre otras. Del mismo modo, sicólogos, actores y bomberos registraron participaciones iguales a 1 capítulo cada uno. Tal como se observa en la figura, diversas organizaciones registraron apariciones de entre 1 y 2 capítulos de la muestra solamente.

- **Trabajo de Cámara**

En el 100% de los capítulos estudiados el trabajo de cámara es el mismo, sin modificaciones. Los planos utilizados para producir La Tuerka son: medio, general y picado.

- **Escenografía**

Los 42 capítulos presentan la misma escenografía: el mesón de panelistas se ubica de espaldas a la sala de redacción de Diario Público, la cual figura con sus luces apagadas y sin actividad.

- **Recursos Gráficos**

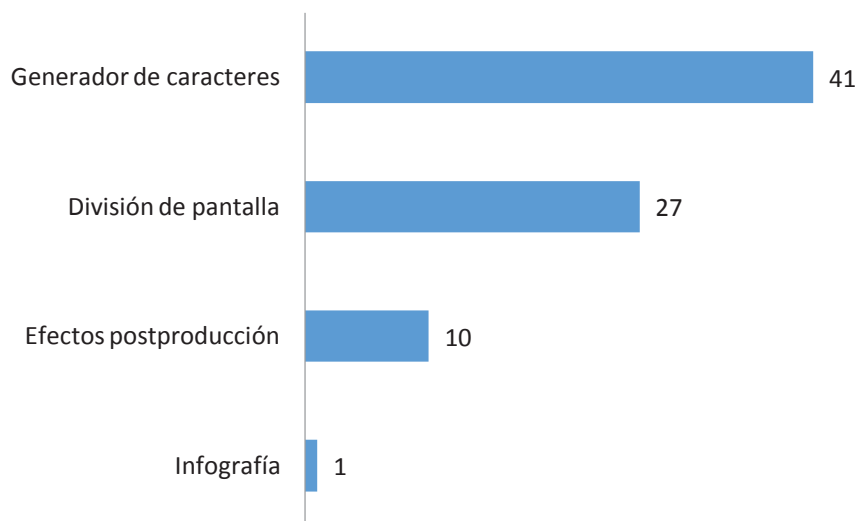


Figura 10: Número de capítulos donde se utilizan recursos gráficos

El uso de recursos gráficos permite generalmente dos cosas: primero, una mejora estética en la presentación del programa, incorporando elementos distintivos, por ejemplos íconos. En segundo lugar, permite la simplificación de la información presentada, siendo un formato de apoyo para el contenido que se expone. Ejemplo de ello son los generadores de caracteres.

Se clasificó los recursos en cuatro, según fueron apareciendo en los capítulos estudiados. El generador de caracteres fue utilizado en 41 episodios de La Tuerka, principalmente para identificar a los tertulianos y dar paso a diferentes secciones del espacio.

La división de pantalla se utilizó en 27 capítulos de la muestra, particularmente al anunciar la sección Sumario o en la discusión de un tema específico, cuando se apoya con imágenes. Los efectos de postproducción se presentaron sólo en diez capítulos y la infografía en uno.

- **Interacción con el público**

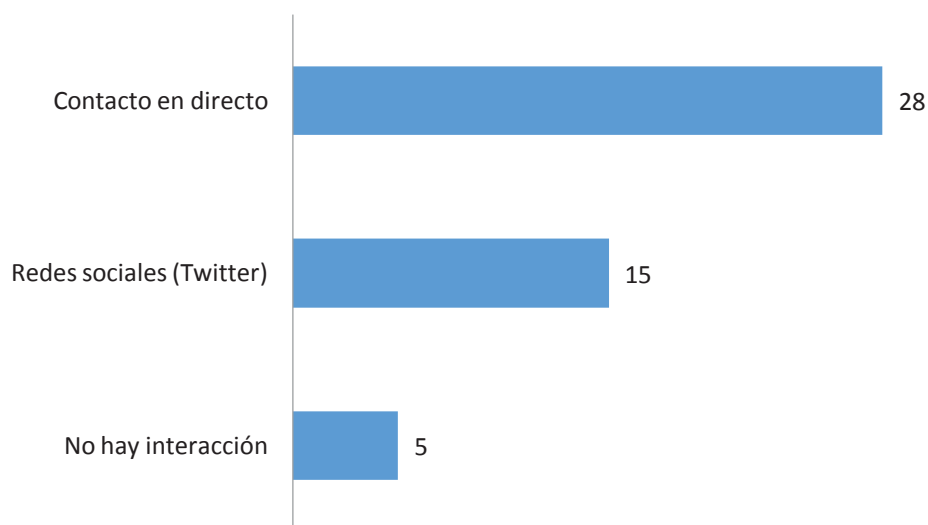


Figura 11: Número de capítulos en que se realizan interacciones con el público

El empleo de *feedback* en los nuevos formatos televisivos se ha instalado como un elemento obligado. No solamente en redes sociales, sino también con la participación de público a través del contacto telefónico. Esto permite al programa construir una imagen de cercanía, abriendo el panel a opiniones exteriores que aportan nuevos puntos de vista a la discusión.

En ese sentido, La Tuerka utilizó en 28 capítulos el contacto en directo mediante llamada telefónica. La mayoría de las veces se trató de dirigentes sindicales, por ejemplo de la policía, en momento donde el conflicto recaía sobre esas instituciones.

En 15 capítulos leyeron reacciones al debate en redes sociales, específicamente en twitter. La sección está a cargo del periodista Facundo Díaz, quien añade una cuota de ironía al espacio. Sólo en 5 capítulos no hubo interacción con público exterior.

- **Secciones**



Figura 12: Número de capítulos en que se realiza cada sección

El programa en general no presenta secciones inamovibles o rígidas. Se presentan diferentes tipos de sección, de distinto tono e intencionalidad, a lo largo de todos los capítulos estudiados. Los reportajes son la herramienta más recurrente, presente en 13 capítulos. El tornillo, un espacio que promueve un discurso feminista, estuvo presente en 12. Este no es un dato menor, sobre todo en un contexto de auge a nivel teórico y práctico de las corrientes feministas alrededor del mundo.

El rol del humor tampoco deja de llamar la atención. Las notas periodísticas que tienen este sello están presentes en 7 capítulos, convirtiéndose en un elemento de comunicación importante para el desarrollo del programa. Las cápsulas humorísticas son en su mayoría parodias de situaciones políticas y coyunturales de España.

- **Monólogos**



Figura 13: Número de capítulos, según tipo de monólogo

El monólogo es un recurso que utilizan los presentadores de La Tuerka a modo de columna editorial. En él plasman su visión respecto a una temática particular e imprimen el crítico sello del programa en base a ironía o incisivas posiciones. La mitad de la muestra no presenta monólogos. La otra mitad, es decir, los 21 capítulos restantes, presentan en su mayoría monólogos de interpelación, los cuales tienen un componente de provocación directa hacia claros adversarios políticos en torno a una temática.

- **Contextualización**

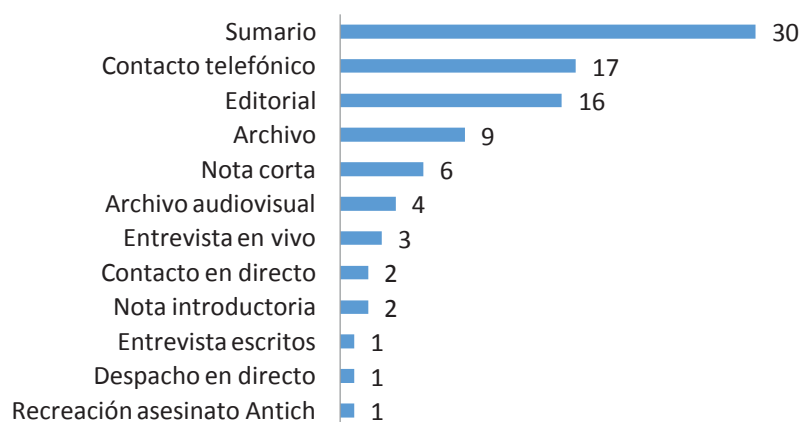


Figura 14: Número de capítulos, según tipo de contextualización

La herramienta de contextualización es utilizada para traer antecedentes de un tópico al debate y proporciona nuevos elementos para la argumentación de los panelistas en cada capítulo.

La forma de contextualización con mayor recurrencia de uso es Sumario, con 30 apariciones en el total de la muestra. Se trata de una nota que sintetiza el acontecer político semanal y hace énfasis en aquellos que la editorial del programa considere como los más relevantes para la discusión del día. Es una nota informativa, con cortina musical, imágenes y recursos gráficos como el generador de caracteres. Muy similar a la nota de titulares de un noticiario tradicional.

Le siguen el Contacto telefónico, con 16 apariciones y la Editorial con 15. La primera consiste en contactar en vivo a una fuente extra a las ya presentes en el panel con el fin de aportar más datos a la discusión. La segunda, se corresponde con el monólogo del programa y tiene como fin poner una información en el contexto que al equipo de La Tuerka le interesa explicitar de manera manifiesta.

El Archivo es una nota en la que se traen al presente datos históricos de una causa, recurso utilizado en 9 oportunidades durante la muestra de capítulos. La nota corta, la entrevista en vivo y el contacto en directo, tienen una recurrencia de menos de 6.

- **Retórica Tuerka**

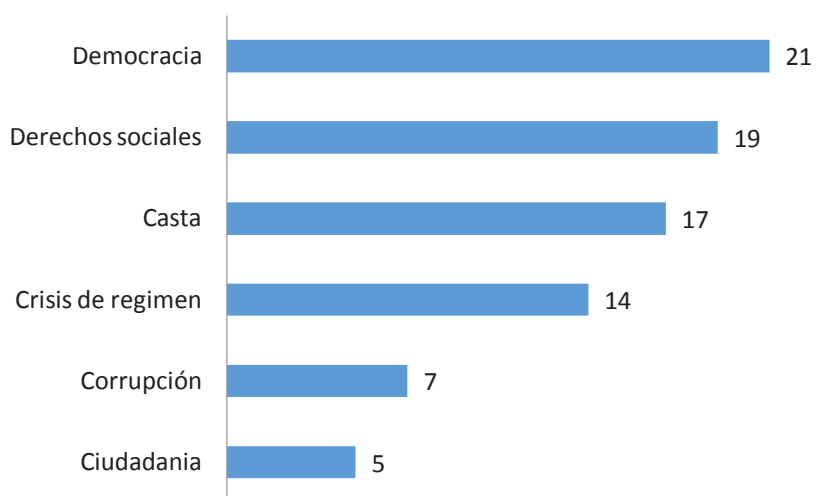


Figura 15: Número de capítulos, según concepto retórica Tuerka

Entre los conceptos llamados Retórica Tuerka, la noción de Democracia fue la más recurrente en el desarrollo de los debates con aparición en 21 capítulos, es decir, en la mitad de la muestra analizada. En tanto, Derechos sociales y Casta, no se alejan demasiado, con manifestación en 19 y 17 debates, respectivamente.

El concepto de Crisis de Régimen fue mencionado en 14 capítulos. Por su parte, Corrupción y Ciudadanía registraron 7 menciones el primero y 5 el segundo.

- **Avisaje y Audiencia**

Avisaje

En ningún capítulo estudiado se hizo alusión a agentes externos que financiaran el espacio mediático de manera manifiesta.

Audiencia

Las cifras de audiencia fueron solicitadas formalmente, vía correo electrónico, a Caterina Muñoz Luceño, productora de La Tuerka, quien se negó a facilitar la información por razones reservadas.

6 Conclusiones

Luego de completar el análisis a través de los datos recabados y presentados en el capítulo anterior, es posible dar cuenta de las características principales que configuran la producción audiovisual del programa de tertulia política española La Tuerka, en base a la pregunta de investigación.

Se confirma la hipótesis según la cual detrás de La Tuerka estaría presente una fórmula audiovisual ideada por sus promotores específicamente para instalar ciertos temas en el debate público y generar un cierto impacto y adhesión de parte de la ciudadanía en un escenario de crisis institucional, económica y social de España. Un modelo que se refleja en características manifiestas que son transversales a toda la muestra analizada y por ende, estarían presentes en todas las temporadas del programa, en distintos niveles de evolución.

