

Historia y comunicación social

ISSN: 1137-0734

<http://dx.doi.org/10.5209/hics.72914> EDICIONES
COMPLUTENSE

La dimensión comunicativa de los gobiernos autonómicos de coalición en España (1987-2019)

Alejandro Ferrández-Mas¹; Paulo Carlos López-López²; Nieves Lagares Díez³

Recibido el: 9 de diciembre de 2020. / Aceptado: 14 de enero 2022

Resumen. El presente estudio describe los elementos comunicativos presentes en 48 gobiernos autonómicos de coalición en España a partir del análisis de los acuerdos coalicionales suscritos entre los distintos partidos. Para ello, se ha elaborado un instrumento de 14 categorías que integra aspectos orgánico-funcionales, así como analiza la presencia o no de patrones estandarizados de reparto de competencias, políticas de comunicación, normas de coordinación o gestión de conflictos. Los resultados revelan gobiernos con estructuras comunicativas concentradas, verticales y no compartidas entre los socios de la coalición, sin protocolos de comunicación, con una presencia desmedida del socio mayoritario y donde solo se observan diferencias sustanciales cuando este actor es un PANE o un PAE.

Palabras clave: gobiernos de coalición; España; gobiernos autonómicos; comunicación política; análisis de contenido.

[en] The communicative dimension of the regional coalition governments in Spain (1987-2019)

Abstract. This study describes the communicative elements present in 48 autonomous coalition governments in Spain based on the analysis of the coalitional agreements signed between the different parties. For this, has been developed an instrument of 14 categories that integrates organic-functional aspects, as well as analyzes the presence or absence of standardized patterns of distribution of competences, communication policies, coordination norms or conflict management. The results reveal governments with concentrated, vertical and non-shared communication structures between the coalition partners, without communication protocols, with an excessive presence of the majority partner and where substantial differences are only observed when the majority partner it is a state party or a regional party.

Keywords: coalition governments; Spain; regional governments; political communication; content analysis.

Sumario: 1. Introducción y estado de la cuestión. 1.1. Comunicación política, comunicación institucional y comunicación de gobierno. 1.2. Actores comunicativos del gobierno de coalición: emisores, receptores y gabinete de comunicación. 2. Materiales y métodos. 3. Análisis de resultados (1987-2019). 3.1. Comunidades autónomas. 3.1.1. Socio de gobierno que ejerce la portavocía. 3.1.2. Dependencia orgánica de la Dirección General / Secretaría de Comunicación. 3.1.3. Socio de gobierno a cargo de la Dirección General / Secretaría de Comunicación. 3.1.4. Indicadores generales políticos y comunicativos. 3.2. Eje ideológico de la Presidencia. 3.2.1. Socio de gobierno que ejerce la portavocía. 3.2.2. Dependencia orgánica de la dirección general / secretaria de comunicación. 3.2.3. Socio de gobierno a cargo de la Dirección General / Secretaría de Comunicación. 3.3. Variable geográfica de la Presidencia. 3.3.1. Socio de gobierno que ejerce la portavocía. 3.3.2. Dependencia orgánica de la Dirección General / Secretaría de Comunicación. 3.3.3. Socio de gobierno a cargo de la Dirección General / Secretaría de Comunicación. 3.4. Presencia de los nuevos partidos en el gobierno. 3.4.1. Socio de gobierno que ejerce la portavocía. 3.4.2. Dependencia orgánica de la Dirección General / Secretaría de Comunicación. 3.4.3. Socio de gobierno a cargo de la Dirección General / Secretaría de Comunicación. 4. Conclusiones. Bibliografía.

Cómo citar: Ferrández-Mas, A.; López-López, P. C.; Lagares Díez, N. (2022) La dimensión comunicativa de los gobiernos autonómicos de coalición en España (1987-2019), *Historia y comunicación social* 27(1), 119-132.

¹ Comunicación Ayuntamiento de Crevillente.
Email: alejandroferrandez97@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1773-0216>

² Universidad de Santiago de Compostela.
Email: paulocarlos.lopez@usc.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8101-7976>

³ Universidad de Santiago de Compostela
Email: mnieves.lagares@usc.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5304-0581>

1. Introducción y estado de la cuestión

Los gobiernos de coalición en la España autonómica no han sido una novedad de los últimos procesos electorales, sino que son una constante que se ha dado especialmente en aquellas Comunidades Autónomas en donde nunca o casi nunca se ha producido una mayoría absoluta (Reniu, 2014). El modelo multinivel de un Estado de carácter compuesto como es el español y la existencia de las llamadas “España electorales” (Lagares y Oñate, 2019), con los distintos partidos y subsistemas de partidos, genera la necesidad de acuerdo entre los actores políticos en liza. Hasta el año 2015 existieron un total de 234 gobiernos autonómicos, de los cuales más de un 40% se han desarrollado mediante mecanismos coalicionales de dos o más partidos, muy en la línea de otras experiencias en el ámbito europeo (Loughlin, Hendriks y Lidström, 2012). Las elecciones autonómicas de los años 2018 y 2019, así como las generales de ese mismo año y la consiguiente coalición entre PSOE y Unidas Podemos (Ridao, 2020; Sotillos, 2020) promueve la normalización y nuevas experiencias de gobierno en espacios no tan acostumbrados a ello.

El estudio de los gobiernos de coalición en España, si bien se ha intensificado en la última década, cuenta con una interesante literatura previa: aquella que los analiza comparándolos con el apoyo parlamentario en base a la relevancia del marco institucional y del contexto para escoger una u otra opción (Salom, 2003) o con distintos resultados en cuanto a producción legislativa (Calvet Crespo, 2003). En este sentido, el optar por gobiernos minoritarios en España se regiría como solución racional desde la perspectiva multidimensional de la competición política (Reniu, 2001). También han sido relevantes aquellos trabajos con especial énfasis en los PANE, su caracterización, tipología y las particulares relaciones entre el PSOE y el PSC que afectan al funcionamiento de los gobiernos coalicionales autonómicos y su influencia en el gobierno estatal (Barrio et al, 2010).

En la actualidad, las investigaciones sobre los gobiernos de coalición en España se abordan, fundamentalmente, desde tres líneas: a) a partir del funcionamiento, negociación y construcción de mayorías de los gobiernos minoritarios, diferenciando partidos estatales y partidos de ámbito no estatal (Field, 2016), así como otros aspectos que definen un marco general de conformación de un gobierno de coalición a través del pacto y el acuerdo (Matas, 2015; Reniu, 2013); b) desde los aspectos comunicativos comprendiendo que la comunicación es una de las problemáticas más relevantes en los gobiernos coalicionales: tanto en las pautas de funcionamiento internas como en su dimensión externa o estratégica (Ridao, 2016), además de su relación con el sistema mediático (López-López, 2016); c) finalmente, desde su rendimiento electoral (Reniu, 2016).

