



***Political communication in real time.
Theoretical and applied research
approaches***

***Editores: Dan Schill, Rita Kirk and
Amy E. Jasperson***

***Editorial: Routledge studies in
Global information in real time,
Gran Bretaña, 2016***

ISBN: 978-11-3894-941-6

Páginas: 282

El libro ofrece a los lectores una de las primeras evaluaciones sistemáticas de los métodos en tiempo real utilizados para analizar el efecto que, sobre decisiones políticas como el voto, tiene la proliferación de dispositivos que posibilitan la transmisión de información en muy poco tiempo: Smartphone, tablets, servicios de mensajería instantánea (whatsapp). Los métodos utilizados hasta ahora por los políticos, básicamente teléfono, correo electrónico... no pueden captar este entorno dinámico y cambiante.

Los trabajos han sido realizados por investigadores experimentados y conocedores de la política de comunicación y sus métodos. Se han utilizado métodos de respuesta continua o en tiempo real a fin de estudiar la comunicación política en diversas formas. Además, aportan cómo se pueden medir las actitudes de la ciudadanía a lo largo del tiempo. Con las nuevas tecnologías los efectos de los mensajes se pueden determinar hasta el segundo de impacto, los comportamientos se pueden rastrear y analizar de forma discreta, y los encuestados pueden responder de forma natural en su teléfono inteligente, tablet o incluso en el sistema de juegos de consola. Todos estos formatos abren un amplio abanico de posibilidades de investigación que este libro explora desde varios enfoques.

El lector puede consultar en el libro las opiniones de algunos de los principales responsables de las nuevas tecnologías que tanto han contribuido a modificar la comunicación y las relaciones humanas: CNN (Cable News Network), Microsoft (Microsoft Corporation) y Twitter. Poco se puede añadir sobre estas tres empresas. La comunicación política en tiempo real ha cambiado la forma de hacer política y de relacionarse. Además, ha contribuido al surgimiento de nuevas profesiones e intereses, los analistas de grandes datos son actualmente demandados por grandes y medianas empresas.

La primera parte de la obra lleva por título “Técnicas de respuesta en tiempo real, enfoques y perspectivas”. El primer trabajo es de uno de los editores, Dan Hill, profesor asociado de la James Madison University. Es un trabajo introductorio a la temática objeto del libro, las tecnologías que han cambiado en escaso tiempo la comunicación política. Las referencias a teorías académicas que han ido apareciendo hasta este momento. A continuación, Jennifer L. Burton, Jan Collins and Danielle Walls analizan el tiempo de respuesta como un dato de vital importancia para los investigadores interesados en conocer lo que las personas sienten o piensan. Rita Kirk, autora del tercer trabajo profesora y directora del Centro Maguire de Ética y Responsabilidad Social en la Southern Methodist University, sostiene en su trabajo que antes de la aparición de estos instrumentos nuevos de comunicación había una forma de comunicar y tras su nacimiento existe otra manera diferente a la anterior. Sean Evins¹, un destacado investigador estadounidense, reflexiona sobre los ciclos existentes en la política de Estados Unidos (supermartes, convenciones, primarias...) conocidos por los interesados con unas características que tras la irrupción y asentamiento de las nuevas tecnologías de la comunicación han debido reformularse para adaptarse a los nuevos tiempos.

La segunda parte de la obra “Efectos en tiempo real: Medición de los efectos

del mensaje político por segundo” está compuesto por cuatro trabajos de autoría colectiva. Los citados analizan los efectos de las nuevas tecnologías en la actual política que ha debido adaptarse de forma casi obligada a esta nueva época. Son trabajos metodológicos y experimentales, en los que se muestran, explican y analizan los efectos que a la comunicación política han traído empresas como Twitter.

La tercera y última parte de la obra lleva por título “Efectos en tiempo real: Medición de los efectos del mensaje político por segundo año consecutivo”. Está compuesta igual que la segunda parte por cuatro trabajos, como los anteriores -salvo una excepción- de tres o cuatro autorías cada uno. No debe olvidar el lector de este libro que los trabajos prácticos de esta parte y la anterior están centrados en la política de Estados Unidos. El primer trabajo tiene por objetivo mostrar al lector como se desarrollaron las diferentes campañas electorales hace ya diez años cuando las hoy presentes tecnologías de la información apenas eran conocidas por el gran público. El siguiente trabajo describe lo sucedido en las elecciones primarias de 2012, elecciones ganadas finalmente por Barack Obama en dos estados importantes, Florida y Ohio. Las nuevas tecnologías ya habían avanzado lo suficiente como para poder conclusiones con rigor académico sobre la influencia de estas e el desarrollo de las citadas primarias. El

¹ <https://gsmcon.com/sean-evins/>

tercer trabajo obra del profesor alemán Marko Bachl², el único autor europeo de todos los que han participado en este libro, tiene como objetivo investigar cómo la función del mensaje (sea el tipo que sea) modera el efecto de las predisposiciones políticas de los espectadores sobre las evaluaciones de los candidatos durante los debates electorales en Estados Unidos. El cuarto y último trabajo defiende una idea muy extendida no solo en Estados Unidos, sino en la mayor parte de los países donde se desarrolle una política más o menos activa. Los debates presidenciales televisados son momentos en los que se presta más atención a las elecciones modernas, que atraen habitualmente a decenas de millones de personas. Los dos autores recuerdan como el primer debate entre Barack Obama y Mitt Romney en 2012 fue visto por más de 70 millones de espectadores, un muy buen dato en un país que tiene una población de más de 300 millones de personas. Los debates electorales han adquirido tal importancia que no sólo son vistos por los residentes en el país, en este caso Estados Unidos, sino en todo el mundo, gracias al enorme poder que han adquirido las redes sociales.

En resumen, el libro presentado es una obra interesante y gran calidad. Con el trasfondo de las nuevas tecnologías de la comunicación e información los autores han creado un volumen interesante que atraerá a académicos y profesionales de diversas áreas académicas, a priori sociólogos,

políticos y los estudiosos de la comunicación deben ser los mayores interesados. Por supuesto, no es excluyente a otras áreas como la psicología... La comunicación política es un proceso en pleno movimiento, por lo que las teorías, las aplicaciones y los modelos cognitivos de dicha comunicación estudiadas y analizadas con rigor académico notable en este libro requieren medidas y métodos de innovación continuo.

Begoña Villanueva García
UPV/EHU

²<https://komm.uni-hohenheim.de/bachl>