La caracterización del modelo de producción audiovisual empleado en La Tuerka descansa en los resultados arrojados en la categorización de los elementos que componen las dimensiones de análisis: Estructural Informativa, Narrativa Audiovisual, Estructural Discursiva y Comercial.

Dicha clasificación fue articulada en una matriz de análisis que permitió la descomposición de los elementos presentes en el desarrollo del programa para luego recomponerlos a través de un ejercicio de síntesis interpretativa.

En ese sentido y en coherencia con el objetivo principal, fue posible identificar las características principales de la producción audiovisual del programa, lo que hoy podemos llamar la fórmula Tuerka.

Sus elementos centrales son el tipo de fuentes utilizadas, su posición y procedencia. Además, se identificó las temáticas principales que se discutieron a lo largo del programa y perfiló los nodos de intereses que sostenían la conversación de los tertulianos. De igual forma, quedó en evidencia la estructura audiovisual del programa, sus recursos gráficos, el uso de tecnología, las secciones y la contextualización empleada para simplificar el mensaje hacia la audiencia.

Tomando en cuenta todos los elementos anteriores, se presentan las siguientes conclusiones segmentadas según su dimensión de procedencia.

- **Dimensión Estructural Informativa**

La Tuerka cuenta con un modelo de producción periodística orientado a los resultados más que a la práctica pluralista del periodismo en sí misma. Coherente con los fines expresados por el equipo de “tomar por asalto a los medios de comunicación y construir desde ellos discursos alternativos, pero no minoritarios”, la selección de fuentes para construir debate, tiene más relación con convertirse en un medio ante la imposibilidad de acceder a los más tradicionales, que con aportar al espectro medial con una apuesta pluralista.

La tesis de Pablo Iglesias respecto de militar en los medios, refiere que son los medios de comunicación los que definen con mayor fuerza las interpretaciones de la realidad, teniendo entonces que presentar su línea editorial como una visión de mundo plausible para un público mayoritario. Bajo esa premisa es que La Tuerka hace entonces conversar a los medios de comunicación como fuentes de distintos tópicos, representando el 31% de las fuentes consultadas a lo largo de los 42 capítulos de la muestra visionada.

La segunda mayoría de fuentes consultadas estuvo compuesta por instituciones ligadas al Estado, al Gobierno, al parlamento y a los partidos políticos, con un 30%, es decir, en su mayoría por personas ligadas a la política, al poder o en la carrera para obtenerlo.

En base a lo anterior, el análisis de los datos recogidos sugiere que La Tuerka es más un espacio de medición de fuerzas políticas que de mero ejercicio del periodismo. Una correlación de poder que se condice con su objetivo de establecer un escenario de enfrentamiento con el adversario de derecha, en clave audiovisual. Un formato con mejor llegada a las mayorías que el clásico debate académico al que estaban acostumbrados Pablo Iglesias, Iñigo Errejón y Juan Carlos Monedero, entre otros investigadores de la UCM precursores del movimiento que decantó en la formación del partido Podemos.

El análisis de la muestra reflejó también la preponderancia de los temas de contingencia por sobre debates menos coyunturales. Asimismo, con la constatación de que los temas más tratados son política interior española, crisis política y política internacional europea, se reafirma la hipótesis de que además del formato atractivo, el interés de la audiencia por ver debates políticos se acrecentó dado que habría una búsqueda de nuevos referentes políticos, capaces de dar nuevas explicaciones al complejo escenario económico y social que atraviesa España y la Unión Europea.

Cabe señalar que al tiempo del despegue comunicacional de La Tuerka, surgieron en paralelo nuevos movimientos sociales derivados del 15 M y de la problemática de los desahucios y de la cesantía, grupos que contribuyeron a un acelerado resquebrajamiento de los consensos democráticos, abriendo un escenario propicio para la irrupción de liderazgos frescos con capacidad de articular ese descontento en torno a discursos radicales.

Respecto de la relación de La Tuerka con la propiedad del medio a través del cual se emite, se constató que en el 90% de los capítulos visionados, se hizo mención al Diario Público, ya sea en forma de agradecimientos o bien otorgándole un puesto en el debate a un periodista o redactor de dicho medio. Tal como se menciona más arriba, las fuentes fueron en su mayoría periodistas independientes o representantes de un medio de comunicación, por lo que, se concluye que Diario Público, por su tendencia política de izquierda, habría tenido igualmente una participación en el programa aun no siendo anfitrión del mismo.

- **Dimensión Narrativa Audiovisual**

Se identificó que los profesionales de las comunicaciones fueron los principales actores en el relato de cada capítulo de la muestra analizada, contradiciendo de este modo la principal crítica de los precursores de La Tuerka a las tertulias de las grandes televisiones: La proliferación de periodistas “todólogos, siempre prestos a opinar sobre cualquier asunto de la actualidad, sin tener grandes conocimientos en la materia concreta” (Domínguez y Giménez 2014: 27). Si bien el presentador, ya fuera Pablo Iglesias o Juan Carlos Monedero, son politólogos altamente preparados, sus panelistas la mayoría de las veces fueron periodistas de diversos medios de comunicación. Expertos nada más que en comunicación. Con la diferencia de que el enfoque del debate se aborda de una manera más profunda y crítica, además en plena conciencia y con la intención de incidir en la formación de opinión de la ciudadanía.

Los datos recogidos respecto del Guion Técnico, permiten concluir que los recursos de escenografía, gráficos y el trabajo de cámara, se trabajan de una manera muy similar a los programas de tertulia tradicionales. Con el objeto de encantar a la audiencia y de hacerle más digerible y atractivo el debate político con argumentos complejos, La Tuerka adopta, como reconocen sus promotores, formatos del adversario para masificar sus

ideas. Ícono del segmento se volvieron las ya famosas corbatas rojas, que los presentadores adoptaron como sello del programa, pero también para darle cierta cuota de teatralidad al espacio.

Tal como señala Luis Giménez en *Claro que Podemos*, “la izquierda se ha caracterizado, salvo escasas excepciones, por no haber cuidado los aspectos de la comunicación política y en especial, la de los medios audiovisuales” (Ídem 28). El periodista e integrante del equipo de comunicaciones de Podemos, esgrime que lo anterior se debe en parte al limitado acceso que los grupos de izquierda han tenido a los medios de comunicación masivos, pero también y más probablemente, a la falta de una reflexión seria sobre la relevancia de la televisión en la socialización política de los ciudadanos.

En ese marco, el aprendizaje sobre la importancia de los usos de las redes sociales y de internet como forma de ganar masividad frente a la carencia de recursos para generar espacios televisivos de la misma calidad técnica que programas como La Sexta o Cuatro, fue también crucial.

Hoy, son pocas las personas que no cuentan con un teléfono con una cámara incorporada. Un video durante una manifestación, con una buena introducción y declaraciones de los manifestantes en vivo, puede ser mucho mejor vehículo de ideas políticas, que un foro con destacados académicos en un auditorio universitario.

La interacción a través de Twitter y Youtube fue de gran relevancia por ejemplo, durante el capítulo del 25 de septiembre de 2012, en que se da a conocer la detención del reportero de La Tuerka Tristán Meyer, durante una manifestación en el Congreso. Meyer fue golpeado por la fuerza antidisturbios, acusado de agredir a policías, mientras hacía una nota para el programa. El video se viralizó rápidamente a través de Youtube y Pablo Iglesias aprovechó de centrar su monólogo del día en la intransigencia policial y en la evidencia de una operación de montaje contra el fotógrafo. El sentido común en redes sociales estuvo ese día con La Tuerka gracias a que se viralizó la imagen correcta en el momento correcto.

Respecto del uso de secciones en el desarrollo del relato audiovisual, se identifica una buena comprensión de la necesidad de segmentar la información para una entrega más

amena de contenidos que a veces pueden resultar bastantes áridos. Herramienta similar a la utilizada comúnmente en el formato tradicional de tertulias políticas.

Destaca el uso de cápsulas de humor bajo la dirección de Facundo Díaz, quien hace reportajes de actualidad, en la calle, pero creando todo tipo de situaciones irreverentes. Las cápsulas de Facu Díaz son uno de los productos de La Tuerka más viralizados a través de Redes Sociales.

- **Dimensión Estructural Discursiva**

El elemento del Monólogo, que si bien está presente en la mitad de los capítulos visionados en la muestra analizada, es un factor relevante en la descripción de la fórmula audiovisual de La Tuerka. Como se describe en el análisis de datos, este segmento cumple una función editorial en el programa y según la información recogida, la mayoría de los monólogos de la muestra correspondieron a interpelaciones.

Ello permite constatar la intención de los precursores del programa y de Pablo Iglesias, de impugnar constantemente a las élites, impulsando la tesis de la crisis de régimen y la responsabilidad de los grupos de poder de la transición democrática en ello. Ideas que tras varios años de crisis económica, escándalos de corrupción y políticas reduccionistas, han terminado por constituirse como sentido común. En ese marco, el trabajo de La Tuerka ya desde 2012 que dejó de ser una disputa por ese sentido, sino que durante 2013 y 2014 más bien se trata de la disputa por generar una alternativa política capaz de convocar mayorías.

Lo que se llamó a lo largo de este estudio, Retórica Tuerka, tiene una función preponderante en la caracterización del modelo audiovisual del programa, toda vez que su objetivo es instalar ciertos temas en el debate público, con una inclinación favorable hacia una interpretación determinada de lo que significa el interés colectivo.

El concepto de Casta, fue la denominación que se instaló para hacer ver que tras el estallido de la crisis económica y política, hubo actores con amplias responsabilidades que usualmente se muestran como adversarios, pero que en realidad tienen posiciones afines, habiendo pasado ya tanto tiempo en el poder. Es el caso del PSOE y el PP, partidos que el ciudadano común percibe como antagónicos pero que enfrentados sus representantes en La Tuerka, a propósito del acceso a la vivienda y la rebaja de las

jubilaciones, demostraron estar en sintonía respecto de la gestión de lo público. Aquella sesión le dio la razón a Iglesias y Errejón, ambos presentes en el panel ese día, sobre que los partidos que han gobernado desde la transición están muy alejados de las demandas sociales que se reclaman desde la Puerta del Sol y que por tanto, pertenecen a una misma casta de personajes políticos “que utiliza lo público en beneficio propio y de sus amigos”.

Ilustrador de lo anterior es un episodio en que Errejón interpeló a David Erguido del Partido Popular (PP) respecto de legislar sobre materias que a ellos no les afectan, como precarizar contratos, cuando ellos tiene contratos indefinidos u obligar a universitarios a trabajar como becarios durante tres años. Luego de la intervención, Erguido, comenzó a explicar las soluciones de su partido frente a los desahucios, cuando lo interrumpe un representante del PSOE (Partido Socialista Español). A lo que Erguido contesta: “No me interrumpas Modesto, que si ya nos cortamos entre tú y yo no vamos a ser capaces de enfocar nada”. A lo que Iglesias acotó: “Los partidos del régimen unidos contra la subversión. Gracias, esto ha sido un regalazo”.

De esta forma, La Tuerka se avoca a poner en evidencia los discursos que ellos llaman “envejecidos por el 15 M” (Ídem 43), haciendo patente la necesidad de renovación y de levantamiento de nuevas alternativas.

- **Dimensión Comercial**

De los datos recogidos por medio de la matriz de análisis no se puede desprender que exista un financiamiento a través de avisaje a La Tuerka. Por lo menos, no se pudo constatar identificando las menciones a una determinada marca, en el desarrollo del programa.

Sin embargo, cuando La Tuerka se registra como sociedad leal, lo hace con el nombre de Producciones CMI, acrónimo de Con Mano Izquierda. Entidad legal con la que Pablo Iglesias y el equipo técnico desarrollaron diversos proyectos audiovisuales para formaciones de izquierda, como los spots electorales de Izquierda Unida para las elecciones generales de 2011, con los cuales se logra reunir dinero para perfeccionar el programa de debate.

