

# El rol de los politólogos y politólogas<sup>1</sup> en los medios de comunicación generalistas de ámbito nacional en España en la actualidad

**Cristina Monge Lasierra**  
Universidad de Zaragoza  

<https://dx.doi.org/10.5209/poso.90632>

Envío: 23 julio 2023 / Aceptación: 6 marzo 2024

**Resumen:** Este artículo estudia la incorporación en España de politólogos a los medios de comunicación a partir de la crisis de 2008, el rol que juegan en la actualidad y la percepción que los mismos tienen sobre el impacto de su labor en los medios de comunicación. A través de un cuestionario difundido entre directores de opinión o asimilados en los medios, y entrevistas en profundidad a politólogos que participan de forma habitual en medios de ámbito nacional, se constata una idea compartida de la labor del politólogo en los medios como forma de contribuir a la mejora del debate público, así como una serie de recomendaciones para incrementar el impacto.

**Palabras clave:** ciencia política; politólogos; medios de comunicación; impacto; relevancia; debate público.

## ENG The role of political scientists in the national media in Spain today

**Abstract:** This paper studies the incorporation in Spain of political scientists into the media since the 2008 crisis, the role they play today and their perception of their impact. Through a questionnaire distributed among opinion directors or similar people in the media, and in-depth interviews with political scientists who regularly participate in national media, a shared idea of the work of political scientists in the media as a way of contributing to the improvement of public debate is found, as well as a series of recommendations to increase the impact.

**Keywords:** political science; political scientist; mass media; impact, relevance, public debate.

**Sumario:** 1. Objetivos y metodología. 2. Panorámica de la presencia de politólogos en medios de comunicación en Europa. 3. La emergencia de politólogos en los medios de comunicación en España. 4. La demanda actual de politólogos en los medios de comunicación en España. 5. La función de los politólogos en los medios de comunicación. 6. Dos cuestiones clave de la relevancia: visibilidad e impacto. 7. Recomendaciones para mejorar el impacto. 8. Conclusiones. 9 Bibliografía. 10. Anexo I: Politólogos entrevistados. 11. Anexo II: Medios de comunicación a cuyos directores de opinión o asimilados se les ha remitido el cuestionario

**Cómo citar:** Monge Lasierra, C. (2024) "El rol de los politólogos y politólogas en los medios de comunicación generalistas de ámbito nacional en España en la actualidad". *Polít. Soc. (Madr.)* 61(1), e90632. <https://dx.doi.org/10.5209/poso.90632>

## Agradecimientos

Esta contribución al estudio del rol que los politólogos y politólogas jugamos en los medios de comunicación no hubiera sido posible sin la participación y la generosidad de los dieciséis politólogos entrevistados, todos ellos con la mejor de las predisposiciones para compartir su experiencia, reflexiones, dudas y propuestas. De la misma manera, hay que agradecer a los nueve responsables de medios de comunicación que han completado un cuestionario para conocer qué esperan de la participación de los expertos y expertas en ciencia política en sus medios y hasta qué punto esas expectativas se cumplen. Finalmente, gracias a la revista *Política y Sociedad* y a los coordinadores de este número, la profesora Paloma Román Marugán y el

<sup>1</sup> A lo largo del texto se utilizará el término "politólogo" para incluir tanto politólogos como politólogas.

profesor Fernando Barrientos, por haberme invitado a participar con esta reflexión sobre un tema que nos obliga a pensar y pensarnos para ser útiles a la sociedad.

## 1. Objetivos y metodología

Este artículo tiene como objetivos analizar la demanda de los medios de comunicación respecto de los politólogos, describir el rol que juegan en los medios de comunicación y su percepción sobre el impacto de su trabajo, así como identificar propuestas para incrementar el impacto de la contribución de los politólogos al debate público.

Para cumplir estos objetivos se ha procedido a una revisión de la literatura especializada que ha permitido tener una primera panorámica del estado de la cuestión e identificar el perímetro del objeto de estudio. A continuación, se han realizado dieciséis entrevistas en profundidad (Alonso, 1994; Ortí, 1998) a politólogos y politólogas, incluyendo tanto a aquellos que desempeñan su labor principal en la Academia<sup>2</sup> como en el sector de la consultoría en el ámbito privado. De los primeros, mayoritarios en la participación en medios, se ha entrevistado a doce, y de los segundos, a cuatro. Como criterios de selección se han empleado que sean colaboradores habituales y no esporádicos, que sus aportaciones se hagan en televisiones, radios o periódicos de ámbito nacional, de carácter generalista, y que sus aportaciones se basen en sus conocimientos como expertos en ciencia política. En total, han participado trece hombres y tres mujeres, de edades comprendidas entre los 33 y los 83 años (Anexo I).

Esta muestra no puede considerarse representativa ni del conjunto de los politólogos que, en distintos formatos, participan de forma habitual en medios de comunicación de ámbito nacional, ni de lo que esperan de ellos los directores de medios de comunicación, pero sí es lo suficientemente indicativa como para obtener unas primeras conclusiones que ayuden a entender la demanda de los medios de comunicación respecto de los especialistas en ciencia política, el rol que estos expertos juegan y cómo perciben su impacto. De esta forma, se podrán identificar futuras líneas de investigación.

Tanto la participación en medios de ámbito local o regional, como todo lo referente a la intervención de politólogos en las redes sociales, dadas sus dinámicas y características distintas, deberían ser objeto de otra investigación, puesto que suponen objetos de estudio distintos.

Por otro lado, se ha remitido un cuestionario *online* a trece directores de opinión de periódicos, responsables de radios o informativos, con un total de nueve respuestas de los principales medios de comunicación de cobertura nacional. Se han seleccionado en función de que pertenezcan a periódicos, radios o televisiones generalistas y de ámbito nacional, y que cuenten en su medio de forma habitual con expertos en ciencia política (Anexo II).

## 2. Panorámica de la presencia de politólogos y politólogas en medios de comunicación en Europa

Josep María Vallès (2020) identifica cuatro funciones claves del experto en ciencia política. Investigación y formación, gestión, asesoría, y finalmente la formulación y emisión de opinión, a la que sitúa tanto en el ámbito de la difusión como de la influencia, afirmando que el politólogo “puede difundir sus puntos de vista sobre aspectos concretos de la realidad política, influyendo sobre la opinión interna de la organización pública o privada en que trabaja o sobre la opinión pública en general” (Vallès, 2020, p. 80)<sup>3</sup>.

Esta función de formulación y difusión de opinión se realiza, según los datos de Proseps (2019), por el 60% de los politólogos europeos encuestados, que afirman haber participado en debates públicos en los últimos tres años, si bien con enormes diferencias entre países. El que presenta mayor presencia de politólogos en medios de comunicación es Austria, con un 84,6%, mientras que cierra la tabla Hungría, con apenas un 30%, algo que puede estar relacionado con los problemas de libertad de expresión y medios de comunicación en ese país. España se sitúa con un 53,2% de politólogos encuestados que dicen participar en los medios; el tercero por la parte inferior. Según Vallés (2020, pp. 103-4), “puede haber influido en este hecho la existencia en España de una titulación universitaria especializada en comunicación y de una regulación corporativa del ejercicio de la profesión periodística: es un factor que disminuye la posibilidad de acceso a los medios de otros profesionales en comparación con la situación de otros países donde una formación en ciencia política es una vía normal de entrada a la actividad periodística”.

Entre el 60% de los encuestados que declaran haber participado en los debates públicos en Europa en los últimos tres años, el 51% lo hizo en periódicos o revistas, el 43% participó en la radio, y solo un tercio lo hizo en programas de televisión o en medios *online*.

Según Proseps (2019), existen dos sesgos en la selección de los politólogos que participan en los medios de comunicación: el de edad y el de género. Los más jóvenes están subrepresentados salvo en los medios *online*, y las académicas que participaron en debates públicos en los medios tradicionales representan alrededor de 5 puntos porcentuales por debajo de sus colegas masculinos.