Estas dimensiones coinciden con la literatura científica anglosajona, mucha más prolífica sobre este tipo de gobiernos, donde la reconciliación de dos lógicas en competencia que se trasladan a la dimensión comunicativa (la necesidad de demostrar unidad para gobernar juntos, pero también la necesidad de enfatizar su propio perfil para ganar las elecciones) se configura como un interesante elemento añadido (Adolphsen, 2014; Sagarzazu y Klüver, 2017). De igual forma, cabe destacar la obra *Coalition Government and Political Communication* (Martin y Vanberg, 2008), en la cual los autores parten de la premisa de que los distintos socios de un gobierno de coalición utilizan el debate parlamentario para, desde su propio grupo, intentar marcar su posición política y labrarse un perfil propio que los distinga de su socio. Mediante un análisis de las sesiones plenarias de los parlamentos alemán y neerlandés, Martin y Vanberg llegaron a la conclusión de que a medida que se acercan las elecciones los distintos socios de la coalición intensifican de manera pronunciada el debate en torno a aquellos temas en los que existen divergencias entre ellos. Por otra parte, Sagarzazu y Klüver (2017) ahondan en el estudio de la comunicación de los gobiernos de coalición mediante el análisis de la divergencia en cuanto a *issues*, así como en el contenido de las notas de prensa emitidas por los distintos socios del gobierno alemán entre los años 2000 y 2010. En él, se observa cómo existe una mayor divergencia en cuanto a las políticas y temas que cada uno de los partidos comunica a sus electores a través de la prensa al inicio y al final del ciclo electoral, siendo el momento central de la legislatura aquel en el que los partidos que integran la coalición dedican sus esfuerzos en poner en práctica y comunicar la agenda común del gobierno mientras que, por otra parte, durante el inicio inmediato de la legislatura y su final se centran en transmitir su agenda propia.

El presente trabajo se abordará desde el ámbito de la comunicación política (Ridao, 2016), intentando conocer mejor la forma en la que se componen y funcionan los gobiernos de coalición autonómicos a nivel comunicativo y tomando como base parte de esta literatura previa.

1.1. Comunicación política, comunicación institucional y comunicación de gobierno

La comunicación de un gobierno se comprende epistemológicamente desde el vértice institucional de la Comunicación Política, espacio en el que partidos, medios y ciudadanos dialogan en el espacio público (Wolton, 1997) pero con unas características específicas (López-López y Puentes-Rivera, 2016): aquellas que conjugan el mensaje del “día a día” político con el objetivo del mensaje estratégico con una dimensión a medio plazo, consistente en la generación de marcos y consensos sociales sobre una determina forma de gestión; y otras que indican (Ridao, 2016) que los gobiernos comparten estrategias a la hora de trabajar con el control de

la información y en la relación con los medios de comunicación. No obstante, esta comunicación de gobierno también se inscribe en el aparataje conceptual de la comunicación institucional, en donde no solamente se define la estructura orgánico-funcional de una institución (a partir del gabinete de comunicación), sino también en la concreción de los aspectos políticos del mensaje del gobierno y en su relación con los públicos. La concepción de la comunicación institucional, ligado al de las relaciones públicas, se entiende, principalmente, desde la gestión de la comunicación interna, externa y estratégica de la organización, estableciendo un marco de relación con los distintos actores (Cornelissen, 2008; Rodrich Portugal, 2012), en especial con los medios.

En base a estos últimos, la relación se basa en cuatro estrategias: la cesión de información, la ocultación de información, la escenificación política y la comunicación persuasiva. En primer lugar, la cesión de la información trata de adecuar las comunicaciones de la institución o del partido de gobierno a los criterios de noticiabilidad fomentando una estabilización de las relaciones con los medios de comunicación. La ocultación selectiva de información utiliza técnicas como la neutralización de informaciones negativas que afecten al gobierno, la confusión, las filtraciones intencionadas a la prensa o las sesiones *off the record*. Respecto a la escenificación política, esta se basa en los *briefings* y ruedas de prensa, en los actos o en los discursos políticos. Por otra parte, la comunicación persuasiva que se ejerce desde las instituciones hace referencia al uso más ejemplificado del lenguaje publicitario (Graber, 1992). Partiendo de esta base, las instituciones públicas y los gobiernos deciden qué información se ha de transmitir a los medios, cuándo, cómo y a quién (Aira, Curto y Rom, 2009).

La comunicación gubernamental, por ello, se centra en la gestión diaria de lo público, más que en los grandes discursos propios de la comunicación política (Noguera, 2002), contando con una serie de características definitorias: a) tiene una precondition democrática, operando en democracias liberales pluralistas (Riorda, 2006); b) abarca todas las esferas de actuación de una institución política con función ejecutiva (Canel y Sanders, 2010); c) es una actividad profesional que ordena la agenda de gestión de la institución, debiendo “ser tratada como una política pública en sí misma”. (Amadeo, 2016: 157); d) afecta a todos los canales de comunicación de una institución.

1.2. Actores comunicativos del gobierno de coalición: emisores, receptores y gabinete de comunicación

La existencia de una estrategia y acciones de comunicación acordadas en un gobierno, marcadamente en uno de coalición, permite demostrar a la ciudadanía que un ejecutivo de este signo es compatible con una acción política coherente (Ridao, 2016), sin opacar el perfil diferenciado de cada una de las fuerzas y sin renunciar a las legítimas aspiraciones de sus partes constitutivas de crecer y comunicar a sus votantes que en ningún caso renunciaron a sus principios. En el estudio de los gobiernos de coalición, además del mensaje, debe existir un pacto explícito en torno a los siguientes puntos:

- a. Emisores: la propia naturaleza del gobierno de coalición implica que los distintos miembros del ejecutivo deberán de consensuar quiénes serán los emisores de la comunicación de la acción de gobierno. La elección de los emisores puede variar atendiendo a qué se quiere comunicar, qué notoriedad o repercusión se quiere. Para ello, Ridao (2016) hace una clasificación en la que se puede distinguir a cuatro emisores distintos: el presidente, los ministros, los altos cargos y el portavoz. La figura del portavoz, en el caso de los gobiernos de coalición, adquiere una relevancia todavía mayor, ya que debe ser capaz de representar a todas las partes del ejecutivo.
- b. Receptores: la comunicación gubernamental tiene como objetivo trasladar a la ciudadanía las decisiones, políticas, intenciones y opiniones del gobierno. No obstante, en los gobiernos de coalición, también se debe tener como meta el provocar una reacción positiva en aquellas bases militantes, sociales o electorales heterogéneas que tienen relación con alguno de los partidos de la coalición. En función de esto se establecen dos tipos de públicos (Ridao, 2016): por una parte, la sociedad y los medios de comunicación y, por otra, las bases, militantes, electores y simpatizantes. En el caso de los gobiernos de coalición se precisa fortalecer la coherencia del relato en medios para paliar y contrarrestar la pluralidad ideológica que caracteriza a estos ejecutivos. Por otro lado, las bases militantes, electorales y simpatizantes (Matas, 2016) son sectores que ya se encuentran vinculados de manera ideológica con alguno de los partidos que hay en el gobierno, a los que se les debe transmitir el contenido con el objetivo de lograr entre estas bases una buena percepción social de la acción del Ejecutivo (Matas, 2015).
- c. Plan de comunicación: la necesidad de diseñar un plan de comunicación conjunto (dentro del plan de gobierno) en los ejecutivos de coalición viene avalada por el hecho de que una de las razones principales en el caso de producirse un retroceso a nivel electoral es que no han sido capaces de transmitir a la ciudadanía la acción de gobierno llevada a cabo durante la legislatura. Sin embargo, esta es una de las medidas más dificultosas de concretar (Reniu, 2010). Una vez establecida esta estrategia común, es imprescindible diseñar un plan de comunicación conjunto en el cual se acuerde por escrito qué dirá cada uno, cómo lo dirá, a quién lo dirá, a través de qué medios y quién será el encargado de decirlo (Aira y Canaleta, 2016).

- d. El gabinete de comunicación como departamento encargado del diseño y ejecución del mensaje, tiene un papel central en el seno de los gobiernos “como estructura organizada, con dependencia directa de la alta dirección” (Almansa Martínez, 2004). Su papel tiende a ser el de ocupar un espacio de centralidad, independientemente del número de actores políticos presentes en los ejecutivos, aunque no siempre funciona así (López-López, 2016). Siendo su público principal el de los medios de comunicación (García Orosa y Vázquez Sande, 2012), existen un consenso académico sobre su situación (Castillo Esparcía y Almansa Martínez, 2015), debiendo situarse con una dependencia directa de Presidencia.

Revisada la literatura previa, la comunicación de la acción de gobierno de un ejecutivo exitoso se basa en el respeto a la pluralidad ideológica interna, teniendo en cuenta que los efectos de una mala comunicación acostumbran a ser más perjudiciales en este tipo de gobiernos (Matas, 2016). Para evitar la imagen de un gobierno desunido, es necesario la realización de un protocolo comunicativo de formalización del gobierno, una estructura y organización definida con elementos compartidos, así como una coordinación y gestión de la comunicación interna, externa y estratégica eficiente (Matas, 2016; Cuberes y Rius, 2016; López-López y Puentes-Rivera, 2016).

2. Materiales y métodos

La presente investigación estudia la dimensión comunicativa de los gobiernos autonómicos de coalición en España entre los años 1987 y 2019 (ver tabla 1): un total de 48 de los que se dispone información (de 38 no se han podido encontrar los acuerdos), siendo las unidades de análisis los documentos de acuerdo previos a la formación de dichos gobiernos. A ellos se ha podido tener acceso a través de la página web del Observatorio de los Gobiernos de Coalición en España de la UB (OGC-UB, 2018) excepto los que tuvieron lugar del 2018 en adelante, que se han conseguido a través de una revisión documental sistematizada mediante motores de búsqueda y palabras clave (Codina, 2018). Por ello, el objetivo de este trabajo es el de analizar la dimensión comunicativa de los gobiernos autonómicos de coalición mediante el estudio de sus acuerdos coalicionales y estructuras de comunicación surgidas de dichos acuerdos.

Tabla 1. Gobiernos de coalición analizados

AUTONOMÍA	FECHA	PRESIDENCIA	SOCIOS MINORITARIOS
ANDALUCÍA	1996	PSOE	Partido Andalucista
	2012	PSOE	IU
	2019	PP	C's
ARAGÓN	2007	PSOE	PAR
	2019	PSOE	Podemos, CHA y PAR
ASTURIAS	2003	PSOE	IU-Bloque por Asturias
	2008	PSOE	IU-Bloque por Asturias
CANTABRIA	1999	PP	PRC
	2003	PRC	PSOE
	2007	PRC	PSOE
	2015	PRC	PSOE
	2019	PRC	PSOE
CASTILLA Y LEÓN	2019	PP	C's
CATALUNYA	2003	PSOE	ERC y ICV-EUiA
	2006	PSOE	ERC i ICV-EUiA
EUSKADI	1987	PNV	PSOE
	1991	PNV	Euskadiko Ezkerra y Eusko Alkartasuna
	1991	PNV	PSOE y Euskadiko Ezkerra
	1995	PNV	PSOE y Eusko Alkartasuna
	1999	PNV	Eusko Alkartasuna
	2001	PNV	Eusko Alkartasuna y Ezker Batua
	2005	PNV	Ezker Batua
	2016	PNV	PSOE

GALICIA	2005	PSOE	BNG
ILLES BALEARS	1999	PSOE	PSM-EN, IU y Els Verds
	2007	PSOE	BLOC per Mallorca y PSM-Verds
	2019	PSOE	Podemos y MÉS
CANARIAS	1987	CDS	Agrupaciones Independientes de Canarias y Alianza Popular
	1991	PSOE	Agrupaciones Independientes de Canarias
	1996	CC	PP
	1999	CC	PP
	2003	CC	PP
	2007	CC	PP
	2011	CC	PSOE
	2015	CC	PSOE
	2019	PSOE	Nueva Canarias, Sí Podemos Canarias y Agrupación Socialista de La Gomera
MADRID	2019	PP	C's
MURCIA	2019	PP	C's
NAVARRA	2003	UPN	Convergencia de Demócratas de Navarra
	2007	UPN	CDN
	2011	UPN	PSOE
	2015	Geroa Bai	EH Bildu y Izquierda-Ezquierda
	2019	PSOE	Geroa Bai y Podemos
LA RIOJA	1990	PSOE	Partido Riojano Progresista
	1991	PSOE	PRP
	2019	PSOE	IU y Podemos
COMUNITAT VALENCIANA	2015	PSOE	Compromís
	2019	PSOE	Compromís y Unides Podem

Fuente: Elaboración propia

Con la intención de resolver el objetivo planteado, se realizan las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Lograr la Presidencia y ser el socio mayoritario de un gobierno de coalición conlleva el control de la estructura comunicativa del ejecutivo? (P1)
- ¿Es determinante la variable ideológica y geográfica a la hora de diseñar las estructuras e instrumentos de comunicación de los gobiernos de coalición? (P2)
- ¿Cuántos gobiernos de coalición autonómicos incluyen en sus acuerdos la elaboración de un plan de comunicación conjunta? (P3)
- ¿Modifica la irrupción de nuevos partidos como Podemos y Ciudadanos las estructuras clásicas de comunicación? (P4)

El método de investigación es el analítico, descomponiendo los acuerdos a través de unos indicadores que permitan extraer pautas de comportamiento de carácter longitudinal. La metodología empleada ha sido principalmente cuantitativa, ya que para proceder al estudio de esta se ha llevado a cabo un análisis de contenido de las unidades planteadas, que posteriormente han sido cuantificadas con el objetivo de establecer comparaciones. El estudio se realiza sobre el total del universo disponible (N=48) a través de variables nominales. Debido al escaso número de casos no es posible inferir diferencias estadísticamente significativas, aunque sí identificar la variabilidad del fenómeno y describirlo en base a dichas diferencias, que en algún caso son importantes.