Respecto de la audiencia, si bien es conocido el éxito que ha tenido La Tuerka a través de redes sociales y en visitas de Youtube, dichos datos no fue posible recabar en la matriz, dado que para resguardar la representatividad de la muestra, se optó por analizar los capítulos alojados en la plataforma de Diario Público, donde se encuentran ordenados por fecha, íntegros y en excelente calidad. No así en Youtube, donde abundan los capítulos segmentados.

Como se mencionó en el apartado de análisis de datos, se solicitó datos de audiencia a la producción de La Tuerka vía correo electrónico, pero la persona encargada se reservó el derecho a entregar dicha información por motivos que se desconocen.

- **Conclusiones generales**

A la luz de los datos recabados, la apuesta por desarrollar un formato audiovisual que recoge recursos de las tertulias tradicionales, pero introduce elementos fuertemente disruptivos, como el posicionamiento editorial manifiesto e interpelativo y la conexión a nivel de fuentes con académicos y politólogos, es sin duda un experiencia referencial para la izquierda y sus formas de convocar adhesión.

Lo que inició como un experimento de un grupo de jóvenes investigadores en Ciencias Sociales de la UCM, terminó siendo por su contexto de surgimiento, una estrategia de gestión de crisis de la izquierda extra parlamentaria, que desde la caída del muro de Berlín, no había sido capaz –o no había intentado- de disputar el monopolio de las interpretaciones, ganadas por occidente y por la derecha. Interpretaciones que tienen que ver con la nación y sus símbolos republicanos. Con el sentido del patriotismo y del bienestar colectivo en un contexto de una España golpeada por la crisis económica y unas duras políticas de austeridad.

Una tertulia que busca ser herramienta para dotar de argumentos el debate para la politización social y convertirse así en referente de una identidad mayoritaria, que se vea reflejada en el empobrecimiento a causa de las malas políticas públicas y en la indignación contra la corrupción y los abusos de quienes están en el poder.

Esta voluntad por generar esa identidad se plasma en lemas como “somos el 99%” o el ya clásico “no somos ni de izquierdas ni de derechas, somos los de abajo y vamos a por los de arriba”, de Pablo Iglesias.

La Tuerka es un buen ejercicio que permite ver un proceso de reconfiguración del campo político español, que se deshace de sus antiguas categorías y que camina hacia un nuevo consenso social, con una legitimidad que decidirá el sentido común mayoritario, en sus nuevas orgánicas, en las que no cabe, por cierto, la Casta.

7 Bibliografía

- AGUIRRE, F. GONZÁLEZ J. Medios de comunicación y publicidad privada: Comentarios desde los estándares internacionales de derechos humanos. COMUNICACIÓN Y MEDIOS n. 25 (2012) ISSN 0716-399 (impreso) ISSN 0719 1529 (digital) pp. 91-103 Instituto de la Comunicación e Imagen. Universidad de Chile.
- BORÓN, A. “Aristóteles en Macondo. Notas sobre democracia, poder y revolución en América Latina”. Construyendo América, Santiago, Chile, 2013.
- CABERO, A. “La televisión educativa: aspectos a contemplar para su integración curricular. Conferencia impartida en el Teleseminario EDUSAT-ATEI. La televisión educativa interactiva. – Organizado por la ATEI y el ILCE de México- junio 2000 Recuperado en <http://tecnologiaedu.us.es/cuestionario/bibliovir/120.pdf>
- CALETTI, S. “Siete tesis sobre comunicación y política”. Diálogos de la Comunicación, 2001. Recuperado en <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2015/63/SIETE-TESIS-SOBRE-COMUNICACION%CC%81N-Y-POLI%CC%81TICA.pdf>
- CASETTI, F., DI CHIO, F. “Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación”. Paidós, Barcelona, España, 1999.
- DOMÍNGUEZ, A., GIMENEZ, L. “Claro que Podemos. De La Tuerka a la esperanza del cambio en España”. Los libros del lince, Barcelona, España, 2014.
- ERREJÓN, I. “Vieja y nueva comunicación política”. Conferencia impartida en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2014. Recuperado en <http://www.redalyc.org/pdf/2971/297142581008.pdf>
- ERREJÓN, I. “Podemos como práctica cultural emergente frente al imaginario neoliberal: hegemonía y disidencia”. Revista Científica de Información y

Comunicación 2014, 11, pp. 17 – 46. Recuperado en https://ipena44.files.wordpress.com/2014/12/errejon_claves.pdf

- FRASER, N. “Repensar el ámbito público: una contribución a la crítica de la democracia realmente existente”. Recuperado en https://www.jstor.org/stable/42624106?seq=1#page_scan_tab_contents
- GARCÍA LINEA, A. “Comunidad, socialismo y estado plurinacional”. Ediciones El Desconcierto, Santiago, Chile, 2015.
- GARCÍA LINERA, A. “Democracia, Estado, Nación”. Vicepresidencia Estado Plurinacional de Bolivia, La Paz, 2014.
- GARCÍA LINERA, A. Conferencia Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, Argentina, 2014. Recuperado en <http://www.cta.org.ar/alvaro-garcia-linera-hegemonia-es.html>
- GERSTLÉ, J. “La comunicación política”. LOM, Santiago, Chile, 2005.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI R; et al. “Metodología de la Investigación”. 2ª. Edición McGraw-Hill, México, 1991.
- HOBBSAWM, E. “La era de la revolución. 1789-1848”. Crítica, Buenos Aires, Argentina, 2012.
- HOBBSAWM, E. “Historia del Siglo XX”. Crítica, Buenos Aires, Argentina, 2015.
- IMBERT. G. La hipersensibilidad televisiva: Nuevos imaginarios / nuevos rituales comunicativos. Textos de las I Jornadas sobre Televisión. Diciembre, 199. Recuperado en <http://www.um.es/tic/LECTURAS%20FCI-II/FCI-II%20tema2textocomplementario2.pdf>
- LARRAÍN, J. “El concepto de ideología. Vol. 2. El marxismo posterior a Marx: Gramsci y Althusser”. LOM, Santiago, Chile, 2008.

- LEÓN, T., GÓMEZ, B. “La tertulia en España: medios públicos, última frontera de la pluralidad”. Revista UCM, Málaga, España, 2011. Recuperado en <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/36946>
- MATA, M. “Comunicación y política: la imposibilidad de separarlas”. Artículo publicado en la revista “La comunicación en disputa”, *América Latina en Movimiento* No. 513-514, mayo-junio 2016. Recuperado en <http://www.alainet.org/es/revistas/513-514> - <http://www.alainet.org/es/articulo/178150>
- MENDÉ, M., Smith, C. “La comunicación política: un espacio de confrontación”. *Comunicar* 13, 1999, pp. 201-208. Recuperado en <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/229993.pdf>
- MOUFFE, Ch., ERREJÓN, I. “Construir Pueblo. Hegemonía y radicalización de la democracia”. Icaria, Barcelona, España, 2015.
- MOUFFE, Ch. “La paradoja democrática. El peligro del consenso en la política contemporánea”. Gedisa editorial, Barcelona, España, 2012.
- MOLINA, E. “Claude Lefort: democracia y crítica del totalitarismo”. *Quaderns de Filosofia* 48, 2012, 49-66. Recuperado en https://ddd.uab.cat/pub/enrahonar/enrahonar_a2012n48/enrahonar_a2012n48p49.pdf
- OROZCO G, Audiencias, televisión y educación: una deconstrucción pedagógica de la 'televidencia' y sus mediaciones. *Revista Iberoamericana* n° 27. Reformas educativas: mitos y realidades /Reformas educativas: mitos e realidades. Septiembre-Diciembre 2001.
- PEÑAMARIN, C. “¿Hay vida política en el espacio público mediatizado?”. Revista UCM, Madrid, España, 2008. Recuperado en <http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0808110061A/7239>

- REGALADO, R. "Historia del debate. ¿Reforma o revolución?". Ocean Sur, México, 2009.
- SCHMITT, C. "El concepto de lo político". Versión de Rafael Agapito, Alianza Editorial, Madrid, España, 2009. Recuperado en <https://arditiesp.files.wordpress.com/2012/10/schmitt-carl-el-concepto-de-lo-policc81tico-completo.pdf>
- VIDAL, P. "La teoría de la justicia social en Rawls. ¿Suficiente para enfrentar las consecuencias del capitalismo?". Polis, Revista de la Universidad Bolivariana, Volumen 8, N° 23, 2009, p. 225-246. Recuperado en <http://www.scielo.cl/pdf/polis/v8n23/art11.pdf>

Anexo 1: Matriz de datos según dimensión

Dimensión Estructural Informativa

Capítulo (fecha)	Presentador/a	Dimensión Estructural Informativa						
		Producción Periodística					Propiedad	Tecnología
		Fuentes	Posición Fuentes	Temas				
				Número	Clasificación	Área temática	Menciones	Clasificación
9/12/2013	Pablo Iglesias	Medios (4) - Institucional (1)	Cercanos (4) - Alejado (1)	3	Actualidad	América Latina - Política internacional - Política española	Sí (2)	Tablet
11/12/2013	Pablo Iglesias	Medios (1) - Institucional (2) - Mov. Social (1) - Académico (1)	Cercanos (3) - Alejados (2)	2	Actualidad	América Latina - Política española	Sí	Tablet
18/12/2013	Pablo Iglesias	Medios (3) - Institucional (2)	Cercanos (5)	2	Actualidad	Política internacional - Crisis política	Sí (3)	Tablet
7/1/2014	Pablo Iglesias	Medios (1) - Institucional (3) - Personal (1)	Cercanos (3) - Alejados (2)	2	Actualidad	Política española - Otro	Sí	Tablet
8/1/2014	Pablo Iglesias	Medios (2) - Institucional (2) - Mov. Social (1)	Cercanos (2) - Mediana discrepancia (1) - Alejados (2)	2	Actualidad	Política internacional - Política española	Sí	Tablet
14/1/2014	Pablo Iglesias	Medios (2) - Institucional (2) - Académico (1)	Cercanos (4) - Alejados (1)	1	Actualidad	Política española	Sí	Tablet
15/1/2014	Pablo Iglesias	Medios (3) - Institucional (1) - Mov. Social (1)	Cercanos (3) - Alejados (2)	3	Actualidad	Política española - Crisis política - Tema ético	Sí (2)	Tablet
20/1/2014	Pablo Iglesias	Medios (2) - Institucional (1) - Personal (2) - Institución Internacional (1)	Cercanos (5) - Alejados (1)	1	Actualidad	Política Internacional	Sí	Tablet
21/1/2014	JC Monedero	Medios (2) - Institucional (2) - Mov. Social (1)	Cercanos (3) - Mediana discrepancia (1) - Alejados (1)	2	Actualidad	Política española - Crisis política	Sí (2)	Tablet
22/1/2014	Pablo Iglesias	Medios (1) - Institucional (1) - Académico (3)	Cercanos (5)	2	Actualidad	Política española - Movimientos Sociales	Sí	Tablet
29/1/2014	Pablo Iglesias	Institucional (1) - Académico (2) - Personal (1) - Institución Internacional (1)	Cercanos (4) - Alejado (1)	2	Actualidad	Política internacional - Política española	No	Tablet
4/2/2014	JC Monedero	Medios (2) - Institucional (1) - Académico (1) - Personal (2)	Cercano (5) - Alejado (1)	3	Actualidad (2) - Atemporal (1)	América Latina - Política española - Historia española	Sí (2)	Tablet

