

La proximidad: una alternativa para enfrentar la problematización de la política y de su comunicación

Alfredo Rojas-Calderón

Doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid (UCM) y doctor en Ciencia Política por la Universidad Simón Bolívar (USB). Máster Universitario en Estudios Avanzados en Comunicación Política (UCM) y otras titulaciones en programas de este mismo campo.

Consultor en campañas de comunicación política, electoral y gubernamental; actores, asuntos públicos y gestión de intereses; análisis del entorno sociopolítico, investigación de la opinión pública y discursos políticos, con más de 20 años de experiencia. Profesor de pregrado y postgrado. Miembro de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales (ALICE), la Asociación de Comunicación Política (ACOP), la Asociación de Consultores, Estrategas e Investigadores Políticos (ACEIPOL) y de la Asociación Latinoamericana de Ciencia Política (ALACIP). Mención honorable por Logro personal/individual en The Napolitan Victory Awards 2023 por el espacio de divulgación y discusión sobre Comunicación Política en Instagram @verbocracia. Autor de varios artículos de investigación publicados en revistas y libros científicos y académicos.

<https://orcid.org/0000-0001-6997-1479>

alfrojas@ucm.es

Resumen

La intensa y permanente hostilidad política, la simplificación dicotómica y los temas posicionales de los líderes, así como la imposibilidad de diálogo y de negociación entre los partidos y sus dirigentes, están generando hastío en las personas, lo cual a su vez las margina de la conversación pública y de la vida política. El primer problema de la dinámica de ruptura es su forma de circularidad y su movimiento centrípeto. Este proceso conlleva su retroalimentación, porque las propias fuerzas de la comunicación política son atraídas hacia el centro de este circuito. La segunda cuestión problemática es que las sociedades se van fracturando, perdiendo el sentido de lo común y su cualidad de gobernables, al tiempo que la política –la que potencialmente puede restablecer la convivencia, el orden, y su estabilidad y gobernabilidad– también va perdiendo su marco de acción y sus medios.

Esta exposición se fundamenta, como hipótesis, en que esta marcha destructiva de la sociedad y de la política puede revertirse. Para esto, como objetivo de este trabajo, es necesario indagar acerca de dicha realidad y explorar las alternativas para enfrentar la problematización del campo, en el ámbito del concepto de la política de proximidad que se propone y argumenta. La investigación aborda este planteamiento con un sentido propositivo. Se trata, por lo tanto, de formular unos usos estratégicos de la tematización en la comunicación política, así como una tipología de discursos sociales y políticos que puedan contribuir a romper este círculo vicioso, empleando los recursos de la política de proximidad que se formula y desarrolla en este trabajo.

Los problemas o preocupaciones generalizadas pueden usarse estratégicamente en las campañas de comunicación, con fines de proximidad. Algunos de estos usos son la identificación, el protagonismo o la asunción como propio de uno o varios temas o problemas principales, o su relevancia; la proposición de soluciones, incluyendo las motivaciones a la acción; la conciliación, la apertura o la proximidad; la afirmación en lugar de la negatividad al referirse a los problemas públicos; la enumeración de causas o indicadores de un problema; la simetría para ponerse o mantenerse en el nivel de un contendiente que demuestra más dominio sobre una temática.

Palabras claves: política, problematización, comunicación, liderazgo, proximidad.

Proximity: an alternative to face the problematization of politics and its communication.

Abstract

The intense and permanent political hostility, the dichotomous simplification and positional issues of the leaders, as well as the impossibility of dialogue and negotiation between the parties and their leaders, are generating weariness in people, which in turn marginalizes them from public conversation and political life. The first problem with the dynamics of rupture is its circularity and centripetal movement. This process entails its feedback, because the very forces of political communication are drawn into the center of this circuit. The second problematic issue is that societies are becoming fractured, losing their sense of commonality and their quality of governability, while politics - that which can potentially reestablish coexistence, order, stability and governability - is also losing its framework for action and its means.

This exposition is based, as a hypothesis, on the fact that this destructive march of society and politics can be reversed. For this, as an objective of this work, it is necessary to inquire about this reality and explore the alternatives to face the problematization of the field, within the scope of the concept of proximity politics that is proposed and argued. The research approaches this approach with a propositional sense. Therefore, it is a question of formulating some strategic uses of the thematization in political communication, as well as a typology of social and political discourses that can contribute to break this vicious circle, using the resources of the proximity politics that is formulated and developed in this work.

Widespread problems or concerns can be used strategically in communication campaigns for proximity purposes. Some of these uses are the identification, prominence or ownership of one or several main issues or problems, or their relevance; the proposition of solutions, including motivations to action; conciliation, openness or proximity; affirmation instead of negativity when referring to public problems; the enumeration of causes or indicators of a problem; symmetry to put or keep oneself at the level of a contender who demonstrates more mastery over an issue.

Keywords: politics, problematization, communication, leadership, proximity.

1.- Introducción

La política se ha problematizado: los ciudadanos procuran evitar la política, así como a los políticos y los partidos, como expresión de su preocupación y desconfianza hacia ellos. El desinterés por la vida pública y común ha pasado de la indiferencia al rechazo. Los europeos han reconocido que una “creciente desconfianza y escepticismo hacia las instituciones democráticas” (32%) y la “falta de compromiso e interés en la política y en las elecciones entre los ciudadanos comunes” (26%) son en promedio dos de las más graves amenazas para la democracia. A esto se suma una mayoría de insatisfechos con la democracia en su país (51%) y la desconfianza mayoritaria en que ni los gobiernos ni los parlamentos, ni los políticos ni los partidos la defiendan (European Commission, 2023).