Del análisis de los datos obtenidos, desde Proseps se identifican cuatro tipos de politólogos en función de su participación en los medios de comunicación:

<sup>2</sup> Se entienden por tales aquellos cuya labor profesional principal se desarrolla dentro de la Universidad.

<sup>3</sup> A lo largo de este trabajo se entenderá por “opinión” esta definición planteada por Vallés.

1. Participantes ocasionales del debate público, siendo estos la mayoría de los encuestados.
2. Politólogos con enfoque social. Se trata de alrededor del 8% de los encuestados, con clara inclinación hacia los temas sociales.
3. Politólogos enfocados tradicionalmente. Representan aproximadamente el 5%, y participan mediante formas tradicionales como columnas o entrevistas en radio y televisión.
4. Participantes de élite en el debate. Se trata de una minoría de alrededor del 5% que participa de forma habitual en los medios de comunicación.

Pese al amplio conocimiento que los politólogos tienen en un amplio espectro de temas que van desde las relaciones internacionales hasta la posibilidad de emitir recomendaciones en base a la evidencia que da la evaluación de políticas públicas, los temas que habitualmente los politólogos abordan en los medios de comunicación vienen determinados por aspectos coyunturales, y se encuentran tradicionalmente limitados a una parte de lo que el profesional de la ciencia política trabaja, como son los estudios de opinión pública y aspectos relacionados con las estrategias electorales (Proseps, 2019 y Sánchez Cuenca en Vallès 2020, p.9)

### 3. La emergencia de politólogos en los medios de comunicación en España

Conscientes del sentimiento extendido entre los politólogos de la escasa relevancia de sus aportaciones (Dato y Verzicelli, 2021), los estudiosos de la evolución de la disciplina han prestado especial atención a esta cuestión en las últimas décadas, especialmente, a partir del año 2008, momento en el que en Europa se empiezan a suceder una serie de crisis que suponen, a la par que un desafío, una oportunidad para que la ciencia política pueda mostrar a la sociedad la relevancia de su conocimiento (Ricci, 1984; Schram y Caterino, 2006; Holmberg y Rothstein, 2012; Flinders, 2013; John, 2013; Rogowski, 2013; Stoker *et al.*, 2015a, Dato y Verzicelli, 2021; Vallès, 2020).

Según Proseps (2019) en países como España y Grecia la crisis financiera de 2008 supuso un punto de inflexión en la visibilidad de los politólogos. Los efectos que la gestión de la crisis financiera tuvo en Grecia y España, se encuentran en la base de la crisis social y política que vivieron ambos países en esos años, llegando en ambos casos a una recomposición del sistema de partidos.

El fenómeno no fue igual en otros países europeos: para la mitad de los politólogos encuestados el impacto de su trabajo no ha cambiado después del 2009, mientras que para el 23% sí lo ha hecho. De entre estos últimos, el mayor porcentaje está representado por politólogos españoles, ya que el 75% de ellos declara que el impacto de su trabajo sobre debates/discusiones públicas ha aumentado desde 2009. Les siguen los politólogos griegos.

En el caso de España, la crisis económica, junto con la descomposición del sistema de partidos que le siguió y la crisis de confianza y de las instituciones, podrían estar en la base de una mayor demanda de análisis político en los medios de comunicación. (Sánchez Cuenca, en Vallès, 2020, p. 8). Así lo consideran también la totalidad de politólogos entrevistados para este trabajo. "Igual que los economistas explicaban la prima de riesgo, cuando se cuestiona el sistema político español, son los politólogos los que lo explican" (entrevista 11).

En este contexto, la mayor presencia de expertos en ciencia política en medios de comunicación responde a "un cambio tanto en el lado de la demanda como de la oferta" (entrevista 9). En cuanto a la demanda, hay que tener en cuenta que la crisis supone una importante repolitización de la población desde el 15M en adelante (Monge, 2017), "lo que obliga a los medios a una readecuación de su programación, prestando más atención a contenidos de carácter político como muestran programas como El Intermedio, Évole, etc." (entrevista 9). Por otro lado, desde la oferta, la reciente formación de expertos en ciencia política en un número relevante, así como el protagonismo que adquieren profesores de ciencia política que lideran la creación de Podemos, facilita la aparición de forma continuada y sistemática de expertos en ciencia política en programas de gran audiencia.

A todo esto, contribuyó también la aparición de espacios de divulgación creados por politólogos con el objetivo de fomentar el debate y la difusión. Es el caso de Politikon, que nace en 2010 como "el proyecto común de un grupo de académicos y profesionales independientes que se reunieron en 2010 con el fin de promover debates y políticas basados en el conocimiento de las ciencias sociales. El objetivo de Politikon es mirar la realidad desde una perspectiva analítica y avanzar propuestas para el progreso de la sociedad; es un punto de encuentro entre la academia, los medios y los ciudadanos, y un centro de promoción de políticas públicas. Politikon, que está constituido formalmente como asociación, es independiente y apartidista, y no está ligado a ninguna organización política, académica, empresarial ni sindical". En la misma línea apuntaba la aparición de Piedras de Papel, blog alojado en el periódico digital *eldiario.es* desde su creación en el año 2010. Por otro lado, y aunque no es exclusivo de la ciencia política, sino que abarca la pluralidad de ciencias sociales, en el año 2012 apareció el proyecto Agenda Pública, "web de análisis político y económico global, en español e inglés, elaborada por investigadores y analistas de las ciencias sociales en las universidades y centros de investigación", que ha tenido acuerdos de colaboración para la difusión de sus artículos con *El Periódico* y en la actualidad con el diario *El País*.

Por otro lado, en las entrevistas 1 y 5 se hace mucho hincapié en que en la emergencia de la politología en los medios de comunicación cumplió un papel especial la aparición del partido político Podemos, "actor participante" (Entrevista 6), en el que buena parte de sus líderes, además de tener presencia habitual en los medios, eran profesores de ciencia política. Eso dio, según su criterio, visibilidad y conocimiento a la disciplina y sus profesionales.

No obstante, y pese a coincidir en el diagnóstico de forma generalizada, en una de las entrevistas se apunta a que, aunque no hubiera existido esta crisis, la ciencia política habría empezado a tener presencia en el proceso de relevo generacional que se produjo en los medios debido a que por primera vez, comenzaba a

existir un número suficiente de politólogos formados, debido al tardío desarrollo de la disciplina en España. “El fenómeno se habría producido igual, aunque no se hubiera debilitado el bipartidismo. La cuestión era que en ese momento había politólogos y antes” (Entrevistado 8).

Cuestión distinta, que excede la capacidad de esta investigación, es analizar cómo ha evolucionado la presencia de politólogos en los medios de comunicación en la última década. Según apunta el entrevistado 13, “La expectativa no se ha cumplido del todo. Cuando ha pasado el tiempo y se han incumplido las promesas, la predisposición de la audiencia se ha reducido. Ahora hay menos predisposición por parte de los medios. (...) De hecho, hay menos politólogos ahora que hace diez años”. Esta afirmación bien podría ser objeto de otro análisis al respecto.

#### 4. La demanda actual de politólogos en los medios de comunicación en España

Para analizar la demanda actual que existe de politólogos en los medios de comunicación de ámbito nacional en España, se ha elaborado un cuestionado dirigido a directores y directoras de medios y/o de las secciones de opinión de los principales medios de comunicación de ámbito nacional. El 77,8% afirma que su medio solicita la colaboración de personas expertas en ciencia política de forma habitual, y un 22,2% de manera habitual. Existe, por tanto, una demanda de incorporación bastante general del análisis politológico a los medios.

En cuanto a los temas, las respuestas obtenidas se muestran en esta tabla:

Tabla 1. Temas en los que se demanda la presencia de politólogos.