Capítulo (fecha)	Presentador/a	Dimensión Estructural Informativa						
		Producción Periodística					Propiedad	Tecnología
		Fuentes	Posición Fuentes	Temas				
				Número	Clasificación	Área temática	Menciones	Clasificación
10/2/2014	Pablo Iglesias	Medios (4) - Académico (1)	Cercano (3) - Alejados (2)	2	Actualidad	Política española - Otro	Sí	Tablet
11/2/2014	JC Monedero	Medios (3) - Institucional (1) - Mov.Social (1)	Cercanos (4) - Alejados (1)	3	Actualidad	Política internacional - Política española - Tema ético	Sí (3)	Tablet
17/2/2014	Pablo Iglesias	Medios (1) - Académico (3) - Personal (1)	Cercanos (4) - Alejados (1)	3	Actualidad (2) - Atemporal (1)	Política Internacional - Política española - Historia española	Sí	Tablet
18/2/2014	JC Monedero	Medios (2) - Académico (2) - Personal (2)	Cercano (4) - Mediana discrepancia (2)	2	Actualidad	Política Internacional -Otro	Sí	Tablet
3/3/2014	Pablo Iglesias	Medios (2) - Institucional (1) - Personal (1)	Cercano (3) - Alejados (1)	3	Actualidad (2) - Atemporal (1)	Política internacional - Política española - Historia española	No	Tablet
12/3/2014	Pablo Iglesias	Institucional (2) - Académico (2)	Cercano (3) - Alejados (1)	2	Actualidad	Política Internacional - Crisis española	No	Tablet
17/3/2014	JC Monedero	Medios (2) - Académico (2) - Personal (1)	Cercano (3) - Alejado (2)	4	Actualidad	Política Internacional - Política española - Crisis política - Tema ético	Sí	Tablet
18/3/2014	JC Monedero	Medios (2) - Institucional (1) - Mov. Social (1)	Cercanos (4)	3	Actualidad	Política Internacional - Crisis política - Historia española	Sí	Tablet
24/3/2014	JC Monedero	Medios (1) - Institucional (1) - Mov. Social (1) - Académico (2)	Cercanos (5)	2	Actualidad	Movimientos Sociales - Historia española	Sí	Tablet
1/4/2014	JC Monedero	Medios (2) - Institucional (2) - Académico (1) - ONG (1)	Cercanos (5) - Alejados (1)	3	Actualidad	Política española - Tema ético - Historia española	Sí	Tablet - PC
2/4/2014	Pablo Iglesias	Medios (2) - Institucional (1) - Académico (2) - Personal (1) - ONG (1)	Cercanos (5) - Alejados (2)	3	Actualidad	Política española - Movimientos Sociales - Medios de Comunicación	Sí	PC - Smartphone
8/4/2014	Noelia Vera	Medios (4) - Institucional (1) - Mov. Social (1)	Cercanos (3) - Alejados (1) - Mediana discrepancia (2)	2	Actualidad	Política española - Crisis política	Sí	Tablet - PC - Smartphone
21/4/2014	JC Monedero	Medios (2) - Institucional (1) - Académico (1) - Personal (1)	Cercanos (3) - Alejados (1) - Mediana discrepancia (1)	3	Actualidad	Política española - Corrupción - Inmigración	Sí	Tablet - PC - Smartphone
22/4/2014	JC Monedero	Institucional (2) - Mov. Social (1) - Académico (1) - Personal (1) - ONG (1)	Cercano (3) - Alejados (2) - Mediana discrepancia (1)	3	Actualidad	Política internacional - Política española - Cambio Climático	Sí	Tablet - PC

Capítulo (fecha)	Presentador/a	Dimensión Estructural Informativa						
		Producción Periodística					Propiedad	Tecnología
		Fuentes	Posición Fuentes	Temas				
				Número	Clasificación	Área temática	Menciones	Clasificación
6/5/2014	JC Monedero	Institucional (2) - Académico (1) - Sindicato (2) - ONG (1)	Cercanos (3) - Alejados (1) - Mediana discrepancia (2)	3	Actualidad	Política española - Crisis política - Movimientos Sociales	No	Tablet - PC
7/5/2014	Sin presentador	Medios (1) - Institucional (2) - Académico (1) - Sindicato (1)	Cercana (3) - Alejada (1) - Mediana discrepancia (1)	3	Actualidad	Política internacional - Política española - Movimientos Sociales	Sí	Tablet
13/5/2014	Noelia Vera	Medios (2) - Institucionales (3) - Académico (1)	Cercanos (5) - Alejados (1)	1	Actualidad	Política española	Sí	Tablet - PC - Smartphone
19/5/2014	JC Monedero	Institucional (3) - Mov.Social (1) - Personal (2)	Cercanas (5) - Alejados (1)	2	Actualidad	Política internacional - Política española	No	PC
21/5/2014	Noelia Vera	Medios (1) - Institucional (1) - Personal (2) - Org.Social (1)	Cercanos (3) - Alejados (2)	3	Actualidad	Política Internacional - Política española - Medios de Comunicación	No	Tablet - PC
26/5/2014	JC Monedero - Pablo Iglesias	Medios (3) - Institucional (1)	Cercanos (4)	1	Actualidad	Política internacional	Sí (2)	Tablet - PC - Smartphone
27/5/2014	JC Monedero	Medios (1) - Institucional (2) - Académico (1) - Personal (1) - ONG (1)	Cercanos (4) - Alejados (2)	3	Actualidad	América Latina - Crisis política - Otro	Sí	Tablet
28/5/2014	Noelia Vera	Institucional (2) - Mov. Social (2)	Cercanos (4)	3	Actualidad	Política internacional - Crisis política - Movimientos Sociales	No	Tablet
4/6/2014	JC Monedero	Medios (1) - Institucionales (5) - Org. Social (1)	Cercanos (5) - Alejados (2)	2	Actualidad	Crisis política - Corrupción	Sí	Tablet
9/6/2014	Noelia Vera	Medios (1) - Institucional (4) - Académico (1)	Cercanos (5) - Alejados (1)	2	Actualidad	Política española - Historia española	Sí	Tablet
16/6/2014	JC Monedero	Medios (1) - Institucional (1) - Mov.Social (2) - Personal (1)	Cercanos (4) - Alejados (1)	3	Actualidad	América Latina - Política española - Otro	Sí	Tablet
23/6/2014	JC Monedero	Institucional (3) - Académico (2) - Org. Social (1)	Cercanos (4) - Alejados (2)	2	Actualidad	Política internacional - Crisis política	No	Tablet
2/7/2014	Noelia Vera	Institucional (1) - Académico (1) - Personal (1) - Org. Social (2)	Cercanos (5)	2	Actualidad	Política Internacional - Política española	No	Tablet
25/3/2014	JC Monedero	Medios (4) - Institucional (3) - Académico (1)	Cercanos (8)	3	Actualidad	América Latina - Política española - Movimientos Sociales	Sí	Tablet
26/3/2014	Pablo Iglesias	Medios (3) - Académico (1) - Estudiante (1)	Cercanos (4) - Alejados (1)	3	Actualidad	Política española - Movimientos Sociales - Medios de Comunicación	No	Tablet

Capítulo (fecha)	Presentador/a	Dimensión Estructural Informativa						
		Producción Periodística					Propiedad	Tecnología
		Fuentes	Posición Fuentes	Temas				
				Número	Clasificación	Área temática	Menciones	Clasificación
31/3/2014	JC Monedero	Medios (1) - Institucional (2) - Académico (2)	Cercano (3) - Mediana discrepancia (1) - Alejados (1)	4	Actualidad	Política internacional - Política española - Medios de Comunicación - Monarquía española	No	Tablet

Dimensión Narrativa Audiovisual

Capítulo (fecha)	Presentador/a	Dimensión Narrativa Audiovisual						
		Guión técnico					Interacción con Público	Secciones
		Panelistas	Organización / Profesión	Trabajo de Cámara	Escenografía	Recursos Gráficos	Clasificación	Clasificación
9/12/2013	Pablo Iglesias	M.Urban - J.Tolosa - A. Benítez - C. Enrique - F.Díaz	Izquierda anticapitalista - Periodistas diario público (2) - Periodista - Periodista Negocios.com	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres	Contacto en Directo	No se observa
11/12/2013	Pablo Iglesias	P.González - O.Iglesias - S. Porras - R.Herrero - J.Couso	Periodista diario público - PSOE - Cientista político - Activista	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - Efectos postproducción	Contacto en Directo	Sumario - Reportaje - Nota corta
18/12/2013	Pablo Iglesias	M.Urban - C.Enrique - S.Porras - L.Gimenez - JV Barcia	Izquierda anticapitalista - Periodistas diario público (3) - Izquierda unida	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - Efectos postproducción	Redes Sociales (Twitter) - Contacto Directo	Reportaje - Titulares
7/1/2014	Pablo Iglesias	J.A.Martin - M.Terré - J.Tortosa - J.Segovia - A.Pradilla	Periodista diario público - Periodista - PSOE - Izquierda unida - Tribunal Supremo	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - Efectos postproducción - División de pantalla	Contacto en Directo	No se observa
8/1/2014	Pablo Iglesias	J.Tortosa - P.Vásquez - T.Sánchez - F.Díaz - J.Couso	Periodista diario público - Periodista Negocios.com - Activista - Izquierda unida - Juventud socialista	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - Efectos postproducción - División de pantalla	Contacto en Directo	Reportaje - Editorial - El Tornillo
14/1/2014	Pablo Iglesias	J.Segovia - J.Barcia - F.Luengo - E.Bayo - J.García	Periodista diario público (2) - PSOE - Izquierda unida - Economista	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - Efectos postproducción	Contacto en Directo	El tornillo
15/1/2014	Pablo Iglesias	I.Aduriz - P.Vásquez - J.Couso - M.Llamas - M.Delaz	Periodista diario público (2) - Activista - Juventud socialista - Libertad Digital	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - Efectos postproducción - División de pantalla	Contacto en Directo	Reportaje
20/1/2014	Pablo Iglesias	E.Bayo - J.Rivero - J.Atiensa - A.Benítez - F.Díaz - J.Nieto	Periodista diario público - Periodistas (2) - Periodista Negocios.com - OXFAM - OIT	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - Efectos postproducción - División de pantalla	Redes Sociales (Twitter) - Contacto Directo	Titulares - Editorial

Capítulo (fecha)	Presentador/a	Dimensión Narrativa Audiovisual						
		Guión técnico					Interacción con Público	Secciones
		Panelistas	Organización / Profesión	Trabajo de Cámara	Escenografía	Recursos Gráficos	Clasificación	Clasificación
21/1/2014	JC Monedero	J.Barcia - J.Tortosa - Espinar - Sotillos - A.Garzón	Periodista diario público (2) - PSOE - Izquierda unida - Juventud sin futuro	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - Efectos postproducción - División de pantalla	Contacto en Directo	El tornillo
22/1/2014	Pablo Iglesias	T.Sánchez - J.Yusta - I.Errejón - R.Mayoral - P.Montes	Periodista diario público - Cientista político - Izquierda unida - Economista - Abogado	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - División de pantalla	Contacto en Directo	Reportaje - Editorial
29/1/2014	Pablo Iglesias	T.Sánchez - I.Errejón - A.Nfubea - A.Clinchetru - R.Herrero	Periodista - Cientista político (2) - Izquierda unida - One Africa	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - Efectos postproducción - División de pantalla	Contacto en Directo	Notas de humor
4/2/2014	JC Monedero	J.Segovia - M.Isea - V.Clavero - E.Silva - R.Mayoral - D.Delas	Periodista diario público (2) - Periodista (2) - Abogado - Embajador de Venezuela	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - Efectos postproducción - División de pantalla	Contacto en Directo	El tornillo
10/2/2014	Pablo Iglesias	I.Guevara - R.Herrera - A.Benítez - M.Llamas - I.Soto - J.Tortosa	Periodista diario público - Periodista - Cientista político - Libertad Digital - Sindicato de Actores - Diario Gara	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - División de pantalla	No se observa	Titulares
11/2/2014	JC Monedero	E.Bayo - O.Iglesias - J.Barcia - O.Osuna - I.Serrano	Periodista diario público (2) - PSOE - Diario Nueva Tribuna - Decidir nos hace libres	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - División de pantalla	Contacto en Directo	El tornillo
17/2/2014	Pablo Iglesias	I.Errejón - A.Benítez - R.Herrero - A.Inurrieta - A.Tornus	Periodista diario público - Periodista - Cientista Político - Economista	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - División de pantalla	Contacto en Directo	Notas de humor
18/2/2014	JC Monedero	JV González - L.Albiac - P.Chaves - K.Polanska - A.Pradilla - P.Velasco	Periodista diario público - Periodista (2) - Cientista Político (2) - Diario Gara	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - División de pantalla	No se observa	El tornillo
3/3/2014	Pablo Iglesias	F.Díaz - O.Osuna - A.Benítez - J.García	Periodista - Periodista Negocios.com - Izquierda unida - Diario Nueva Tribuna	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres	Contacto en Directo (3)	Reportaje - Titulares