El instrumento elaborado ha sido una ficha de observación (ver tabla 2), mediante la cual se ha estudiado de manera individual cada uno de los acuerdos de los gobiernos de coalición. En primer lugar, para la elección de las categorías de análisis de los acuerdos de coalición para así clasificar los gobiernos que los pusieron en práctica, se toman parte de las establecidas por Reniu (2010) en su obra *Els governs de coalició*. En ella, se establecen como categorías de clasificación de los gobiernos de coalición el número de partidos que se integran en el gobierno, la fuerza parlamentaria de la coalición, el momento en el que los partidos se coaligan,

la ideología y ámbito organizativo de la presidencia de los gobiernos, la estabilidad de los gobiernos y el rendimiento electoral. De ellas, se han utilizado en la ficha elaborada el número de partidos que se integran en el gobierno y la ideología y ámbito organizativo de la presidencia de los gobiernos. Por otra parte, se añade el programa de gobierno, la fijación de un procedimiento ordinario de impulso de la acción de gobierno, consensuar un protocolo de gestión de conflictos y crisis, crear órganos colegiados estratégicos, diseñar un plan de comunicación conjunto y elaborar una serie de normas de coordinación parlamentaria (López-López y Puentes Rivera, 2016).

Finalmente, para lograr un análisis más completo se incluyeron por elaboración propia las categorías de descripción de los ejes programáticos principales de cada programa de gobierno, así como la presencia o no de políticas de comunicación en el mismo, la distribución del poder político y los principios inspiradores de la coalición, el socio de gobierno que ocupa la portavocía y el organismo y partido de los cuales depende la Dirección General o Secretaría de Comunicación. De esta manera, se incluyen fundamentalmente en el estudio categorías de análisis del ámbito comunicativo de los gobiernos de coalición.

Tabla 2. Ficha de observación

INSTITUCIÓN:	
Partidos firmantes:	
Composición del gobierno y peso parlamentario:	
FECHA:	PERIODO DE GOBIERNO:
Elementos presentes en el documento	
Reparto de áreas (distribución del poder político)	SI/NO
Pautas/principios inspiradores de funcionamiento	SI/NO
Programa de gobierno	SI/NO
Presencia de las políticas de comunicación en el programa	SI/NO
Procedimiento ordinario de impulso de la acción de gobierno	SI/NO
Protocolo de gestión de conflictos y crisis	SI/NO
Órganos colegiados plurales	SI/NO
Plan de comunicación	SI/NO
Normas de coordinación	SI/NO
Clasificación y tipología del gobierno	
Número de partidos	
Ideología	
Ámbito organizativo de los partidos	
Portavocía	
D.Org. de la Dirección/Secretaría de Com.	

Fuente: Elaboración propia y Reniu (2010)

3. Análisis de resultados (1987-2019)

3.1. Comunidades autónomas

3.1.1. Socio de gobierno que ejerce la portavocía

Tabla 3. Socio de gobierno que ejerce la portavocía por CC.AA.

	AND	ARA	AST	CANT	CyL	CAT	EUS	GAL	IB	CAN	MAD	MUR	NAV	RIO	CV	TOTAL
Minoritario	0	1	0	3	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2	9 (20,5%)
Mayoritario	3	1	2	2	0	1	8	1	2	7	0	0	5	1	0	33 (75%)
Externo	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2 (4,5%)

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al socio del gobierno de coalición que ejerce la portavocía, se observa en la tabla 3 que en una amplia mayoría de los supuestos corresponde al socio mayoritario (75%), ante un 20,5% el minoritario y dos únicos ejecutivos en los que se ha optado por un profesional externo como portavoz. Centrándose en la particularidad de la figura del socio minoritario como portavoz, destacan la Comunitat Valenciana y Cantabria con dos y tres supuestos respectivamente en los que se da esta situación.

Por otra parte, también se debe destacar que, en las autonomías de Castilla y León, Región de Murcia y Comunidad de Madrid, los tres gobiernos de coalición con una portavocía del socio minoritario son fruto, en todas las ocasiones, de los mismos pactos de gobierno entre Ciudadanos y el Partido Popular tras las elecciones autonómicas de mayo de 2019.

3.1.2. Dependencia orgánica de la Dirección General / Secretaría de Comunicación

Tabla 4. Dependencia orgánica de la Dirección General / Secretaría de Comunicación por CC.AA.

	AND	ARA	AST	CANT	CyL	CAT	EUS	GAL	IB	CAN	MAD	MUR	NAV	RIO	CV	TOTAL
Presidencia	3	2	1	1	1	2	7	1	3	9	1	1	1	1	2	36 (76,6%)
Vicepresidencia	1	0	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	5 (10,6%)
Otra Consejería	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	1	0	6 (12,8%)

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla 4, la dependencia orgánica de la Dirección General o Secretaría de Comunicación de los gobiernos de coalición analizados recae en un 76,6% de los gobiernos en la Presidencia. Por otra parte, en un 10,6% de los supuestos esta Dirección General o Secretaría depende de la Vicepresidencia y en un 12,8% de otra consejería, mayormente de Relaciones Institucionales, Administración Local o similares. De entre todos los analizados, destacan aquellos en los que la dependencia orgánica de la Dirección General o Secretaría de Comunicación no recae ni en la consejería ocupada por la Presidencia (normalmente ocupada por el socio mayoritario) ni por la que ostenta la Vicepresidencia (mayormente el socio minoritario). Este hecho tuvo lugar en Asturias (2008-2010), en Navarra (2003-2007, 2007-2009, 2011-2012 y 2015-2019) y en La Rioja desde el 2019 a la actualidad.

3.1.3. Socio de gobierno a cargo de la Dirección General / Secretaría de Comunicación

Tabla 5. Socio de gobierno a cargo de la Dirección General / Secretaría de Comunicación por CC.AA.

	AND	ARA	AST	CANT	CyL	CAT	EUS	GAL	IB	CAN	MAD	MUR	NAV	RIO	CV	TOTAL
Minoritario	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	4 (8,5%)
Mayoritario	3	2	2	2	1	2	7	1	3	9	1	1	5	2	2	43 (91,5%)

Fuente: Elaboración propia

Con respecto al socio de gobierno a cargo de la Dirección General o Secretaría de Comunicación, destaca principalmente que la gran mayoría de los gobiernos de coalición analizados esta función corresponde al socio mayoritario (91,5%) ante un 8,5% (únicamente 4 ejecutivos) donde corresponde al minoritario (tabla 5).