<b>¿Me podría decir para qué temas suele contar mayoritariamente con politólogos tanto en piezas de análisis como de opinión?</b>
Tanto en cuestiones electorales como para analizar la actualidad política.
Fundamentalmente análisis de noticias nacionales e internacionales.
Fundamentalmente, temas políticos y, especialmente, electorales.
Para comentarios de acontecimientos políticos como debates, elecciones o decisiones judiciales que afectan al ámbito político.
Análisis de grandes cuestiones de actualidad, importancia de encuestas, reformas del sistema político o legislativas, estrategia política, populismos y desafección, movilización y voto joven, desigualdad.
Actualidad política y social.
Política, economía, libertades públicas, desigualdad, feminismo, demoscopia...
Para todos los temas relacionados con las políticas interior y exterior.
Política, conflictos y tendencias sociales actuales.

Como puede observarse, los temas demandados son amplios, transversales e incluyen múltiples aspectos que entran dentro del objeto de estudio de la ciencia política.

Sobre lo que los politólogos aportan en los medios de comunicación, existe disparidad de valoraciones. Desde los que sitúan el valor en los aspectos demoscópicos y electorales, hasta quienes valoran más la interpretación de acontecimientos políticos. Destaca la diferencia que se establece entre politólogos en función del prestigio, independencia, rigor y capacidad de comunicación que tenga.

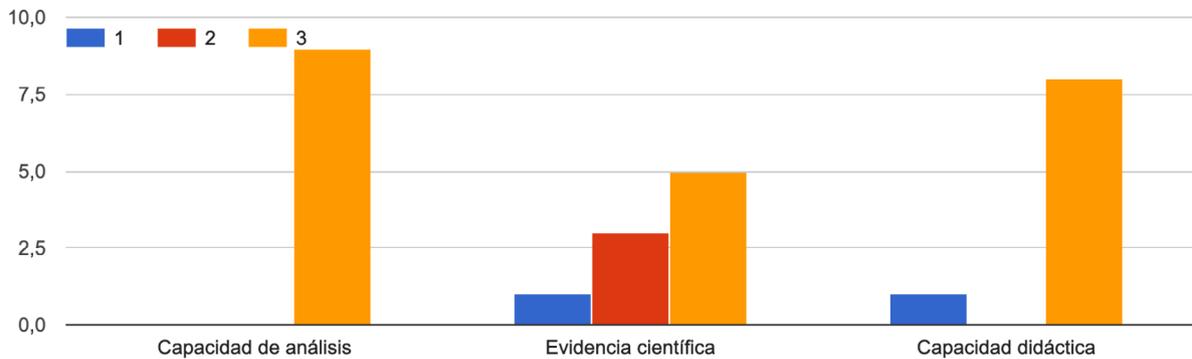
Tabla 2. Influencia de la participación de los politólogos respecto a otras personas expertas.

<b>¿Considera que la opinión o análisis de una persona experta en ciencia política tiene más influencia que la de otros profesionales? ¿En qué casos?</b>
No necesariamente. De hecho, salvo en los momentos en que hay elecciones, y en estos ocurre sobre todo con las encuestas, los expertos en ciencia política carecen de las habilidades necesarias para conectar con los lectores, atraer su atención y generar opinión.
Sí, de hecho, creo que hay momentos en los que el juicio experto requerido ha de ser necesariamente politológico.
En casos de análisis electorales.
Puede tenerla cuando aportan claves para leer e interpretar acontecimientos políticos y se busca una mirada más objetiva
Cuando el politólogo es de prestigio, independiente, tiene poso académico o investigador.
Depende de si son capaces de explicar y dar contexto a estrategias políticas en el día a día.
Depende de la persona y de si realmente es experta, a menudo los medios y las redes abusamos del término y llamamos expertos a personas, que podemos definir como todólogos en debates muy generales que rara vez aportan visiones más valiosas que la de un especialista en la materia. En otros casos su aportación es muy valiosa, sobre todo cuando parten de estudios rigurosos sobre comportamientos sociales.
Creo que sí, por su preparación y sus estudios.
En los ámbitos en los que se requieren sobre todo datos y estadística para fundamentar una opinión. También en los conflictos en los que es necesario salir de los marcos tradicionales de polarización.

Si se preguntan por las capacidades más valoradas, entre la capacidad de análisis, la aportación de evidencia y la capacidad didáctica, el conjunto de los periodistas que han respondido el cuestionario coinciden en señalar como más esperada la capacidad de análisis, seguido de la capacidad didáctica y, en tercer lugar, con puntuaciones distintas, la aportación de evidencia.

Figura 1. Capacidades más valoradas de la participación de los politólogos en los medios de comunicación.

Siendo 3 el valor más esperado y 1 el menos esperado, ordene las capacidades que espera encontrar en una persona experta en ciencia política cuando solicita sus servicios para su medio.



Fuente: elaboración propia.

De especial interés es la respuesta que aporta en otras observaciones una de las personas que contestaron al cuestionario: “En los últimos años los medios de comunicación tradicionales hemos abusado de esta figura y en ocasiones la previsibilidad de algunos analistas rebaja la calidad y el atractivo de los debates o la aproximación a un determinado fenómeno”, aspecto que se tratará más adelante.

## 5. La función de los politólogos en los medios de comunicación

Para analizar la función que los politólogos desempeñan en los medios de comunicación, de acuerdo con los aspectos subrayados por la literatura, se han seleccionado tres elementos, en torno a los cuales se han desarrollado las entrevistas semiestructuradas: identificar y describir el objetivo de los politólogos cuando intervienen en los medios de comunicación, analizar cuál es la aportación diferencial desde la disciplina y analizar la posición de los politólogos en la tensión objetividad-subjetividad.

### 5.1. Objetivo: contribuir a la mejora de la calidad del debate público

Entre los politólogos y politólogas entrevistados existe coincidencia en que una buena definición del rol que se juega en los medios de comunicación es contribuir a la mejora de la calidad del debate público en los asuntos que le son propios, si bien, como se señala en la entrevista 11, esto no es incompatible con que existan diversas motivaciones (económicas, de prestigio social, etc.). A partir de esta definición, el énfasis se pone en distintos aspectos.

Dato y Verzicelli (2021) identifican tres roles distintos que los politólogos pueden asumir en sus intervenciones en los medios de comunicación. Desde el “observador” que se limita a ilustrar al público sobre aspectos específicos de un tema, pasando por el “intermediario” que mantiene una postura neutral, pero ayuda a buscar puntos de encuentro, hasta el “partidista”, que apoya de forma explícita posiciones políticas o políticas específicas.

Para Vallés (2020, p. 166), el politólogo, para ser útil, puede jugar dos papeles: contribuir a la formación de la opinión ciudadana haciéndola consciente de la complejidad de las cuestiones sociopolíticas y las derivadas de posibles decisiones, e influir en la toma de decisiones públicas por parte de dirigentes políticos, “haciendo recomendaciones que eviten o reduzcan daños y que optimicen beneficios para quienes estén afectados por aquel problema” (Vallés, 2020, p. 140).

La primera función es reconocida por el conjunto de los entrevistados, muchos de los cuales, los que desarrollan su trabajo en el mundo académico, lo entienden como un caso de transferencia de conocimiento. “Un puente entre la universidad y la sociedad civil, un *win-win*” (entrevista 6), “La función principal es poner la universidad al servicio del debate público, hacer transferencia de conocimiento” (entrevista 5), “En la cultura anglosajona es lo apreciado, académicos que tienen la capacidad para transmitir su conocimiento en los medios de comunicación” (entrevista 8), “Nuestro objetivo es aportar claridad” (entrevista 9). En algunos casos, se añade la necesidad de disponer de capacidad de comunicación, en línea con lo demandado también por los periodistas que han respondido al cuestionario. “Lo que mejor se hace es traducir y hacer inteligibles conceptos de la ciencia política, pero no a todo el mundo le sale la traducción para medios” (entrevista 1). En este sentido, para algunos entrevistados, la participación de los politólogos en los medios de comunicación

entendida como la contribución a la formación de la opinión pública forma parte del compromiso de la disciplina. “La formación y el análisis forma parte de nuestra obligación y compromiso social” (entrevista 2), “Es una obligación porque si no alguien que sepa menos va a ocupar ese espacio y lo va a contaminar” (entrevista 4), “Cuanto más espectáculo dan los medios e intentan perfilar los directores en rings de boxeo, más valor diferencial aportamos con nuestros análisis” (entrevista 10), “alfabetizar en lo que es la democracia. La gente no sabía la diferencia entre un sistema presidencialista y uno parlamentario. Hay una labor de socialización de la opinión pública que consiste en describir qué es un sistema parlamentario, un sistema de partidos, etc.” (entrevista 15).