Capítulo (fecha)	Presentador/a	Dimensión Narrativa Audiovisual						
		Guión técnico					Interacción con Público	Secciones
		Panelistas	Organización / Profesión	Trabajo de Cámara	Escenografía	Recursos Gráficos	Clasificación	Clasificación
12/3/2014	Pablo Iglesias	A.Inurrieta - H. Altozano - S.Porras - E.Urtasun	Izquierda unida - Economista - Abogado - Candidato Izquierda unida	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - División de pantalla	Redes Sociales (Twitter) - Contacto Directo	Titulares
17/3/2014	JC Monedero	J.Pérez - R.Herrero - A.Benítez - F.Díaz - L.Sánchez	Periodista diario público - Periodista - Periodista Negocios.com - Cientista Político (2)	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres	Contacto en Directo	Reportaje - Cara a Cara
18/3/2014	JC Monedero	O.Osuna - J.Barcia - M.Terré - Martínez Lobo	Periodista diario público - Izquierda unida - Diario Nueva Tribuna - Movimiento Contrapoder	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres	No se observa	El tornillo - Cara a Cara
24/3/2014	JC Monedero	J.Franzé - T.Sánchez - O.Osuna - I.Errejón - A.Rodríguez	Cientista Político (2) - Izquierda unida - Diario Nueva Tribuna - Columna Extremadura	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - División de pantalla	Redes Sociales (Twitter)	Reportaje
1/4/2014	JC Monedero	R.Mayoral - M.Ferré - P.Vásquez - A.Pradilla - JV Barcia - E.Garzón	Periodista diario público - PSOE - Izquierda unida - Abogado - Diario Gara - Economista ATTAC	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - División de pantalla	Contacto en directo - Redes Sociales (Twitter)	Reportaje
2/4/2014	Pablo Iglesias	A.Inurrieta - R.Ballesteros - T.Sánchez - L.Gimenez - J. Ramón Rallo - J. Asens - F.Díaz	Periodista diario público - Periodista - Periodista Negocios.com - Izquierda unida - Economista (2) - Abogado	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - División de pantalla	Redes sociales (Twitter)	Control de redes sociales
8/4/2014	Noelia Vera	O.Osuna - J. Tortosa - M.Delas - J.Segovia - I.Montero - M. Llamas	Periodista diario público (2) - PSOE - Activista - Diario Nueva Tribuna - Libertad Digital	Medio - General - Picado	Si (a)	División de pantalla	Contacto en directo (3)	El tornillo
21/4/2014	JC Monedero	P.Vásquez - A.Benítez - R. Herrero - O.Osuna - Julia Pérez	Periodista diario público - Periodista - PSOE - Cientista político - Diario Nueva Tribuna	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - División de pantalla	Redes Sociales (Twitter)	Reportaje - Brotes Verdes

Capítulo (fecha)	Presentador/a	Dimensión Narrativa Audiovisual						
		Guión técnico					Interacción con Público	Secciones
		Panelistas	Organización / Profesión	Trabajo de Cámara	Escenografía	Recursos Gráficos	Clasificación	Clasificación
22/4/2014	JC Monedero	H. Altozano - M.Ferré - O.Iglesias - J.Barcia - C.Romero - A.Abejar	Periodista diario público - PSOE - Activista - Izquierda unida - Abogado - Nuevo Modelo Energético	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - División de pantalla	No se observa	No se observa
6/5/2014	JC Monedero	S.Porras - O.Iglesias - E.Maura - E.Garzón - M.Álvarez - JC Asenjo	PSOE - Izquierda unida - Economista ATTAC - PODEMOS - Trabajador CocaCola Fuenlabrada (2)	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres	Redes Sociales (Twitter)	El tornillo
7/5/2014	Sin presentador	I.Aduriz - J.Lago - I.Hernández - J.García - R.Herrero	Periodista diario público - Cientista político - Izquierda unida - PODEMOS - Sindicato de Bomberos	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres	Redes Sociales (Twitter)	Tuerka Milenio
13/5/2014	Noelia Vera	M.Delás - E. del Olmo - O.Osuna - J.González - M.Ferré - J.Cones	Periodista diario público - PSOE - Cientista político - Izquierda unida - Diario Nueva Tribuna - VOX	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - División de pantalla - Infografía	No se observa	Tuerka Attack
19/5/2014	JC Monedero	F.Díaz - J.Jaen - J.García - T.González - P.Vásquez - A.Benítez	Periodista (2) - PSOE - Izquierda unida - PODEMOS - Marea Blanca	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres	Redes Sociales (Twitter)	Notas de humor
21/5/2014	Noelia Vera	Tom - E. del Olmo - M.Llamas - M.Ferré - M.Serena	PSOE - Izquierda unida - Libertad Digital - Ecologistas en acción - Escritor	Medio - General - Picado	Si (a)	Generador de Caracteres	Redes Sociales (Twitter)	Tuerka Attack
26/5/2014	JC Monedero - Pablo Iglesias	E. Bayo - M.Delas - Noelia Vera - Pablo Iglesias	Periodista diario público (2) - PODEMOS - La Tuerka	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres	Redes Sociales (Twitter)	Reportaje
27/5/2014	JC Monedero	J.Barcia - M.Ferré - J.Segovia - San Juan - Marban - H.Altozano - Torero	Periodista diario público - PSOE - Izquierda unida - Abogado - Ciudadanos - Actor - DDHH Colombia	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - División de pantalla	Contacto en Directo	Notas de humor
28/5/2014	Noelia Vera	J.García Castaño - J.Lago - I.Montero - Lavea	Activista (2) - Izquierda unida - PODEMOS	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - División de pantalla	Contacto en Directo	El Tornillo - Tuerka Attack - Suspirais España

Capítulo (fecha)	Presentador/a	Dimensión Narrativa Audiovisual						
		Guión técnico					Interacción con Público	Secciones
		Panelistas	Organización / Profesión	Trabajo de Cámara	Escenografía	Recursos Gráficos	Clasificación	Clasificación
4/6/2014	JC Monedero	J.Tortosa - O.Iglesias - JV Gonzalez - Martinez - J.García - Biblantz - E.Gil	Periodista diario público - PSOE - Activista - Izquierda unida - PODEMOS - VOX - Partido Nacionalista Vasco	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - División de pantalla	Contacto en Directo	El Tornillo
9/6/2014	Noelia Vera	J.Barca - P.Vásquez - J.García Castaño - Rodriguez - Maura - Troaré	Periodista diario público - Izquierda unida - Juventud socialista - PODEMOS - Escritor - EQUO	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - División de pantalla	Redes Sociales (Twitter)	Reportaje
16/6/2014	JC Monedero	Anselmi - Caro - J.Tortosa - Martinez - Diat Villa	Periodista diario público - Periodista - PSOE - Activista (2)	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - División de pantalla	Contacto en Directo	-
23/6/2014	JC Monedero	J.García Castaño - Caro - E. del Olmo - Marban - Garzón - Aranzadi	Activista - Izquierda unida - Economistas (2) - PODEMOS - Ciudadanos	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres	Contacto en Directo	-
2/7/2014	Noelia Vera	I.Errejón - Díaz - Inurrieta - Montero - Rouz	Periodista - Activista - Economista - PODEMOS - UGT	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres	Contacto en Directo	El tornillo - Entrevista a Manfred Max Neef
25/3/2014	JC Monedero	J.Barca - L.Gimenez - M.Ferré - A.Hernando - A.Martinez - I.Montero - T.Sánchez - M.Medem	Periodista diario público (2) - Periodista - Izquierda unida (2) - PODEMOS - Todo Noticias - Psicóloga	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres	Contacto en Directo (3)	Notas de humor
26/3/2014	Pablo Iglesias	A.Benitez - O.Ozuna - V.Rocafort - F.Díaz - A.López - Facu Díaz	Periodista (2) - Periodista Negocios.com - Cientista político - Estudiante	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - División de pantalla	Contacto en Directo (2) - Redes Sociales (Twitter)	Reportaje - Notas de humor
31/3/2014	JC Monedero	J.Pastor - R.Herrero - A.Benitez - S.Porras - E. de Olmo	Periodista - PSOE - Cientista Político (2) - Izquierda unida	Medio - General - Picado	Sí (a)	Generador de Caracteres - División de pantalla	Contacto en Directo - Redes Sociales (Twitter)	Notas de humor

Dimensión Estructural Discursiva

Capítulo (fecha)	Presentador/a	Dimensión Estructural Discursiva		
		Monólogo intención comunicativa	Contextualización	Retórica Tuerka
		Clasificación	Clasificación	Conceptos
9/12/2013	Pablo Iglesias	Interpelación Conmemorativa	Archivo audiovisual - Contacto telefónico	Democracia - Corrupción
11/12/2013	Pablo Iglesias	No hay monólogo	Nota introductoria	Corrupción
18/12/2013	Pablo Iglesias	No hay monólogo	Archivo audiovisual - Contacto telefónico - Sumario	Democracia - Derechos sociales
7/1/2014	Pablo Iglesias	Interpelación Informativa	Contacto telefónico - Sumario - Archivo	Casta
8/1/2014	Pablo Iglesias	No hay monólogo	Contacto telefónico - Sumario - Nota corta	Corrupción - Casta
14/1/2014	Pablo Iglesias	Interpelación Conmemorativa	Contacto telefónico - Sumario	Derecho sociales
15/1/2014	Pablo Iglesias	Autorreferencia Conmemorativa	Sumario - Editorial	Casta
20/1/2014	Pablo Iglesias	No hay monólogo	Contacto telefónico - Editorial	Democracia - Derechos Sociales - Crisis de Régimen
21/1/2014	JC Monedero	No hay monólogo	Contacto telefónico - Sumario	Casta
22/1/2014	Pablo Iglesias	No hay monólogo	Sumario - Editorial	Corrupción - Casta
29/1/2014	Pablo Iglesias	No hay monólogo	Sumario - Editorial (3)	Democracia - Casta
4/2/2014	JC Monedero	Interpelación Conmemorativa	Sumario - Nota corta - Editorial	Democracia - Derechos Sociales
10/2/2014	Pablo Iglesias	No hay monólogo	Sumario - Nota corta (3)	Derechos Sociales - Ciudadanía
11/2/2014	JC Monedero	Interpelación Persuasiva	Contacto telefónico - Sumario - Nota corta (2)	Democracia - Derechos sociales
17/2/2014	Pablo Iglesias	No hay monólogo	Contacto telefónico - Sumario - Editorial (3)	Democracia - Casta - Derechos Sociales - Crisis de Régimen
18/2/2014	JC Monedero	No hay monólogo	Entrevista en vivo	-
3/3/2014	Pablo Iglesias	No hay monólogo	Editorial - Recreación asesinato Antich	Democracia - Casta
12/3/2014	Pablo Iglesias	No hay monólogo	Contacto telefónico - Sumario - Editorial (2)	Crisis de régimen