En ese sentido, las cuatro ocasiones en las que se ha dado este fenómeno han tenido lugar en la actual legislatura del gobierno de coalición andaluz entre el Partido Popular y Ciudadanos, en el gobierno de Cantabria del PRC y PSOE en la legislatura 2007-2011, en la coalición entre el EAJ-PNV y PSE-PSOE que gobernó Euskadi entre 1986 y 1991 y en La Rioja durante el periodo de 1991 a 1995 en el gobierno de PSR-PSOE y PRP.

3.1.4. Indicadores generales políticos y comunicativos

Tabla 6. Indicadores presentes en el acuerdo de coalición por CC.AA.

	AND	ARA	AST	CANT	CyL	CAT	EUS	GAL	IB	CAN	MAD	MUR	NAV	RIO	CV	PROMEDIO
Reparto de áreas	66,7%	0%	0%	100%	0%	0%	50%	0%	0%	77,80%	100%	100%	60%	0%	0%	37,0%
Principios Inspiradores	100%	50%	100%	100%	100%	50%	100%	100%	100%	100%	0%	0%	100%	100%	100%	80,0%
Programa	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	80%	100%	100%	98,7%
Políticas Comunicación	66,7%	50%	100%	0%	100%	100%	87,5%	100%	100%	44,40%	0%	0%	60%	0%	100%	60,6%
Impulso Acción Gobierno	33,3%	50%	0%	0%	0%	50%	75%	100%	33,3%	77,80%	0%	0%	40%	33,3%	0%	32,8%
Gestión Crisis/ Conflictos	0%	0%	0%	80%	0%	0%	12,5%	0%	0%	0%	0%	0%	40%	0%	0%	8,8%
Órganos Plurales	66,7%	50%	0%	80%	0%	0%	87,5%	0%	33,3%	55,6%	0%	0%	80%	66,7%	0%	34,7%
Plan Comunicación	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0,0%
Normas Coordinación	33,3%	50%	0%	0%	0%	0%	87,5%	0%	33,3%	77,80%	0%	0%	80%	33,3%	0%	26,3%
PROMEDIO	51,9%	38,9%	33,3%	51,1%	33,3%	33,3%	66,7%	44,4%	44,4%	59,3%	22,2%	22,2%	60%	37%	33,3%	42,1%

Fuente: Elaboración propia

Por CC.AA. (ver tabla 6), las que más cumplen con la presencia de estos indicadores son Euskadi (66,7%), Navarra (60%) y Canarias (59,3%). En el otro extremo se situaría a la Comunidad de Madrid y a la Región de Murcia (ambas 22,2%), junto a Catalunya y Castilla y León (33,3%). Los tres indicadores con más presencia en los acuerdos analizados son la aparición detallada del programa de gobierno de la coalición (98,7%), la exposición de los motivos que inspiran la formación de la coalición y justifican su razón de ser (80%) y la presencia de políticas de comunicación en el programa de gobierno (60,6%). Además, el reparto de áreas y distribución del poder político (consejerías) entre los distintos partidos que integran la coalición aparece en el 37% de los análisis, la creación de una comisión de seguimiento del acuerdo u otro órgano colegiado en el que se integren representantes de todos los partidos que velen por el mantenimiento de la coalición en el 34,7% y el procedimiento ordinario de impulso de la acción de gobierno (que el proceso de toma de decisiones tiene que ser compartido y asumido por todos los socios del gobierno) en el 32,8%.

3.2. Eje ideológico de la presidencia

3.2.1. Socio de gobierno que ejerce la portavocía

Tabla 7. Socio de gobierno que ejerce la portavocía por eje ideológico de la Presidencia

	Minoritario	% Minoritario	Mayoritario	% Mayoritario	Externo	% Externo	TOTAL (%)
IZQ.	6	27,3%	14	63,6%	2	9,1%	22 (100%)
DCHA.	3	13,6%	19	86,4%	0	0%	22 (100%)

Fuente: Elaboración propia

En primer lugar, respecto al socio de gobierno que ejerce como portavoz, en los gobiernos de izquierda se observa que la portavocía recae en un 63,6% de las ocasiones en el socio mayoritario de la coalición, un 27,3% en el minoritario y un 9,1% en una o un profesional externo (tabla 7). Por otra parte, en los de la derecha la portavocía se ve menos repartida y recae en un 86,4% de los casos en el socio mayoritario y un 13,6% en el minoritario. Con respecto a la contratación de una o un profesional externo, los dos supuestos registrados corresponden al segundo tripartito catalán entre PSC, ERC y ICV-EUiA (2006-2010) y al gobierno de coalición de La Rioja (2019-2020) compuesto por el PSR-PSOE, IU y Podemos.

3.2.2. Dependencia orgánica de la Dirección General / Secretaría de Comunicación

Tabla 8. Dep. orgánica de la Dirección General / Secretaría de Comunicación por eje ideológico de la Presidencia

	Presidencia	% Presidencia	Vicepresidencia	% Vicepresidencia	Otra Consejería	% Otra Consejería	TOTAL (%)
IZQ.	17	74%	3	13%	3	13%	23 (100%)
DCHA.	19	79,2%	2	8,3%	3	12,5%	24 (100%)

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, respecto a la dependencia orgánica de la Dirección General / Secretaría de Comunicación, se observa que en los gobiernos de izquierda depende en un 74% de Presidencia, en un 13% de Vicepresidencia y también en un 13% de otras consejerías. A la derecha las cifras son similares, en un 79,2% de los ejecutivos la dependencia recae en Presidencia, en un 8,3% en Vicepresidencia y en un 12,5% en otras consejerías (tabla 8).

3.2.3. Socio de gobierno a cargo de la Dirección General / Secretaría de Comunicación

Tabla 9. Socio a cargo de la Dirección General / Secretaría de Comunicación por eje ideológico de la Presidencia

	Minoritario	% Minoritario	Mayoritario	% Mayoritario	TOTAL (%)
IZQ.	2	8,7%	21	91,3%	23 (100%)
DCHA.	2	8,3%	22	91,7%	24 (100%)

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla 9, en cuanto al socio de gobierno a cargo de la Dirección General o Secretaría de Comunicación, en los ejecutivos presididos por un partido de izquierda, el socio a cargo de este organismo es el mayoritario en un 91,3% de los casos y el minoritario en un 8,7%; en los presididos por

un partido de derecha, en un 91,7% de ellos esta tarea la lleva a cabo el socio mayoritario y en un 8,3% el minoritario. Es por ello por lo que, al igual que hemos visto en el apartado anterior, no existen diferencias en el eje ideológico con respecto a qué socio de gobierno debe controlar orgánicamente la comunicación del gobierno.