La segunda función señalada por Vallès, la de influir en los tomadores de decisiones políticas, implica que el politólogo tome iniciativas de comunicación y diálogo público de forma que convenga a los tomadores de decisiones políticas y al público en general, tanto de políticas concretas, como de la utilidad social de la disciplina (Dato, J.R; Verzicelli, L., 2021). Esta función ha sido nombrada de forma explícita y espontánea por los entrevistados 4 y 13.

Existe un tercer elemento que es mayoritariamente subrayado, el relativo al rigor y la solvencia de los argumentos y datos aportados, es decir, que dentro del papel que los politólogos desempeñan en los medios, es esencial aportar rigor. Así lo expresa el entrevistado 16. “Nuestra misión es la lucha contra el “es evidente” porque a lo que venimos es a justificar todas las afirmaciones que hacemos (documentarlas, argumentarlas...). Insistir en la necesidad de argumentar todo. Debemos, también, desmentir tópicos y simplismos, y por supuesto, matizar la caricatura; no podemos abonarnos a ella”. “Dar respuestas sólidas a preguntas relacionadas con la política”. “Basadas en datos, con un marco teórico detrás.” (entrevista 7).

Aparece también como positivo el rol de “intermediario”, destacando la importancia de ponerse en el lugar del otro, “Es bueno ver puntos en común de uno y otro”, así como la necesidad de mantener una actitud de crítica permanente “El politólogo no está para mantener una posición firme, sino para ser crítico y auto-crítico” (entrevista 3).

Finalmente, aparece también entre los entrevistados el objetivo de incorporar temas en la agenda como forma de aportar y enriquecer el debate público, si bien esto plantea dificultades en casos de formatos muy establecidos donde los temas a abordar vienen definidos por otros profesionales.

Hay que señalar, por otro lado, que la gran mayoría de politólogos que intervienen de manera frecuente en los medios de comunicación desarrollan su labor profesional en el ámbito universitario, lo que hace que su visión esté planteada desde este prisma. Sin embargo, para una de las personas entrevistadas que desarrolla su carrera profesional fuera de la academia, desde consultorías estratégicas o de comunicación, se aportan otros matices. “Yo no entiendo mi participación a través del conocimiento de ciencia política, sino a través de mi perspectiva de cultura general que me ha dado la ciencia política. No hago descripciones teóricas, sino que hablo desde mis experiencias y perspectivas. No tengo vocación de verdad universal” (entrevista 12).

Existe, por lo tanto, un importante grado de acuerdo en la comprensión de la función de los politólogos en los medios de comunicación como una contribución a la mejora de la calidad del debate público. Bajo esta afirmación, se enfatiza de forma mayoritaria la capacidad de aportar a la formación de la opinión pública y hacerlo con el rigor y solvencia que da la disciplina. En un plano menos reconocido por los entrevistados está también la influencia en los tomadores de decisiones políticas, así como la posibilidad de incorporar temas en la agenda pública. Se apunta, por otro lado, a una percepción distinta entre los politólogos que desarrollan su labor en el campo académico y quienes lo hacen en el ámbito privado.

## 5.2. La aportación diferencial de los politólogos en los medios de comunicación

La participación de politólogos junto a otros expertos de otras disciplinas obliga a preguntarse por el carácter diferencial que tienen los primeros. Este interrogante hay que entenderlo enmarcado en una tensión típica: “... En una democracia la política es cosa de todos, todo el mundo opina, pero a la vez tiene su complejidad, tiene sus reglas y hay que conocer un poco lo que pasa por debajo. Es importante que los politólogos aportemos rigor, comparaciones, análisis, etc.” (entrevista 11). De las entrevistas realizadas se desprenden una relación de elementos propios de la aportación de la ciencia política.

Por un lado, se alude a la capacidad para el análisis (entrevista 1, 2, 4, 5), algo que también se destaca en las respuestas recibidas de directores de opinión y/o de medios de comunicación. En este campo, se señala la importancia de aportar las categorías propias de la ciencia política “aportamos categorías que permiten hacer comparaciones y análisis en profundidad” (entrevista 1), y a las herramientas “poner la metodología al servicio de la comprensión de la sociedad” (entrevista 5). En la entrevista 4, se resume así: “La ciencia política es pasar de describir a explicar y de juzgar a analizar”.

Aparece también como algo diferencial aquello que constituye el objeto de estudio de la ciencia política: el poder (entrevistas 6 y 7). “Aportamos un análisis desde la perspectiva del poder, una contextualización desde ese prisma de la relación de poder y de fuerzas políticas”. No obstante, el estudio del poder no es algo exclusivo de la ciencia política, según el entrevistado 7, que señala: “Nuestro marco teórico también lo tienen los filósofos políticos, pero ellos están más en lo normativo”.

Junto al objeto de estudio, el poder, se alude también como algo diferencial de los politólogos a los temas propios de la disciplina. Se citan, fundamentalmente, asuntos relacionados con opinión pública o participación política (entrevista 5), coincidiendo también con la demanda que los periodistas expresan. Este hecho es objeto de crítica por algunos de los politólogos entrevistados, que consideran negativo para el conocimiento y prestigio de la disciplina el excesivo protagonismo que las cuestiones electorales o de opinión

pública tienen en los medios de comunicación, en detrimento de otros asuntos que también son objeto de estudio por parte de la ciencia política.

Otro aspecto diferencial al que se hace referencia es la capacidad para contextualizar. “Mirar la información coyuntural en un análisis más completo y con análisis en profundidad” (entrevista 1), “Los politólogos, igual que algunos otros académicos, tenemos una perspectiva temporal más larga” (entrevista 11), “tenemos una visión poliédrica” (entrevista 12), “Hacemos análisis de espectro más amplio, lo que sirve para disciplinar conceptualmente muchas dimensiones de la discusión, lo que contribuye a introducir bien el debate” (entrevista 15).

Se nombra también en repetidas ocasiones el tono y las formas como aportación diferencial de la ciencia política al debate público. “Cuando intervenimos nuestras formas no consisten en echar un argumento a la cara” (entrevista 3), “Al menos ahora hay una cuota de gente que busca la templanza y el rigor analítico” (entrevista 5), y otros entrevistados recuerdan los motivos señalados por Habermas al subrayar que “aportamos calidad al espacio de debate” (entrevista 10) y “rompemos los bloques” (entrevista 2).

Merece la pena prestar atención a un elemento señalado en la entrevista 16, en la que se advierte que nuestro trabajo opera sobre un modelo de lo que ha venido en llamarse pluralismo militante, donde cada medio está posicionado ideológicamente de forma explícita, por lo que nuestra función se vuelve más difícil conforme la crisis de los medios de comunicación fomenta formatos más pensados para el espectáculo que para la reflexión y el debate. Esto lleva incluso en el caso de la entrevista 13 a cuestionar que haya existido una aportación relevante de los politólogos en los medios. “No hemos aportado algo muy distinto. Cuando hemos tenido que participar en tertulias y medios audiovisuales nuestra participación se ha visto muy condicionada por el medio y no hemos sabido o podido superar ese condicionante”. Y añade: “No hemos conseguido evitar el sesgo del lector, especialmente del informado, que asume que todo el mundo que escribe lo hace con una orientación política”. Esto lleva a explicitar el dilema de la divulgación: La forma más efectiva de intentar evitar ese sesgo sería adoptando un discurso muy estricto y un formato científico en el planteamiento, algo que es contraproducente para la comunicación.