Capítulo (fecha)	Presentador/a	Dimensión Estructural Discursiva		
		Monólogo intención comunicativa	Contextualización	Retórica Tuerka
		Clasificación	Clasificación	Conceptos
17/3/2014	JC Monedero	No hay monólogo	Sumario - Nota corta (3)	Casta - Derechos Sociales - Crisis de régimen
18/3/2014	JC Monedero	Interpelación Informativa	Editorial - Entrevista en vivo (2)	Derechos sociales
24/3/2014	JC Monedero	Interpelación Persuasiva	Archivo audiovisual	Crisis de régimen
1/4/2014	JC Monedero	Interpelación Persuasiva	Sumario - Entrevista en vivo	Democracia - Derechos Sociales
2/4/2014	Pablo Iglesias	Autorreferencia Prescriptiva	Contacto telefónico - Sumario - Editorial	Derechos Sociales - Crisis de régimen
8/4/2014	Noelia Vera	No hay monólogo	Contacto telefónico (3) - Sumario - Archivo - Editorial (3) - Despacho en directo (2)	Derechos Sociales
21/4/2014	JC Monedero	No hay monólogo	Archivo audiovisual - Sumario - Editorial	Democracia - Derechos Sociales - Ciudadanía
22/4/2014	JC Monedero	Interpelación Informativa	Contacto telefónico - Sumario - Archivo - Editorial	Democracia - Casta - Derechos sociales - Ciudadanía
6/5/2014	JC Monedero	Interpelación Informativa	Contacto telefónico - Editorial	Derechos sociales - Ciudadanía
7/5/2014	Sin presentador	No hay monólogo	Nota introductoria - Sumario - Contacto en directo	Democracia - Derechos Sociales
13/5/2014	Noelia Vera	Autorreferencia Informativa	Contacto telefónico - Sumario - Archivo - Nota corta	Democracia - Casta - Crisis de régimen - Ciudadanía
19/5/2014	JC Monedero	Interpelación Informativa	Sumario - Contacto en directo	Democracia - Casta - Derechos Sociales - Crisis de régimen
21/5/2014	Noelia Vera	Interpelación Conmemorativa	Contacto telefónico - Sumario	Democracia - Derechos Sociales - Crisis de régimen
26/5/2014	JC Monedero - Pablo Iglesias	Autorreferencia Conmemorativa	Sumario - Archivo	Democracia - Casta
27/5/2014	JC Monedero	Interpelación Prescriptiva	Editorial (3)	Democracia - Casta - Crisis de régimen
28/5/2014	Noelia Vera	No hay monólogo	Contacto telefónico - Editorial	Derechos sociales
4/6/2014	JC Monedero	Interpelación Conmemorativa	Sumario - Archivo	Corrupción - Crisis de régimen

Capítulo (fecha)	Presentador/a	Dimensión Estructural Discursiva		
		Monólogo intención comunicativa	Contextualización	Retórica Tuerka
		Clasificación	Clasificación	Conceptos
9/6/2014	Noelia Vera	No hay monólogo	Sumario - Entrevista escritos	Casta
16/6/2014	JC Monedero	No hay monólogo	Archivo	-
23/6/2014	JC Monedero	Interpelación Persuasiva	Sin información	Casta - Crisis de régimen
2/7/2014	Noelia Vera	No hay monólogo	Sumario	Democracia - Crisis de régimen
25-03-2014	JC Monedero	Interpelación Conmemorativa	Sumario (2) - Archivo	Democracia - Corrupción - Casta
26/3/2014	Pablo Iglesias	No hay monólogo	Sumario (2) - Archivo	Democracia
31/3/2014	JC Monedero	Interpelación Persuasiva	Sumario (2)	Democracia - Corrupción - Crisis de régimen

Dimensión Comercial

Capítulo (fecha)	Presentador/a	Dimensión Comercial	
		Avisaje	Audiencia
9/12/2013	Pablo Iglesias	No	No disponible
11/12/2013	Pablo Iglesias	No	No disponible
18/12/2013	Pablo Iglesias	No	No disponible
7/1/2014	Pablo Iglesias	No	No disponible
8/1/2014	Pablo Iglesias	No	No disponible
14/1/2014	Pablo Iglesias	No	No disponible
15/1/2014	Pablo Iglesias	No	No disponible
20/1/2014	Pablo Iglesias	Sí	No disponible
21/1/2014	JC Monedero	No	No disponible
22/1/2014	Pablo Iglesias	No	No disponible
29/1/2014	Pablo Iglesias	No	No disponible
4/2/2014	JC Monedero	No	No disponible
10/2/2014	Pablo Iglesias	No	No disponible
11/2/2014	JC Monedero	No	No disponible
17/2/2014	Pablo Iglesias	No	No disponible
18/2/2014	JC Monedero	No	No disponible
3/3/2014	Pablo Iglesias	No	No disponible
12/3/2014	Pablo Iglesias	No	No disponible
17/3/2014	JC Monedero	No	No disponible
18/3/2014	JC Monedero	No	No disponible
24/3/2014	JC Monedero	No	No disponible
1/4/2014	JC Monedero	No	No disponible
2/4/2014	Pablo Iglesias	No	No disponible
8/4/2014	Noelia Vera	No	No disponible
21/4/2014	JC Monedero	No	No disponible
22/4/2014	JC Monedero	No	No disponible

Capítulo (fecha)	Presentador/a	Dimensión Comercial	
		Avisaje	Audiencia
6/5/2014	JC Monedero	No	No disponible
7/5/2014	Sin presentador	No	No disponible
13/5/2014	Noelia Vera	No	No disponible
19/5/2014	JC Monedero	No	No disponible
21/5/2014	Noelia Vera	No	No disponible
26/5/2014	JC Monedero - Pablo Iglesias	No	No disponible
27/5/2014	JC Monedero	No	No disponible
28/5/2014	Noelia Vera	No	No disponible
4/6/2014	JC Monedero	No	No disponible
9/6/2014	Noelia Vera	No	No disponible
16/6/2014	JC Monedero	No	No disponible
23/6/2014	JC Monedero	No	No disponible
2/7/2014	Noelia Vera	No	No disponible
25/3/2014	JC Monedero	No	No disponible
26/3/2014	Pablo Iglesias	No	No disponible
31/3/2014	JC Monedero	No	No disponible

Anexo 2: Cruce de datos

Área temática – Fuentes

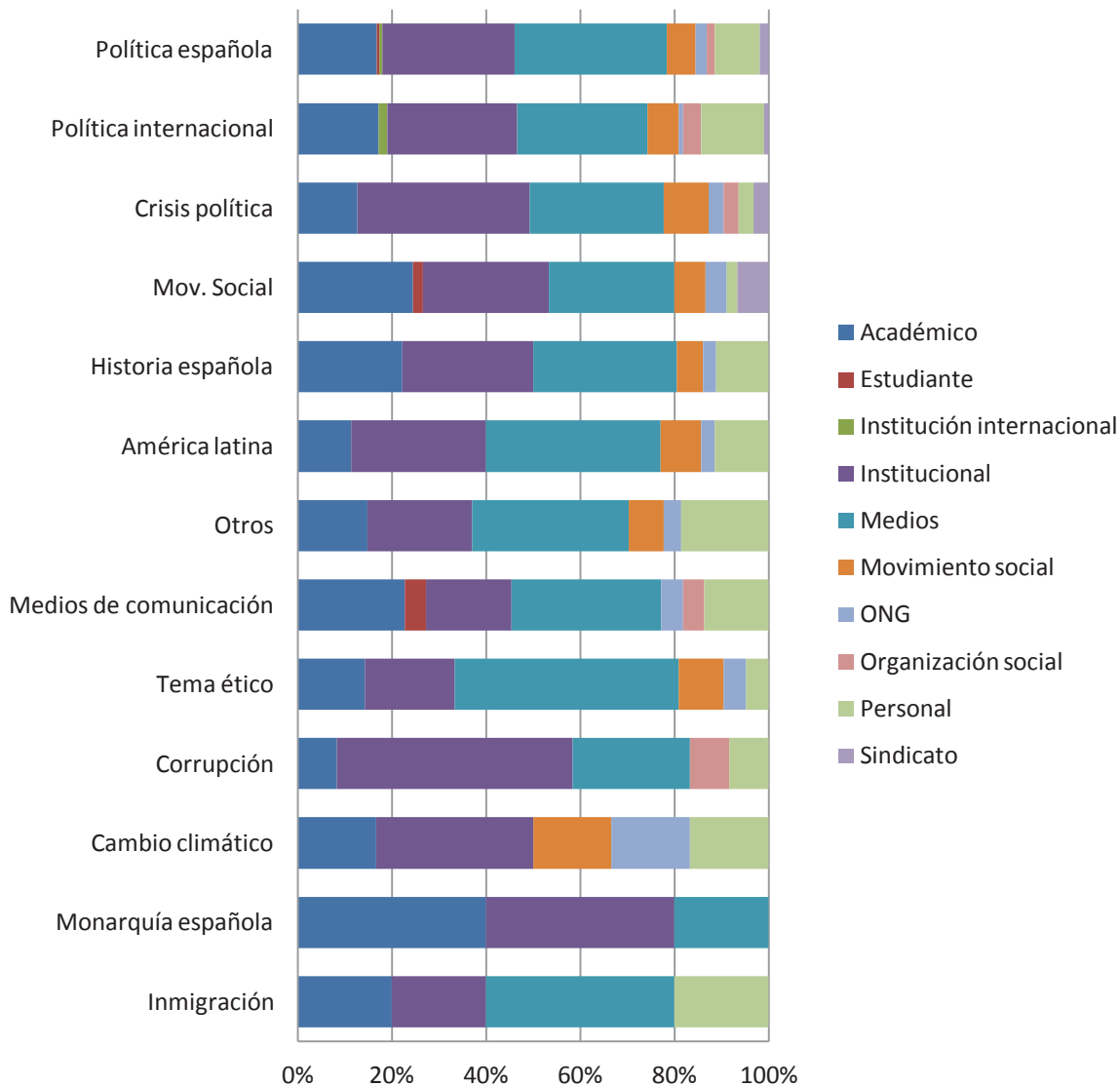


Figura 16: Área temática según tipo de fuentes que participan en el debate

Área temática – Organización / profesión

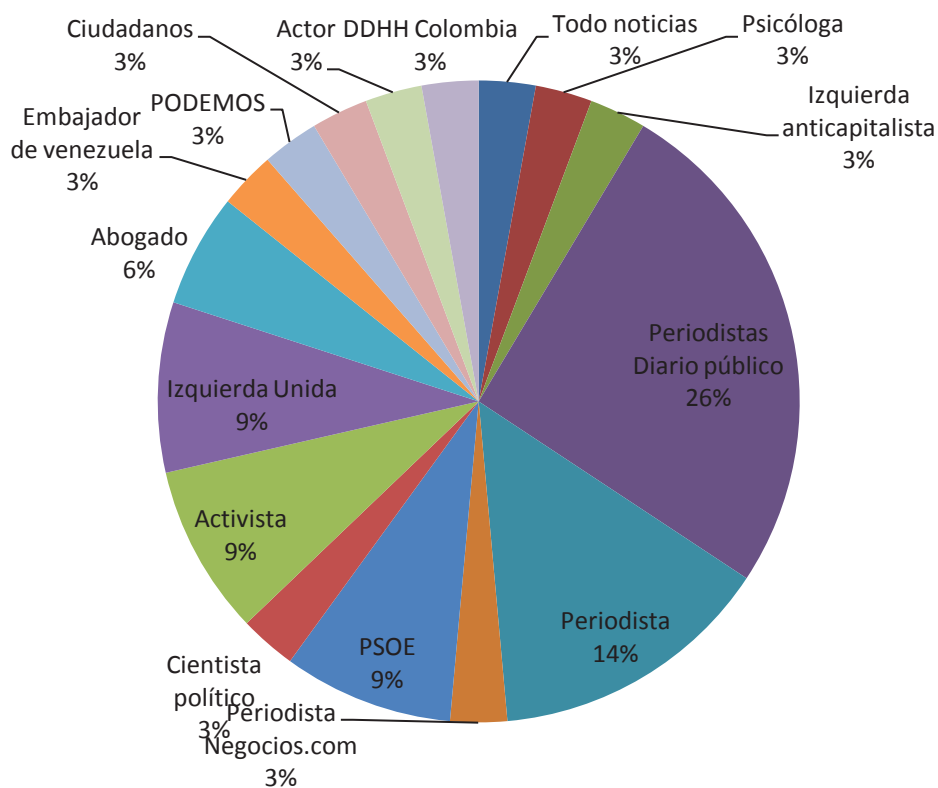


Figura 17: Área temática “América Latina”, según tipo de organización/profesión

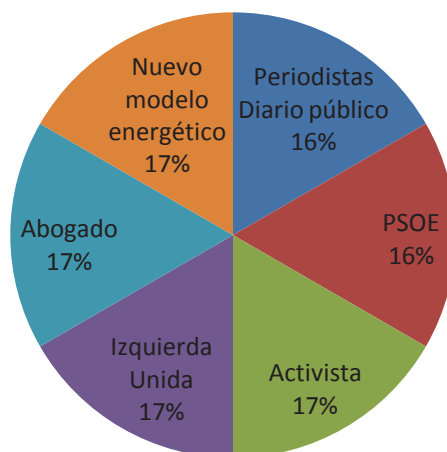


Figura 18: Área temática “Cambio climático”, según tipo de organización/profesión