3.3. Variable geográfica de la Presidencia

3.3.1. Socio de gobierno que ejerce la portavocía

Tabla 10. Socio de gobierno que ejerce la portavocía por variante geográfica de la Presidencia

	Minoritario	% Minoritario	Mayoritario	% Mayoritario	Externo	% Externo	TOTAL (%)
PANE	3	13,6%	19	86,4%	0	0%	22 (100%)
PAE	6	27,3%	14	63,6%	2	9,1%	22 (100%)

Fuente: Elaboración propia

En los gobiernos liderados por los partidos de ámbito no estatal (PANE) la portavocía recae en un 86,4% de las ocasiones en el socio mayoritario de la coalición y un 13,6% en el minoritario (tabla 10). Por otra parte, en los gobiernos de partidos de ámbito estatal (PAE) esta figura se ve más repartida y recae en un 63,6% de las ocasiones en el socio mayoritario, un 27,3% en el minoritario y un 9,1% en una o un profesional externo.

En definitiva, se observa una diferencia importante entre ambos resultados de tal forma que en los gobiernos presididos por un PANE la tendencia a que la Portavocía recaiga sobre el socio mayoritario es superior en más de un 20%. Además, los dos únicos gobiernos analizados en los cuales hemos identificado a un o una portavoz externo se ha dado en gobiernos con partidos en los que la presidencia recaía en algún PAE.

3.3.2. Dependencia orgánica de la Dirección General / Secretaría de Comunicación

Tabla 11. Dep. org. de la Dirección General / Secretaría de Comunicación por variante geográfica de la Presidencia

	Presidencia	%Presidencia	Vicepresidencia	% Vicepresidencia	Otra Consejería	% Otra Consejería	TOTAL (%)
PANE	13	65%	3	15%	4	20%	20 (100%)
PAE	23	85,2%	2	7,4%	2	7,4%	27 (100%)

Fuente: Elaboración propia

Sobre la dependencia orgánica de la Dirección General / Secretaría de Comunicación, los gobiernos presididos por un PANE depende en un 64% de Presidencia, en un 15% de Vicepresidencia y también en un 20% de otras consejerías. En cuanto a los gobiernos liderados por un PAE las cifras son algo distintas, ya que en un 85,2% de los casos la dependencia orgánica de la estructura comunicativa recae en Presidencia, en un 7,4% en Vicepresidencia y en un 2,7% en otras consejerías (tabla 11).

Por tanto, sí existen diferencias en cuanto a esta variable a la hora de establecer la estructura comunicativa de un gobierno de coalición, ya que a raíz de los resultados obtenidos la tendencia de que quien controle orgánicamente la comunicación del gobierno sea la presidencia de este es un 20% superior en los gobiernos presididos por un PAE.

3.3.3. Socio de gobierno a cargo de la Dirección General / Secretaría de Comunicación

Tabla 12. Socio de gobierno a cargo de la Dirección General / Secretaría de Comunicación por variante geográfica de la Presidencia

	Minoritario	% Minoritario	Mayoritario	% Mayoritario	TOTAL (%)
PANE	2	10%	18	90%	20 (100%)
PAE	1	4,2%	24	95,8%	25 (100%)

Fuente: Elaboración propia

Respecto al socio de gobierno a cargo de la Dirección General o Secretaría de Comunicación, en los gobiernos presidido por un PANE (tabla 12), el socio a cargo de este organismo es el mayoritario en un 90% de los ejecutivos y el minoritario en un 10%. En cuanto a los presididos por un PAE, en un 95,8% de ellos esta tarea corresponde al socio mayoritario y en un 4,2% el minoritario.

Es por ello por lo que, respecto al apartado anterior, las diferencias entre ambas variables geográficas en función de qué socio de gobierno debe controlar orgánicamente la comunicación del gobierno se han visto reducidas, existiendo en ambas ocasiones una tendencia muy mayoritaria (ligeramente superior en los PAE) hacia que sea el socio mayoritario el que controle orgánicamente la estructura comunicativa.

3.4. Presencia de los nuevos partidos en el gobierno

3.4.1. Socio de gobierno que ejerce la portavocía

Tabla 13. Socio de gobierno que ejerce la portavocía por presencia de los nuevos partidos en el gobierno

	Minoritario	% Minoritario	Mayoritario	% Mayoritario	Externo	% Externo	TOTAL (%)
Nuevos Partidos	5	41,7%	6	50%	1	8,3%	12 (100%)
Partidos Tradicionales	4	12,5%	27	84,4%	1	3,1%	32 (100%)

Fuente: Elaboración propia

En primer lugar, en lo que se refiere al socio de gobierno que ejerce como portavoz, en los gobiernos que integran a los nuevos partidos se observa que la portavocía recae en un 50% de las ocasiones en el socio mayoritario de la coalición, un 41,7% en el minoritario y un 8,3% en una o un profesional externo. Por otra parte, en aquellos en los que no se integra a los nuevos partidos se ve menos repartida y recae en un 84,4% de las ocasiones en el socio mayoritario, un 12,5% en el minoritario y un 3,1% en un profesional externo (tabla 13).

3.4.2. Dependencia orgánica de la Dirección General / Secretaría de Comunicación

Tabla 14. Dep. org. de la Dirección General / Secretaría de Comunicación por presencia de los nuevos partidos en el gobierno

	Presidencia	%Presidencia	Vicepresidencia	%Vicepresidencia	Otra Consejería	% Otra Consejería	TOTAL (%)
Nuevos Partidos	10	76,9%	1	7,7%	2	15,4%	13 (100%)
Partidos Tradicionales	26	76,47%	4	11,76%	4	11,76%	34 (100%)

Fuente: Elaboración propia

En los gobiernos que integran a los nuevos partidos la Dirección General / Secretaría de Comunicación depende en un 76,9% de Presidencia, en un 7,7% de Vicepresidencia y en un 15,4% de otras consejerías (tabla 14). En cuanto a aquellos que no integran en el gobierno a los nuevos partidos en un 76,47% de los casos la dependencia recae en Presidencia, en un 11,76% en Vicepresidencia y en un 11,76% en otras consejerías. Por lo tanto, en este caso no existen grandes diferencias a la hora de establecer la estructura comunicativa.

3.4.3. Socio de gobierno a cargo de la Dirección General / Secretaría de Comunicación

Tabla 15. Socio de gobierno a cargo de la Dirección General / Secretaría de Comunicación por presencia de los nuevos partidos en el gobierno

	Minoritario	% Minoritario	Mayoritario	% Mayoritario	TOTAL (%)
Nuevos Partidos	0	0%	11	100%	11 (100%)
Partidos Tradicionales	31	91,2%	3	8,8%	34(100%)

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al socio de gobierno a cargo de la Dirección General o Secretaría de Comunicación, en el caso de los ejecutivos que integran a los nuevos partidos, el socio a cargo de este organismo es el mayoritario en un 100% de los análisis; en los no integran a los nuevos partidos, en un 91,2% de ellos esta tarea la lleva a cabo el mayoritario y en un 8,38% el minoritario (tabla 15). Es por ello por lo que, al igual que hemos visto en el apartado anterior, en ambos supuestos prevalece una estructura concentrada y vertical.