Finalmente, en una de las entrevistas, la 14, se aporta otro elemento diferencial en la capacidad para entender esferas distintas del espacio público. “Tenemos un conocimiento muy específico sobre las instituciones públicas que ayuda a desenmarañar el debate público. Somos partícipes del *backstage* de la política que los periodistas no tienen. Los periodistas hablan del lado oscuro, para nosotros no hay lado oscuro”.

Por lo tanto, y sin ánimo de exhaustividad, la capacidad de analizar con categorías y herramientas propias; la mirada desde el objeto de estudio de la ciencia política, el poder; la contextualización y perspectiva; el tono y las formas que configuran espacios de calidad, y la capacidad para entender la lógica de esferas distintas del espacio público son algunos de los elementos que los politólogos que participan habitualmente en los medios de comunicación señalan como diferenciales.

### 5.3. La tensión entre objetividad y subjetividad

La literatura especializada ofrece un debate sobre la posibilidad de la objetividad en la intervención de los politólogos en los medios de comunicación. En el mismo aparecen distintas cuestiones a valorar. En primer lugar, la cuestión de la objetividad. Para analizarlo, e inspirado en los roles que describen Dato y Vercizelli (2021) puede ser útil entender que el politólogo puede adquirir en sus intervenciones en los medios de comunicación posiciones que dibujan un *continuum* entre la actitud puramente objetiva como observador, la asunción de que existe una subjetividad sin que impida el análisis riguroso, o la actitud militante.

Entre los politólogos entrevistados, prevalece la idea de la existencia de una subjetividad inherente a toda persona de la que el politólogo no puede desprenderse, si bien se aportan elementos que ayudan a gestionar esta tensión entre objetividad y subjetividad. “No somos robots. No deberíamos ser previsibles. Hay que ser conscientes de que somos subjetivos, pero nunca partidistas” (entrevista 4), lo cual, se afirma en la entrevista 14, “No es un problema salvo que estemos ocultando lo que dicen los datos. Es imposible hablar sin adjetivos”. “Yo me siento más cómodo en el modelo en que tomo partido. Tengo mi ideología, valores, etc., y me aprovecho del conocimiento teórico para defender mis posiciones, las mejores razones a las que pueda acceder, pero no pretendo neutralidad. Somos muchas cosas” (entrevista 11).

Este aspecto se muestra de forma más clara entre los politólogos que no desarrollan su tarea profesional en el ámbito académico. “Voy más como ciudadano con compromiso cívico que como politólogo para compartir conocimiento. Hay que tener una relación de honestidad, pero a mí la ciencia política lo que me aporta es visión general y criterio. Me considero más un ciudadano con sesgo de interpretación que no con vocación de compartir conocimiento. No hay que ser sectario, pero voy con mis sesgos y eso me quita presión. Que mi subjetividad sea explícita” (entrevista 12). “Cuando voy a un medio va toda mi historia conmigo porque uno solo puede comprender la realidad comprendiéndose a sí mismo. A partir de ese momento miras la sociedad desde una perspectiva” (entrevista 14).

La necesidad de mantener el rigor como algo prioritario es defendida de forma explícita por los entrevistados 1 y 2, si bien subyace en todas las entrevistas. En otros casos, se hace más hincapié en la honestidad: “No creo en la objetividad, sino en la honestidad. Tenemos que poder decir honestamente lo que pensamos intentando impedir que nuestras filias y fobias nos nublen el juicio. Las claves son no mentir, evitar sesgos, pero, sobre todo, intentar evitar el error en el que han caído los economistas, hablar como si lo que dicen fuera incuestionable” (entrevista 8). “La clave está en la comprensión y explicación sin banalización, es decir, honestidad intelectual” (entrevista 9).

Para el entrevistado 13, “La diferencia está en la *auctoritas* académica que nos da la credibilidad. Esa *auctoritas* la da la regularidad, teniendo en cuenta que nos dirigimos a minorías bien informadas. También tiene que ver la trayectoria. En España se privilegia todavía la academia, aunque es un error. Muchas veces los académicos *full time* no son los mejor preparados para participar en la conversación pública. Los que van a los medios tienen que ser exploradores”.

La independencia es también aludida en diversas ocasiones. “Más que objetividad hay que hablar de que las opiniones estén fundadas. La clave es la independencia. Que no esté para proteger proyectos de unos u otros y no tenga miedo. No somos árbitros, pero lo que más genera rechazo es el partidismo. Lo que tiene valor es la crítica a los propios. ¿Cuál es el coste de tu independencia? Mínima” (entrevista 10).

Otros entrevistados van más allá y reflexionan sobre la imposibilidad de dicha objetividad por el propio objeto de estudio de la disciplina. “La ciencia política es reflexiva: cuando explicamos el mundo también lo estamos cambiando. Es ingenuo pensar que el politólogo no influye cuando está cambiando la realidad, pero esto no le resta objetividad. La política es contingencia y, por lo tanto, cambia. La duda y la curiosidad forman parte” (entrevista 6). “No existe la separación entre ciencia y valores en el mundo de la ciencia política. El marco de valores no se puede ocultar, pero dentro de tu marco de valores hay que tratar de ser objetivo y analizar todo con un fundamento teórico y empírico en la medida de lo posible” (entrevista 7). “Aunque fuera como científico también tengo mis sesgos que se ven en la forma en que me acerco al objeto de estudio” (entrevista 9).

Finalmente, en varias de las entrevistas se considera como positivo que los diferentes roles convivan. “Un científico social también puede ser un activista, tiene que haber de todo porque un debate público es como un ecosistema. Si solo hubiera uno de los roles estaríamos en un debate disfuncional” (entrevista 5). “Todos los modelos pueden convivir. Está muy bien que haya gente que busque la pureza y la neutralidad, pero sería empobrecedor que solo los primeros estuvieran en el debate público. También han de estar los comprometidos” (entrevista 11).

Se puede observar cómo los politólogos entrevistados entienden sus intervenciones en los medios de comunicación desde la subjetividad, si bien hacen hincapié en aspectos como el rigor, la honestidad, la independencia y la *auctoritas* que puede dar pertenecer a la Academia. Se encuentra aquí una diferencia entre quienes desarrollan su trabajo principal dentro del mundo académico y quienes lo hacen fuera, siendo estos últimos más partidarios de una actitud abiertamente militante sin que eso suponga menoscabo del rigor. No obstante, también se dan casos de politólogos académicos que dicen sentirse más cómodos en roles militantes. No hay, por tanto, una postura unánime, pero sí una coincidencia en la necesidad del rigor y la honestidad, junto con la imposibilidad de desprenderse de las subjetividades propias, así como la puesta en valor de la riqueza que supone que los distintos roles señalados convivan en el debate público.

## 6. Dos cuestiones clave de la relevancia: visibilidad e impacto

Visibilidad no es sinónimo de impacto (Proseps, 2019, Dato y Verzicelli, 2021). Incluso aunque se consideren presentes y visibles en el debate público, los politólogos sienten que tienen menos impacto que colegas de otras disciplinas como la economía, el derecho o la sociología. Si bien los datos que muestra Proseps (2019) para España en 2018 reflejan niveles similares de visibilidad y percepción de influencia, es una excepción en el ámbito europeo, donde de forma mayoritaria los politólogos encuestados manifiestan tener más visibilidad que capacidad de influencia. Esto es especialmente acusado en países como Suecia o Dinamarca, donde el porcentaje de politólogos que dicen tener bastante o mucha visibilidad en los debates públicos prácticamente duplica a quienes consideran que tienen impacto. A lo largo de las entrevistas realizadas para esta investigación se puede comprobar que en la actualidad no existe un consenso sobre el impacto de los politólogos en los medios de comunicación.