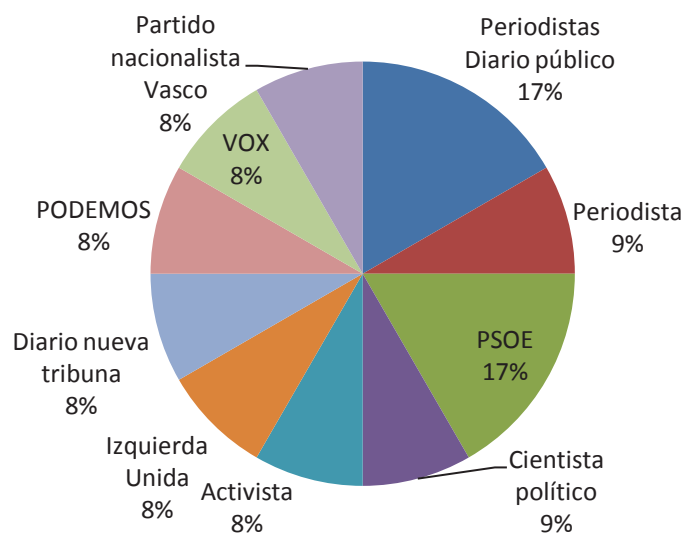


Figura 19: Área temática "Corrupción", según tipo de organización/profesión

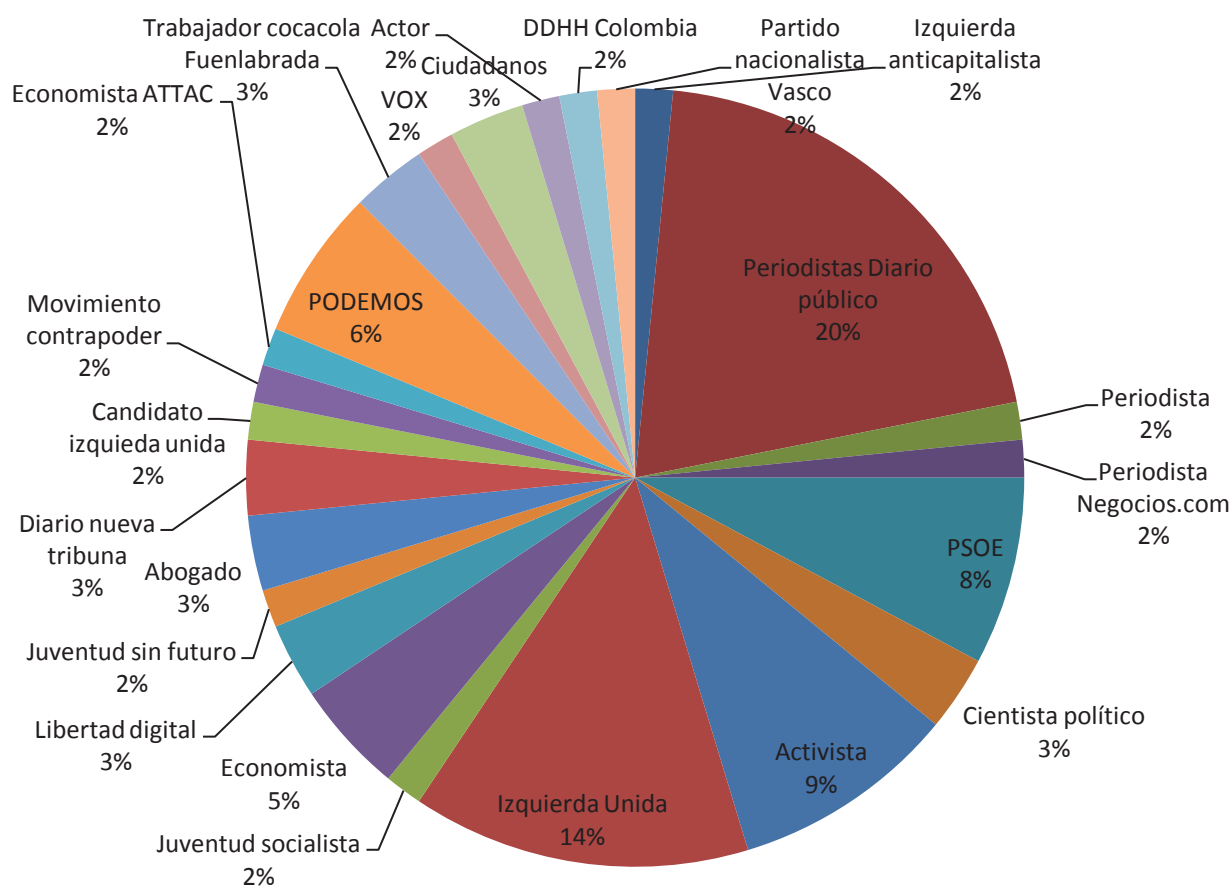


Figura 20: Área temática "Crisis política", según tipo de organización/profesión

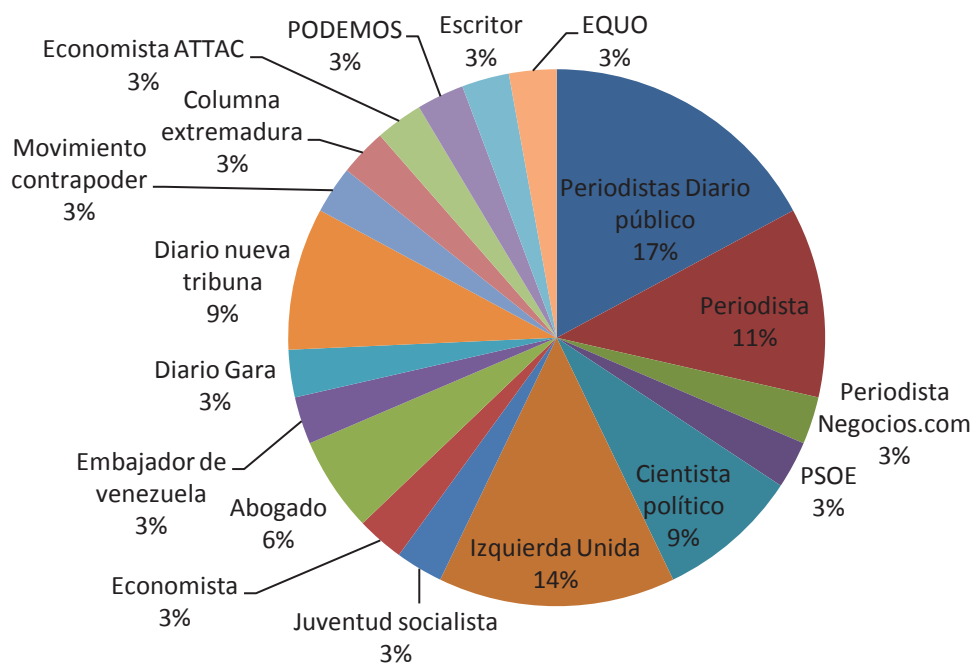


Figura 21: Área temática “Historia española”, según tipo de organización/profesión



Figura 22: Área temática “Inmigración”, según tipo de organización/profesión

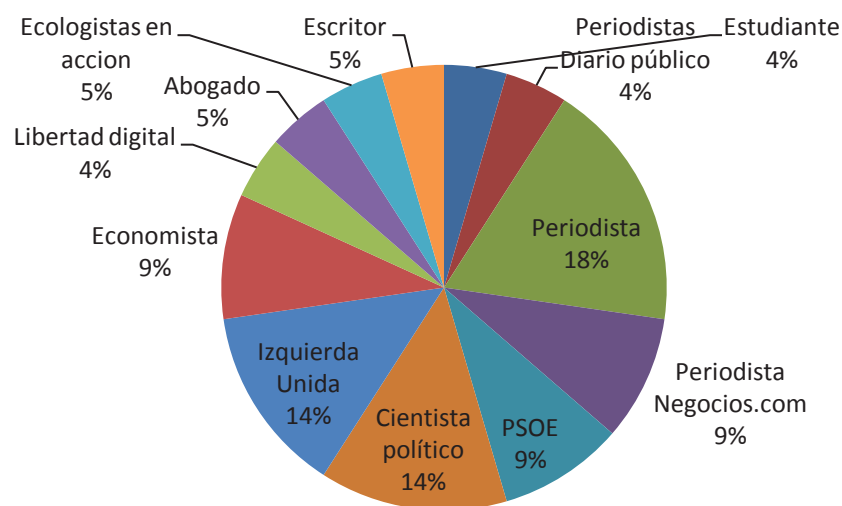


Figura 23: Área temática “Medios de comunicación”, según tipo de organización/profesión

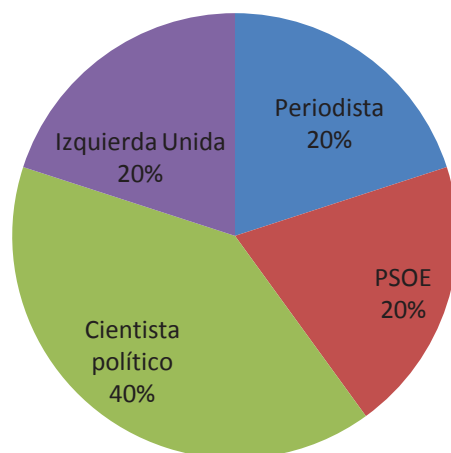


Figura 24: Área temática “Monarquía española”, según tipo de organización/profesión

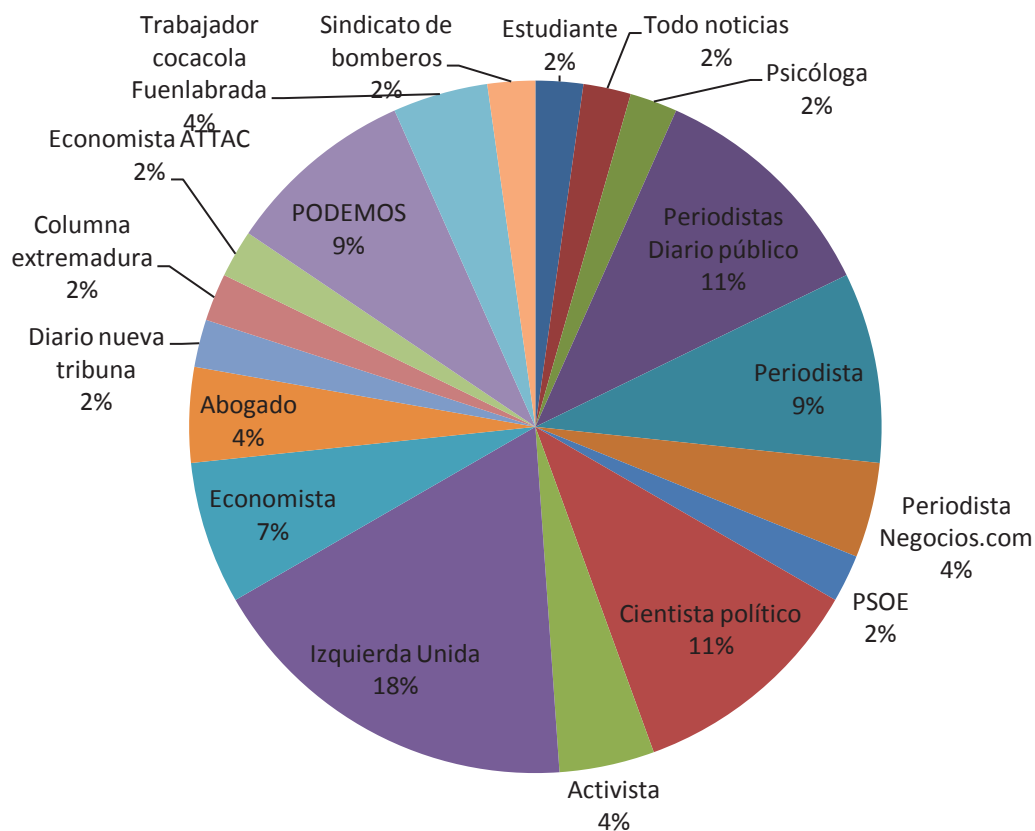


Figura 25: Área temática “Movimientos sociales”, según tipo de organización/profesión