4. Conclusiones

El análisis de la dimensión comunicativa de 48 gobiernos de coalición en la España autonómica concluye que no existe, en general, una “cultura de coalición”, en consonancia con cierta parte de la literatura previa que indica que este tipo de gobiernos son el reflejo de la sociedad política de un determinado Estado (Evans, 2019). Este hecho se constata en modelos gubernamentales con estructuras comunicativas concentradas y no compartidas entre los socios de la coalición, sin protocolos, con una presencia desmedida del socio mayoritario y con modelos excesivamente verticales. Se anotará como excepción los casos de Euskadi, Navarra y Canarias, con mucha más experiencia en este tipo de ejecutivos, con una tendencia a lo largo del tiempo a establecer modelos más abiertos, descentralizados y compartidos entre los partidos integrantes.

En concreto, en la comunicación de los gobiernos de coalición autonómicos en el Estado español y respondiendo a la primera pregunta *¿Lograr la Presidencia y ser el socio mayoritario de un gobierno de coalición conlleva el control de la estructura comunicativa del ejecutivo?*, la respuesta es claramente afirmativa (P1). El socio mayoritario refuerza su posición en el ejecutivo, en la perspectiva orgánico-funcional, generalmente por dos hechos: en tres de cada cuatro ocasiones también ejerce labores de portavocía y las competencias en comunicación (externa, interna, publicidad o relación con medios) dependen de Presidencia o Consejerías de Presidencia (y en un 90% esa figura, igualmente, es de la fuerza dominante). Y es que los criterios de reparto exclusivamente políticos prevalecen en las figuras más destacadas de los gobiernos: el socio mayoritario obtiene de forma sistemática notables refuerzos comunicativos a pesar de que en los últimos años los gobiernos entre PP y Ciudadanos han establecido mecanismos compensatorios, en donde el portavoz recae en la fuerza minoritaria.

En todo caso, en rasgos generales (P2), la variable ideológica izquierda-derecha no establece prácticamente diferencias en la estructura comunicativa de los gobiernos y en la relación entre los distintos socios. No es así cuándo la presidencia la ocupa un partido de ámbito estatal (PAE) o cuándo la ocupa un partido de ámbito no estatal (PANE): en este último caso, quizás por propia supervivencia política, tienden a controlar más la portavocía, aunque se observa una mayor tendencia a descentralizar la Dirección General/ Secretaría de Comunicación hacia otras consejerías propias o las de su socio de gobierno.

Por otro lado, los indicadores generales de carácter político y comunicativo presentes en los gobiernos de coalición concluyen que no existe ni un modelo ni unas prácticas institucionalizadas, aunque sí un “puesta en escena” comunicativa a la que se le da importancia: a) en ninguno de ellos se encontró un plan de comunicación (P3) y en menos de uno de cada diez un protocolo de gestión de crisis, por lo que la gestión de la comunicación y la de los conflictos no figura como una prioridad entre los distintos actores; b) la “puesta en escena” o la justificación de la propia necesidad de la coalición (exposición de motivos o programa), es decir, los principios inspiradores, se constituyen como los indicadores más presentes y que actúan en la dimensión simbólica como el “impulso inicial”; c) los indicadores sobre coordinación y procedimientos ordinarios de impulso político y comunicativo tienen resultados dispares dependiendo de la comunidad autónoma, obteniendo resultados muy pobres en Madrid o Murcia.

Además, los resultados obtenidos arrojan la conclusión de que la irrupción de nuevos partidos como Podemos y Ciudadanos y su integración en distintos gobiernos de coalición autonómicos (P4) no ha alterado la verticalidad y concentración en torno a Presidencia de las estructuras orgánicas ejecutivas clásicas. No obstante, sí se aprecian diferencias importantes en cuanto al socio de gobierno que ejerce la portavocía en estos casos, siendo casi pareja entre los socios mayoritarios y minoritarios en los gobiernos de coalición que integran a los nuevos partidos y concentrándose ampliamente en el socio mayoritario en aquellos que no incluyen a estos partidos en su ejecutivo.

El presente trabajo, novedoso en España por este tipo de análisis longitudinal, debe tener continuidad en torno a dos grandes líneas. En primer lugar, introducir como nuevos indicadores la relación entre los Departamentos de Comunicación de cada consejería y los medios de comunicación, ya que, en la práctica, también ejercen labores internas de coordinación y de relación con periodistas, por lo que afecta a la dimensión orgánico-funcional. En segundo lugar, comparar a España con el resto de los países del llamado modelo pluralista polarizado (Hallin y Mancini, 2008), con el objeto de detectar pautas de competición comunes sobre la dimensión comunicativa de los gobiernos de coalición en los Estados del entorno mediterráneo.