Conviene empezar por determinar qué significa visibilidad. Para Dato, JR y Verzicelli, L (2021), la visibilidad puede entenderse como “el grado de familiaridad de la opinión pública con el trabajo de los politólogos”. En este sentido, se pueden distinguir grados de visibilidad en función de su conocimiento por parte de la opinión pública, lo que vendrá a su vez determinado por su aparición más o menos frecuente en los medios de comunicación.

Cuestión distinta es el impacto, definida como la capacidad de influir en las decisiones de los responsables políticos (John 2013, Dato y Verzicelli, 2021), coincidente con la segunda función de la participación de los politólogos en los medios que señala Vallès (2021). En este sentido, los politólogos pueden ser intrascendentes cuando no tienen ninguna influencia; inspiracionales si inspiran o alimentan ideas de los formuladores de políticas, aunque no sean reconocidos directamente, o influyentes, cuando su contribución es efectivamente reconocida. (Dato y Verzicelli, 2021)

Para conseguir la influencia, se apuntan distintos elementos. Por un lado, que el conocimiento aluda a cuestiones socialmente relevantes, que se comunique de forma adecuada y que los destinatarios estén receptivos sobre el mismo (Vallès, 2021). La cuestión de la comunicación es subrayada de forma reiterada. Valga el ejemplo de Ricci (1984, 300) “cualquier conocimiento especial o percepción que adquieran los politólogos puede ser de máxima utilidad solo si se transmite a la sociedad como un elemento inteligible en el tipo de debate que los hombres libres siempre han llevado a cabo sobre los asuntos públicos”.

Sobre ambas cuestiones de la relevancia, visibilidad e impacto, se ha preguntado a los politólogos entrevistados para este trabajo. Si bien la gran mayoría asumen que hoy la ciencia política tiene visibilidad en los medios, hay otros que señalan la necesidad de medirlo y especialmente, de ver la evolución desde los últimos diez años (entrevista 13). A este respecto, el entrevistado 16 afirma que “Estamos mucho mejor de

los que estábamos hace 10 o 15 años. Ahora se nos identifica como politólogo. A esto contribuyeron mucho Pablo Iglesias y otros líderes de Podemos; sus intervenciones ayudaron a que se conociera la profesión”.

Preguntados por las causas de esta visibilidad, a las ya apuntadas anteriormente sobre la necesidad de un análisis más específico en momentos de cambio sociopolítico, se añade también al incremento de interés por la política y una mayor predisposición de los expertos en ciencia política para salir de su torre de marfil (entrevista 4).

Cuestión distinta es el impacto, que necesita, en primer lugar, ser definido. ¿Qué significa tener impacto? Si entendemos por tal el cumplimiento del objetivo definido como hipótesis y contrastado por la mayoría de entrevistados de “mejorar a la calidad del debate público”, las valoraciones generales son negativas, si bien no falta quien se pregunta (entrevista 4), por el contrafactual, es decir, cómo estaría el debate público si la ciencia política no hubiera tenido la presencia que tiene. En este sentido, algunas personas entrevistadas hacen hincapié en el tono. “La participación de los politólogos no contribuye a la polarización, no contribuye a espacios de ánimo de agresividad, etc. A mí me comentan cosas que tienen que ver más con el voto y el estado de ánimo que sobre el contenido” (entrevista 12).

Existe también una tercera visión que contesta que “Impacto tenemos regular, porque mientras hablamos nosotros no hablan otros, pero esto se construye poco a poco. Algo hemos influido, pero no hemos sido revolucionarios” (entrevista 5). En esta misma línea, en las entrevistas 13 y 9 se apunta que si no se ha influido más es porque no se tiene una presencia suficientemente amplia que permita una identificación colectiva, sino figuras individuales, lo que hace que la capacidad de influencia sea limitada.

Mayor acuerdo existe sobre la idea de que los expertos en ciencia política están teniendo impacto a la hora de difundir en el debate público conceptos propios de la disciplina (entrevista 4, 8, 9), especialmente en momentos electorales (entrevista 14).

Por otro lado, se considera que el impacto se tiene sobre los propios periodistas, que ahora manejan más y mejores conceptos de la ciencia política (entrevista 11), sobre audiencias informadas (entrevista 13), o sobre élites y creadores de opinión (entrevista 6, 9). Es decir, el impacto no estaría en la población en general, sino en aquellos con mayor grado de interés e información sobre aspectos políticos.

También se matiza según los temas, señalando que hay impacto en los análisis electorales (entrevista 7), aunque con poca capacidad predictiva, pero no tanto en el conocimiento de las instituciones, la democracia, etc. Esta consideración encaja tanto con la percepción sobre el protagonismo de análisis demoscópicos y electorales en las intervenciones en los medios, como con las demandas que los periodistas identifican de forma más clara.

Cuestión distinta es el impacto de los politólogos que, tras su aparición en medios de comunicación, se han convertido en líderes políticos, cuyo impacto es indiscutible, como afirma el entrevistado 5.

Varios entrevistados plantean la duda de cuánto impacto se puede tener en el momento de crisis múltiples y “un progresivo deterioro de los medios de comunicación” (entrevista 8), y buena parte coinciden en las restricciones que el propio formato de los medios impone y que limita el impacto (entrevista 13).

Finalmente, hay quien no se muestra partidario de tener más impacto. “¿Qué cuota nos debería corresponder? Hay un mínimo y un máximo: no se puede cargar la conversación pública de politólogos, no deberíamos acaparar. Hubo un momento en que parecía que era necesario que hubiera un politólogo de guardia. Eso no nos hizo ningún bien porque nuestro conocimiento es muy técnico y hay que protegerlo frente a la banalización. No encaja en la información espectáculo, salvo que opere como un *Deus ex machina*. Ahora la situación está más equilibrada” (entrevista 15).

## 7. Recomendaciones para mejorar el impacto

A los politólogos entrevistados se les preguntó por recomendaciones que ayuden a mejorar el impacto de las intervenciones en los medios de comunicación en caso de que se crea necesario. El conjunto de las respuestas dar lugar a esta sistematización:

1. Mejorar la predisposición de los politólogos para participar en el debate mediático.  
Un primer elemento para aumentar la presencia de politólogos en los medios es la predisposición de estos. Según identifican algunos de los entrevistados, existen barreras de inseguridad y de falta de habilidades que se podrían suplir con formación específica, si bien hay otras que tienen que ver con el planteamiento del sistema académico. “Hay colegas que cuando acuden a los medios están más pendientes de lo que les vayan a decir en su departamento que de cómo va a llegar el mensaje a ese *target*: hay cierto miedo a la reacción en el ámbito académico” (entrevista 5).
2. Disponer de formación específica y adecuada.  
Varios entrevistados (4, 9, 13), constatan la necesidad de una formación específica para la divulgación que ayude a vencer barreras y que dé herramientas para comunicar de forma más clara y con mayor impacto sin renunciar al rigor. “Nosotros tenemos que aprender los códigos de cada medio: reducir la jerga y aumentar la concreción” (entrevista 4). No obstante, como se señala en la entrevista 16, “Hay que aprender unas técnicas; el artículo de prensa exige una técnica, pero aprendemos practicando, sobre todo cuando los formatos son estrictos, como los artículos cada vez más breves”.
3. Contar con espacios intermedios de debate y relación entre politólogos.  
En varias entrevistas se señala la necesidad de crear espacios de encuentro, debate y *networking* entre los politólogos más activos en los medios de comunicación como forma de compartir y

desarrollar debates como los que aquí se han ido identificando, así como poder extender la red de expertos en ciencia política que intervienen de forma habitual en el debate público.

En este sentido, en la entrevista 16 se propone crear algún tipo de “Boletín, *newsletter*, aunando formatos de difusión y divulgación. En UK había un boletín de ciencia política sobre temas de actualidad y reseñas de novedades bibliográficas. También la American Political Science Association tiene algo similar”.