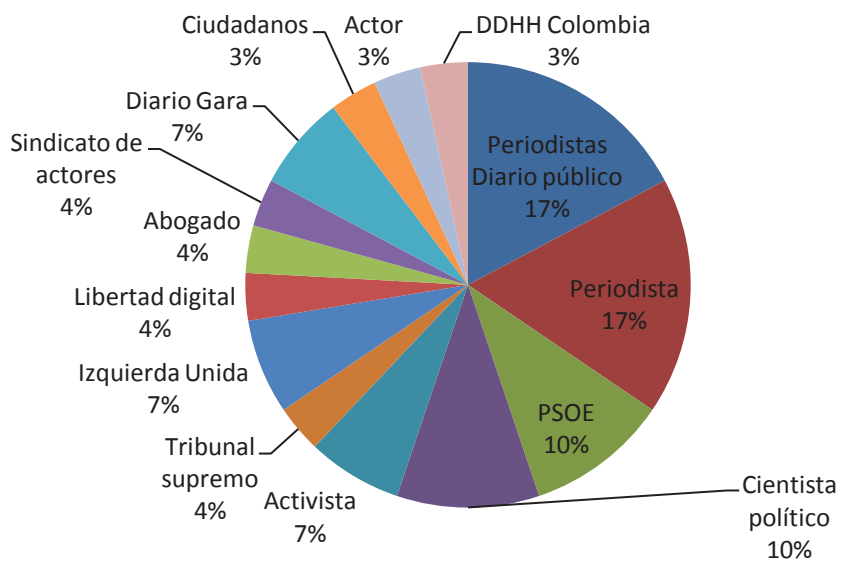


Figura 26: Área temática “Otros”, según tipo de organización/profesión

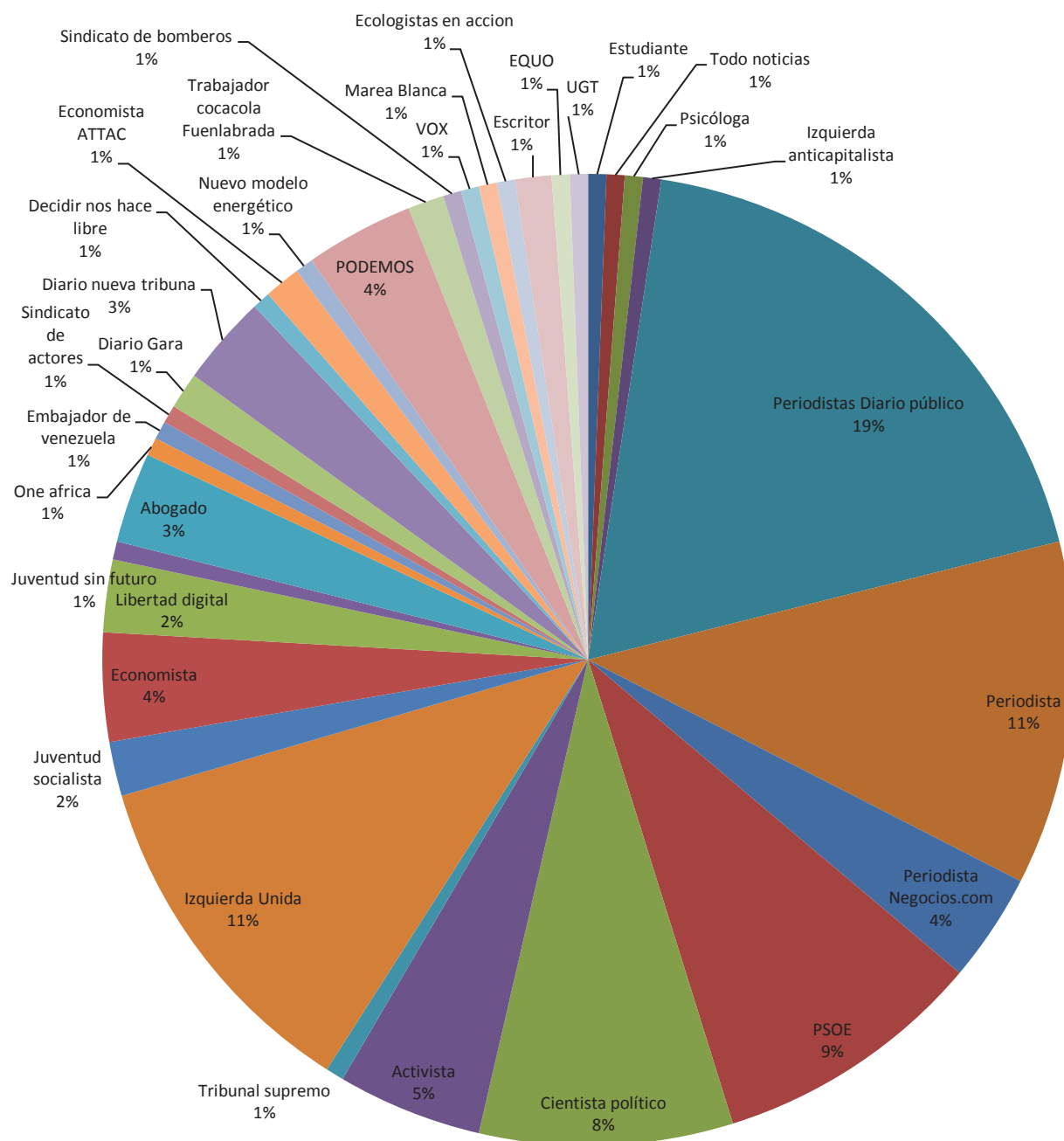


Figura 27: Área temática “Política española”, según tipo de organización/profesión

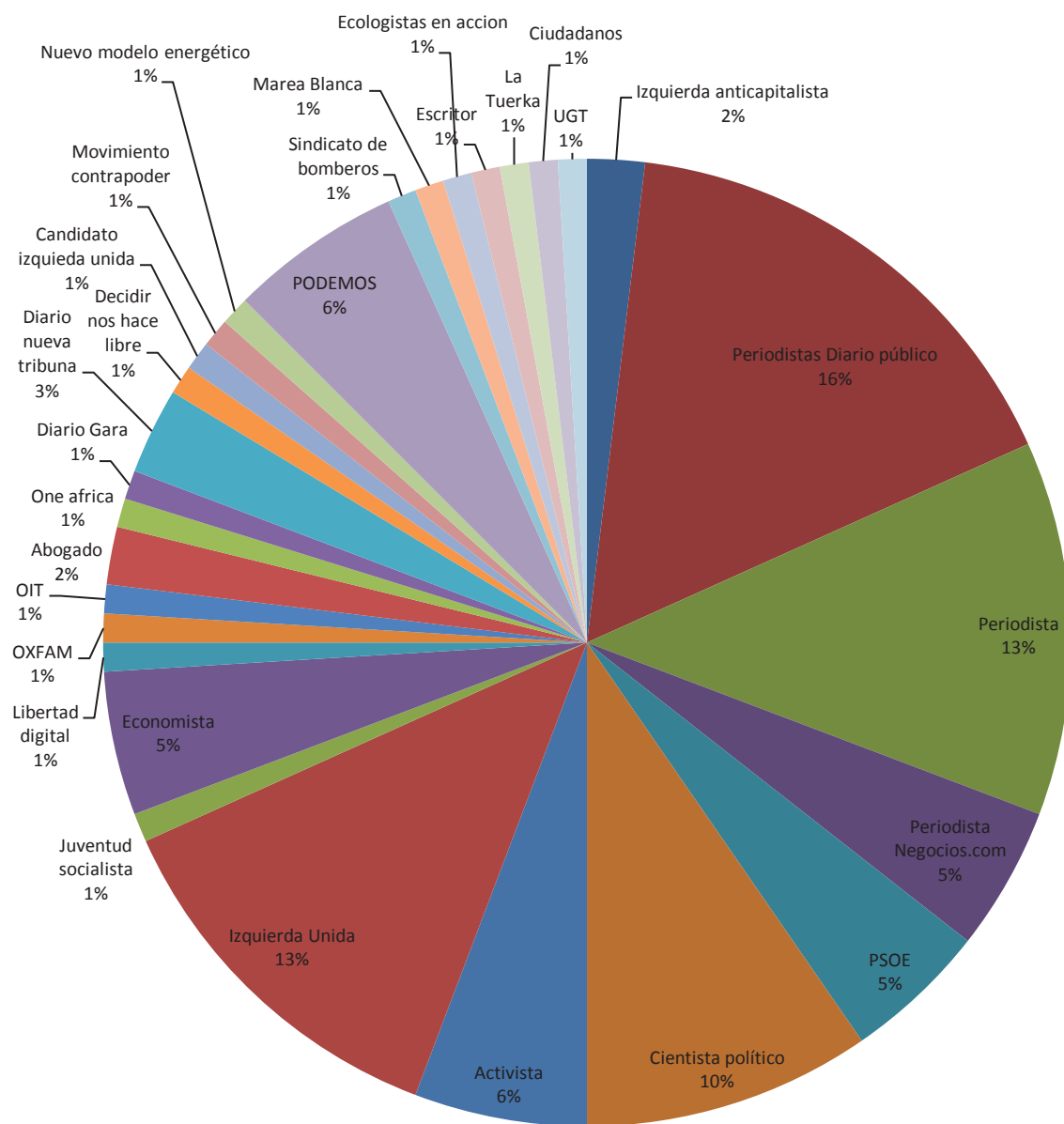


Figura 28: Área temática “Política internacional”, según tipo de organización/profesión

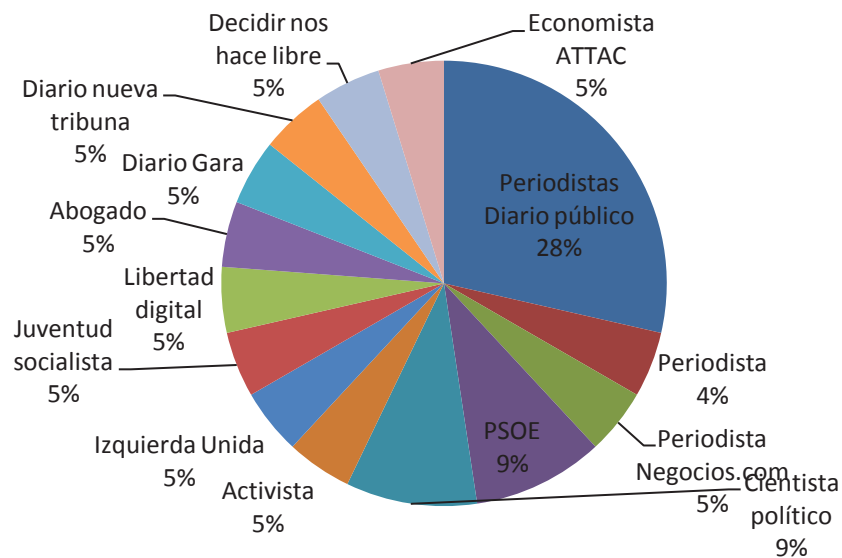


Figura 29: Área temática “Tema ético”, según tipo de organización/profesión