Bibliografía

- Adolphsen, M. (2014). *Communication strategies of governments and NGOs: Engineering global discourse at high-level international summits*. Springer Science & Business Media.
- Aira, T.; Curto, V.; Rom, J. (2009). *Comunicació política i d'institucions públiques*, Barcelona: Editorial UOC.
- Aira, T.; Canaleta, P. (2016). “El relato y la estrategia de comunicación global en los gobiernos de coalición”. En Ridao, J. (ed.) (2016). *Comunicación política y gobiernos de coalición*. Barcelona: Editorial UOC. pp. 74-90. ISBN: 978-84-9116-161-5
- Almansa Martínez, A. (2004). *Teoría, Estructura y Funcionamiento de los Gabinetes de Comunicación. El caso andaluz*. Málaga: SP-UMA.
- Amadeo, B. (2016). “El estudio de la comunicación gubernamental”. En: *Austral comunicación*, 5(2), pp. 155-181. ISSN: 2313-9129
- Barrio, A.; Rodríguez Teruel, J.; Baras i Gómez, M.; Barberà i Aresté, Ò. (2010). “Partidos de ámbito no estatal y gobernabilidad multinivel: el caso de España (1977-2008)”. En: *WP Institut de Ciències Polítiques i Socials de la UAB*, nº 291, Barcelona. ISSN: 1113-8962.
- Calvet Crespo, J. (2003). “Gobiernos minoritarios, pactos parlamentarios y producción legislativa en España”. En: *Política y Sociedad*, 40(2), pp. 89-104. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0303110089A>. ISSN: 1130-8001
- Canel, M. J.; Sanders, K. (2010). “Para estudiar la comunicación de los gobiernos: un análisis del estado de la cuestión”. En: *Comunicación y sociedad*, 23(1), pp. 7-48. ISSN: 0214-0039
- Castillo Esparcía, A.; Almansa Martínez, A. (2015). “Estudio sobre la estructura y el funcionamiento de los gabinetes de comunicación en España”. En: *Anagramas Rumbos Y Sentidos De La Comunicación*, 2(4), pp. 47-62. ISSN: 1012-1587
- Codina, L. (2018). “Revisiones sistematizadas para trabajos académicos 1: Conceptos, fases y bibliografía”, Lluís Codina, 11 de abril [Blog]. Disponible en <https://www.lluiscodina.com/revisiones-sistematizadas-fundamentos/> (consultado el 8 de noviembre de 2021).
- Corneliseen, J. (2008). *Corporate Communication: A guide to theory and practice*. London: Sage. ISBN: 978-0857022431
- Cuberes, A.; Rius, M. (2016). “La organización interna de la comunicación política en los gobiernos de coalición. Valores y actitudes, ejes, y organigrama del aparato comunicativo y las herramientas”. En Ridao, J. (ed.) (2016). *Comunicación política y gobiernos de coalición*. Barcelona: Editorial UOC. pp. 91-115. ISBN: 978-84-9116-161-5
- Evans, M., (2019). *Coalition Government as a Reflection of a Nation's Politics and Society. A Comparative Study of Parliamentary Parties and Cabinets in 12 Countries*. London: Routledge.
- Field, B. N. (2016). *Por qué funcionan los gobiernos minoritarios: política territorial multinivel en España*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- García Orosa, B.; Vázquez Sande, P. (2012) “Los gabinetes de prensa institucionales de los ayuntamientos españoles en internet”. En: *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 18(E), pp. 261-290. DOI: https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.40995
- Graber, D. (1992). *Public Sector Communication: How Organizations Manage Information*. Washington, D.C.: Congressional Quarterly Press.
- Hallin, D. C.; Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Editorial Hacer. ISBN: 9788496913127
- Lagares, N.; Oñate, P. (2019). “Los resultados electorales y los sistemas de partidos: cambio y continuidad en las Españas electorales”. En Lagares, N.; Ortega, C.; Oñate, P. (eds.) (2019). *Las elecciones autonómicas de 2015 y 2016*. Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). pp. 165-187.
- López-López, P. C. (2016). *A construción da axenda política, mediática e pública nas eleccións galegas do ano 2009: estratexia partidaria, produción da información e cidadanía*. Tesis doctoral, Universidade de Santiago de Compostela.
- López-López, P. C.; Puentes-Rivera, I. (2016). “Estratexias de comunicación para un goberno de coalición en Galicia: da lexislatura 2005-2009 ao posible cambio político 2016-2020”. En Rúas-Araújo, J (et al.) (eds.) (2016), *De los medios y la comunicación de las organizaciones a las redes de valor*, Quito: Xescom/Universidad técnica Particular de Loja.
- Loughlin, J.; Hendriks, F.; Lindström, A. (eds.) (2010), *The Oxford Handbook of Local and Regional Democracy in Europe*, Oxford: Oxford University Press.
- Matas, J. (2015). *La formación de un gobierno de coalición*. València: Tirant lo Blanch.
- Matas, J. (2016). “La comunicación política en el marco de los protocolos o pautas coalicionales *ex ante*”. En Ridao, J. (ed.) (2016). *Comunicación política y gobiernos de coalición*. Barcelona: Editorial UOC. pp. 53-73. ISBN: 978-84-9116-161-5
- Martin, L. W.; Vanberg, G. (2008) “Coalition Government and Political Communication”, En: *Political Research Quarterly*, 61(3), p. 502–516. doi: <https://doi.org/10.1177/1065912907308348>
- Noguera, F. (2002). “Campaña de comunicación permanente”. En Izurieta, R.; Perina, R.; Arterton, C. (eds.) *Estrategias de comunicación para gobiernos*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- OGC-UB (2018). Disponible en: http://www.ub.edu/OGC/index_es_archivos/index_es.htm [Consultado 6-9-2020]

- Reniu, J. M. (2001). “¿Merece la pena coligarse?: La formación de gobiernos minoritarios en España, 1977-1996”. En: *Revista Española de Ciencia Política*, nº 5, pp. 111-142. ISSN: 1575-6548
- Reniu, J.M. (2010). *Els governs de coalició*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Reniu, J. M. (ed.) (2013). *Pactar para gobernar: dinámicas coalicionales en la España multinivel*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Reniu, J. M. (2014). *Los gobiernos de coalición de las Comunidades Autónomas españolas*. Barcelona: Atelier.
- Ridou, J. M. (2016). “La comunicación política como ámbito estratégico en los gobiernos de coalición”. En Ridao, J. (ed.) (2016). *Comunicación política y gobiernos de coalición*. Barcelona: Editorial UOC. pp. 35-52. ISBN: 978-84-9116-161-5
- Ridou, J. (2016). *Comunicación política y gobiernos de coalición*. Barcelona: Editorial UOC. ISBN: 978-84-9116-161-5.
- Ridou, J. (2020). “Las pautas de funcionamiento del gobierno de coalición PSOE-Unidas Podemos”. En: *La Revista de ACOF*, nº 47, pp. 11-15. ISSN: 2445-3951
- Riorda, M. (2006). “Hacia un modelo de comunicación gubernamental para el consenso”. En: Elizalde, L.; Fernández Pedemonte, D.; Riorda, M (eds) (2006). *La construcción del consenso: gestión de la comunicación gubernamental*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones. pp. 17-142. ISBN: 978-9876010139
- Rodrich Portugal, R. (2012). “Fundamentos de la Comunicación Institucional: una aproximación histórica y conceptual de la profesión”. En: *Revista de comunicación*, nº 11, pp. 212-234. ISSN: 1684-0933
- Sagarzazu, I.; Klüver, H. (2017). “Coalition Governments and Party Competition: Political Communication Strategies of Coalition Parties,” En: *Political Science Research and Methods*, Cambridge: Cambridge University Press, 5(2), pp. 333–349. DOI: <https://doi.org/10.1017/psrm.2015.56>
- Salom, E. G. (2003). “Apoyo (s) parlamentario (s) antes que gobierno (s) de coalición: el caso español: 1993-1996 y 1996-2000”. En: *Política y sociedad*, 40(2), pp. 77-88. ISSN: 1130-8001
- Sotillos, I. D. (2020). “La formación de gobiernos en sistemas multipartidistas: la paradoja del caso español”. En: *Teoría y realidad constitucional*, nº45, pp. 261-290. ISSN: 1139-5583. DOI: <https://doi.org/10.5944/trc.45.2020.27119>
- Wolton, D. (1997). *Penser la communication*. Paris: Flammarion.