4. Desarrollar una estrategia común y pensada.  
La confirmación de que el objetivo de la participación de politólogos en medios de comunicación es mejorar la calidad del debate público lleva a algunos entrevistados (7, 8, 9, 10) a proponer desarrollar una estrategia común donde se definan, por ejemplo, los límites: “El formato de los medios es un formato para transmitir valores pero deberíamos tener claro que hay cosas que no deberíamos hacer o decir” (entrevista 7), así como los criterios mínimos que tiene que cumplir un espacio mediático para participar en él: “Nos falta red: somos lobos solitarios, pero nos faltan instituciones intermedias que ayuden y que nos sirva para formar, analizar, mesurar, etc. Nadie nos forma para hacer esto y remar en la misma dirección” (entrevista 9).  
En este sentido, se aporta la conveniencia de contar con iniciativas ya existentes en esta línea como el blog *Piedras de Papel*, o la experiencia de *Agenda Pública* y *Politikon*, (entrevista 16), en aras de analizar y aprender de la experiencia.
5. Fomentar instituciones intermedias.  
En comparación a lo que ocurre en otros países, varios entrevistados aluden a la necesidad de disponer en España de “*think tanks*, instituciones intermedias donde se hace un trabajo a medio camino de lo académico y lo periodístico. *Policy papers* o similares con evidencia empírica. Ahí hay un déficit en ese sentido” (entrevista 11).
6. Encontrar espacios propios e influir en los contenidos de las secciones habituales.  
En la entrevista 5 se plantea la conveniencia de disponer de espacios de mirada de amplio espectro, alejados de las emergencias cotidianas, que permitan ejercicios de mayor profundidad. No obstante, se manifiestan dudas sobre si estos espacios lo serían para grandes audiencias o de carácter minoritario.  
En otro caso, se apunta también la necesidad de formar parte de las direcciones de las secciones de opinión, en contenidos de un informativo, la dirección de un programa, etc. “No consiste solo en ser jugador, sino en poner el marco” (entrevista 12).
7. Incorporar la ciencia política al análisis de políticas públicas en medios de comunicación.  
Uno de los entrevistados reflexiona sobre la “concentración casi exclusiva de intervenciones en el lado *input* de la política y la inhibición en el lado *output*”. Como se ha reflejado en varios apartados, son habituales –en ocasiones se califican como excesivos– los comentarios sobre instituciones, partidos, elecciones, etc. Sin embargo, “no se nos pide y no intervenimos apenas en el análisis y comentario sobre la definición y evaluación de políticas sectoriales: fiscal, laboral, educativa, sanitaria, urbanística... que dejamos en manos de economistas, sociólogos, psicólogos, etc.” (entrevista 15). Se aportan algunos ejemplos: “¿Qué puede decir la ciencia política sobre la gestión de la COVID-19 para reaccionar mejor ante la previsión de futuras pandemias? ¿Qué puede decir la ciencia política sobre el sistema público de pensiones y el debate abierto sobre el asunto? ¿Qué puede decir sobre la definición de la política penal aplicada a los delitos de agresión sexual y la controversia sobre cambios legales y sus efectos reales?”.

## 8. Conclusiones

Los cambios sociales y políticos derivados de la crisis financiera de 2008 generaron una mayor necesidad de entender lo que estaba ocurriendo y los efectos que podrían derivarse sobre las dinámicas sociales e institucionales. Esto provocó una mayor demanda de análisis de politólogos en los medios de comunicación, que se ha extendido hasta nuestros días. Hoy es habitual que los principales medios de ámbito nacional, tanto prensa como radio y televisión, cuenten con politólogos de manera permanente, en especial para cuestiones relativas a opinión pública y procesos electorales, si bien sus análisis se extienden al conjunto de temáticas políticas y sociales. Este hecho contrasta con la escasa literatura y evidencia al respecto, carencia que podría ser suplida con la apertura de futuras líneas de investigación.

Una primera mirada a la luz de las respuestas obtenidas de los directores de medios o de los responsables de las secciones de opinión de estos indica que cuando demandan la presencia de expertos en ciencia política, valoran de forma principal la capacidad de análisis y de comunicación, y de forma más secundaria la aportación de evidencia científica. No obstante, para corroborar estas ideas, sería necesario profundizar más en la investigación sobre lo que los medios de comunicación de carácter generalista demandan de los expertos en ciencia política.

A la hora de analizar las funciones que los propios expertos consideran tener cuando intervienen en los medios de comunicación, parece detectarse un acuerdo en que la principal función de los politólogos en sus intervenciones en medios de comunicación de ámbito nacional generalistas tiene como objetivo mejorar la calidad del debate público. En unos casos esta labor es entendida como transferencia de conocimiento, mientras que, en otros, más alejados de la Academia, se valora la perspectiva propia de la ciencia política como una herramienta que ayuda al análisis. Junto a esta función de difusión y alfabetización en cuestiones

políticas, se sitúan también la de influir en los tomadores de decisiones políticas y la de intermediación entre posiciones diversas para la búsqueda de acuerdos o posibles salidas a un conflicto.

Es la perspectiva de análisis, el objeto de estudio de la ciencia política —el poder—, y el tono de análisis riguroso, lo que los politólogos que participan de forma habitual en los medios de comunicación aportan de forma diferencial a otros expertos o a los periodistas. En esta materia parece abrirse una cierta diferencia entre aquellos politólogos que realizan su labor en la Academia y aquellos otros que trabajan en el sector privado en funciones de consultoría o empresas demoscópicas, asunto que requeriría mayor análisis en futuras investigaciones. En lo que coinciden todos los expertos entrevistados es en que, conscientes de la imposibilidad de prescindir de la subjetividad en cualquier análisis, manifiestan un claro compromiso con el rigor y la honestidad tanto si adoptan roles de observadores, como si lo hacen de intermediarios o militantes.

Cuestión diferente es la relevancia que la participación de los politólogos tiene en los medios de comunicación. Si bien existe una percepción generalizada de que existe una notable visibilidad, fundamentalmente a partir de los efectos acarreados por la crisis de 2008 sobre la sociedad y la política, la discrepancia es mayor cuando se intenta valorar el impacto, empezando por la ausencia de una definición compartida de lo que significa ese impacto, sobre quién se impacta y cómo habría de medirse. Se abre aquí una enorme oportunidad para futuras investigaciones con el objetivo de determinar qué se entiende por impacto, si hay uno o más tipos de impacto, sobre quién se ejercen y cómo se miden.

La formación que ayude a una mayor predisposición a la participación en los medios, la creación de espacios intermedios donde poder compartir análisis de temas de actualidad y reflexiones sobre el papel de los politólogos en esas intervenciones, así como la elaboración de estrategias compartidas, la asunción de responsabilidades dentro de los propios medios de forma que se pueda influir en el marco y la agenda, y la incorporación de debates sobre políticas públicas, son algunas de las recomendaciones que los expertos entrevistados han planteado para incrementar su impacto.

En las entrevistas realizadas a politólogos y politólogas que intervienen de forma habitual en medios de comunicación generalistas de ámbito nacional no se detectan diferencias significativas por edad ni género, si bien sí se pueden apreciar perspectivas distintas entre quienes desarrollan su actividad profesional principal en el ámbito académico y quienes lo hacen en el sector privado. Esta posible diferenciación bien puede ser objeto de futuras investigaciones.

Profundizar en el estudio de la aportación que hacen los expertos en ciencia política en los medios de comunicación, tanto en el ámbito aquí estudiado —colaboraciones asiduas en medios generalistas de ámbito nacional— como en los medios locales y en la comunicación en redes sociales e internet, puede abrir una vía de mejor comprensión del sentido de la disciplina y de lo que puede aportar a la sociedad actual, así como ayudar a mejorar el fin último que se persigue, que según apuntan todos los expertos entrevistados, no es otro que el de mejorar la calidad del debate público.

## 9. Bibliografía

- Agenda Pública (2021): Blog en *El País*. Disponible en: <https://agendapublica.elpais.com/> [Consulta: 10 de mayo de 2023]
- Alonso, L. E. (1994): "Sujeto y Discurso: El lugar de la entrevista abierta en las prácticas de Sociología cualitativa", en J. M. Delgado y J. Gutiérrez, coords., *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*, Madrid, Síntesis, pp. 225-240.
- Capano, G. y L. Verzichelli (2023): "European Political Science: The Magnitude, Heterogeneity and Relevance of a Divided Discipline", en Capano, G. y L. Verzichelli, *The Fate of Political Scientists in Europe*, Cham Switzerland, Palgrave Macmillan, pp. 1-35. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-24643-2\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-031-24643-2_1)
- Flinders, M. (2013): "The Tyranny of Relevance and the Art of Translation", *Political Studies Review*, 11(2), pp. 149-167.
- Holmberg, S. y B. Rothstein, eds. (2012): *Good Government: The Relevance of Political Science*, Cheltenham, Edward Elgar.
- Jacquemain, M. (2009): *Quelques considérations sur le rôle des politologues dans le débat public*, Lieja, Instituto de Ciencias Humanas y Sociales Universidad de Lieja. Disponible en: <https://lc.cx/ILITir> [Consulta: 05 de mayo de 2023]
- Jerez, M. y J. Luque (2016): "Treinta años de Ciencia Política en España: profesionalización, expansión y ajuste", *Revista Española de Ciencia Política*, 40 (marzo), pp. 179-215.
- John, P. (2013): "Political Science, Impact and Evidence", *Political Studies Review*, 11(2), pp. 168-173.
- Monge, C. (2017): *15M: Un movimiento político para democratizar la sociedad*, Zaragoza, PUZ.
- Ortí, A. (1998): "La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: La entrevista abierta semidirectiva y la discusión de grupo", en M. A. García Ferrando, J. Ibáñez y F. Alvira, comps., *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*, Madrid, Alianza, pp. 171-203
- VV. AA. (2012): *Piedras de Papel*, blog en [eldiario.es](http://eldiario.es). Disponible en: <https://www.eldiario.es/piedrasdepapel> [Consulta: 03 de mayo de 2023]
- VV. AA. (2010): *Politikon*. Disponible en: <https://politikon.es/> [Consulta: 03 de mayo de 2023]
- VV. AA. (2019): "Working Groups Reports (Professionalization and Social Impact of European Political Science)", en *Proseps*, Disponible en: [www.proseps.unibo.it](http://www.proseps.unibo.it) [Consulta: 25 de abril de 2023]
- Real-Dato, J., J. Rodríguez-Teruel, E. Martínez-Pastor et al. (2022): "The triumph of partisanship: political scientists in the public debate about Catalonia's independence crisis (2010-2018)", *Eur Polit Sci*, 21, pp. 37-57. <https://doi.org/10.1057/s41304-021-00341-x>

- Real-Dato, J. y L. Verzichelli (2022): "In search of relevance: European political scientists and the public sphere in critical times", *Eur Polit Sci*, 21, pp. 1-16. <https://doi.org/10.1057/s41304-021-00335-9>
- Rogowski, R. (2013): "Shooting (or Ignoring) the Messenger", *Political Studies Review* 11(2), pp. 216-221.
- Sánchez-Cuenca, I. (2016): *La desfachatez intelectual. Escritores e intelectuales ante la política*, Madrid, Los libros de la Catarata.
- Schram, S. F. y B. Caterino, eds. (2006): *Making Political Science Matter: Debating Knowledge, Research, and Method*, New York, New York University Press.
- Stoker, G., B. G. Peters y J. Pierre, eds. (2015): *The Relevance of Political Science*, Basingstoke, Hampshire, Palgrave Macmillan.
- Dionne, K., H. Farrell y J. Lados (2022): "It's been a great nine years for TMC political science analysis", *The Washington Post*, 31 de diciembre. Disponible en: [https://www.washingtonpost.com/politics/2022/12/31/tmc-political-science-politics-explainer/?utm\\_source=twitter&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=wp\\_monkeycage](https://www.washingtonpost.com/politics/2022/12/31/tmc-political-science-politics-explainer/?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_campaign=wp_monkeycage) [Consulta: 01 de mayo de 2023]
- Vallès, J. M. (1991): "Political Science in Spain, 1960-1990: the unfinished history of its coming of age", *European Journal of Political Research*, 20 (3-4), pp. 431-444.
- Vallès, J. M. (2020): *¿Para qué servimos los politólogos?*, Madrid, Los libros de la Catarata.

## 10. Anexo I: Politólogos entrevistados

Nombre y apellido	Filiación	Medio de comunicación de colaboración habitual	Año de nacimiento
Antón Losada	Profesor de Ciencia Política en la Universidad de Santiago de Compostela.	Colaborador habitual en la cadena SER y TVE.	1966
Fernando Vallespín	Catedrático de Ciencia Política en la Universidad Autónoma de Madrid.	Colaborador habitual en <i>El País</i> .	1954
Francisco Camas	Director de investigación en la división de opinión pública en Ipsos, profesor contratado doctor en el IEB.	Colaborador habitual en RTVE y RNE.	1986
Ignacio Sánchez Cuenca	Profesor de Ciencia Política en la Universidad Carlos III.	Colaborador habitual de <i>El País</i> , <i>Infolibre</i> y <i>Ctxt</i> .	1966
José Ignacio Torreblanca	Profesor de ciencia política en la UNED y presidente de ECFR	Colaborador habitual de TVE, RNE, <i>El Mundo</i> y presidente de ECFR.	1968
José Pablo Ferrándiz	Director de opinión pública y estudios políticos de Ipsos y profesor asociado de Ciencia Política de la Universidad Carlos III.	Colaborador habitual de TVE, <i>El Periódico de España</i> y <i>La Vanguardia</i> .	1971
Josep María Vallès	Catedrático emérito de Ciencia Política y de la Administración en la Universidad Autónoma de Barcelona.	Colaborador habitual en <i>El País</i> .	1940
Juan Rodríguez Teruel	Profesor de Ciencia Política en la Universidad de Valencia.	Colaborador habitual de <i>El País</i> y <i>Agenda Pública</i> .	1974
Lluís Orriols	Profesor de Ciencia Política de la Universidad Carlos III.	Colaborador habitual de <i>La Sexta</i> y TVE.	1977
Manuel Villoria	Catedrático de Ciencia Política en la Universidad Rey Juan Carlos.	Colaborador habitual de TVE.	1957
Mariam Martínez Bascuñán	Profesora de Ciencia Política de la UAM.	Colaboradora habitual en <i>El País</i> y la SER. De 2018 a 2020, dirigió la sección de opinión de <i>El País</i> .	1979
Nacho Corredor	Socio de BeBartlet.	Colaborador habitual en la cadena SER y <i>La Sexta</i> .	1990
Pablo Simón	Profesor de Ciencia Política de la Universidad Carlos III.	Colaborador habitual de <i>La Sexta</i> , TVE, RNE y cadena SER.	1985
Ruth Ferrero	Profesora de Ciencia Política en la Universidad Complutense de Madrid.	Colaboradora habitual de <i>El Periódico</i> , RNE y <i>La Sexta</i> .	1972
Verónica Fumanal	Consultora de comunicación política.	Colaboradora habitual de la cadena SER, TVE y Cuatro	1982
Víctor Lapuente	Catedrático de Ciencia Política en la Universidad de Göteborg.	Colaborador de <i>El País</i> , cadena SER y presidente de Foro de foros.	1976

## **11. Anexo II: Medios de comunicación a cuyos directores de opinión o asimilados se les ha remitido el cuestionario**

- ABC
- Antena 3
- Cadena SER
- *El confidencial*
- *El Mundo*
- *El País*
- Eldiario.es
- *Infolibre*
- La Sexta
- *La Vanguardia*
- Onda Cero
- RNE
- TVE