Aunque para la media de los latinoamericanos “la economía” (15,8%), el “desempleo” (13,9%) y la “delincuencia” (13,7%) han sido los problemas que más les han preocupado o afectado, los “de la política” (7,5%) les siguen entre los más mencionados. Aunado a esto, 7 de cada diez encuestados expresaron su poco o ningún interés en la política; la misma cantidad se manifiesta insatisfecha con la democracia y desconfía del gobierno de su país, así como un poco más en el caso de los partidos políticos. Si bien en la región la mayoría estima que la democracia permite la solución de los problemas (60,2%), a una proporción similar de ciudadanos (56,2%) no le importaría que “un gobierno no democrático llegara al poder si resuelve los problemas” (Corporación Latinobarómetro, 2023).

Los estadounidenses también han mostrado estas tendencias regresivas. El récord de descontento con la forma en que funciona la democracia en el país supuso alcanzar un nuevo mínimo de 28% de ciudadanos satisfechos. Este retroceso se atribuye al malestar económico, a la creciente hostilidad entre los partidos políticos, a las preocupaciones sobre las garantías electorales y a la desaprobación de la gestión de las instituciones, entre otros (Gallup, 2024). Adicionalmente, algunos estadounidenses han perdido el interés en la política del país y consideran que, en general, es mejor evitarla. No se sienten representados por ninguno de los partidos o los perciben demasiado extremistas. Además, muchos cuestionan la negatividad en la política actual, por la excesiva confrontación y la inacción ante los temas en verdad importantes para la gente común (Pew Research Center, 2024).

Las sociedades actuales enfrentan al mismo tiempo una fatiga política y otra democrática, a las que se les apareja una fatiga informativa (Newman, 2022; 2023; 2024). Ese agotamiento desincentiva el interés, la participación y la movilización de muchos ciudadanos; sin embargo impulsa a otros, tanto a líderes oportunistas como a sus seguidores, ubicados en el extremismo, el populismo y el autoritarismo, los cuales se aprovechan de las garantías democráticas para primero hacerse un lugar, atacar el orden establecido y luego debilitar o desaparecer a las instituciones, una vez que han accedido al poder. Así la política sufre una pérdida en cuanto a sus reglas de

juego, contenido y funciones sociales. Snyder (2017) destaca que ahora los líderes “no piden ser comprendidos en sus propuestas y decisiones sino que les tengan fe”.

Castells (2020) se refiere a estas circunstancias como “crisis de legitimidad”, que afecta tanto a sociedades con democracias consolidadas como a las que transitan el autoritarismo, y además implica que “se rompe el vínculo subjetivo entre lo que los ciudadanos piensan y quieren y las acciones de aquellos a quienes elegimos y pagamos”. Surge así una nueva legitimidad construida “en torno a un discurso que proyecta un rechazo general al estado de cosas, prometiendo la salvación mediante la ruptura con ese orden enquistado en las instituciones”. La deriva paulatina y con apariencia de legalidad en el autoritarismo “no siempre hace saltar las alarmas” y la ciudadanía suele tardar en darse cuenta del desmantelamiento de la democracia (Levitsky & Ziblatt, 2018).

La intensa y permanente hostilidad política, la simplificación dicotómica y los temas posicionales de los líderes, así como la imposibilidad de diálogo y de negociación entre los partidos y sus dirigentes, en un entorno híbrido de la comunicación social que propicia esta conflictividad, están generando hastío en las personas, lo cual a su vez las margina de la conversación pública y de la vida política. No obstante, no solo los líderes y los profesionales de la política, ni los medios de comunicación y los periodistas en las noticias, están implicados en este curso destructivo del orden y la convivencia; también involucra a una parte de los ciudadanos, y en particular a usuarios de las redes sociales e Internet.

El primer problema de la dinámica de ruptura es su forma de circularidad y su movimiento centrípeto. Este proceso conlleva su retroalimentación, no solo porque el conflicto no tiene fin ni salida en sí mismo, sino también porque las propias fuerzas de la comunicación política son atraídas hacia el centro de este circuito. Mientras tanto –segunda cuestión problemática–, las sociedades se van fracturando, perdiendo el sentido de lo común y su cualidad de gobernables, al tiempo que la política –la que potencialmente puede restablecer la convivencia, el orden, y su estabilidad y gobernabilidad– también va perdiendo su marco de acción y sus medios.

Esta exposición se fundamenta, como hipótesis, en que esta marcha destructiva de la sociedad y de la política puede revertirse. Para esto, como objetivo de este trabajo, es necesario indagar acerca de dicha realidad y explorar las alternativas para enfrentar la problematización del campo, en el ámbito del concepto de la política de proximidad que se propone y argumenta. Esta perspectiva se dirige a proponer algunas categorías conceptuales y prácticas, tanto para su definición y comprensión como para su implementación, las cuales pueden contribuir a repotenciar los fines y los resultados de la comunicación política, tanto en su dimensión electoral como en la gubernamental.

Los objetivos y acciones estratégicas de muchos líderes políticos y sus equipos, aunque legítimos en su naturaleza, están respondiendo y a su vez se sustentan en unas condiciones contextuales favorables a la personalización y a la teatralización, por una parte, pero también a la hostilidad y a la polarización, por la otra, lo que retroalimenta la espiral perversa de conflictividad. Uno de los indicadores de esta situación es que el discurso

político se está volviendo autorreferencial, centrado en los políticos por sí mismos y en sus intereses, como si fueran los únicos actores y solo sus temas los importantes, lejos de las preocupaciones y expectativas generalizadas o haciendo un mal uso de estas (Rojas-Calderón, 2022).

El clásico trabajo de Edelman (1991) había advertido que un problema social, un líder o un enemigo son, al mismo tiempo, una entidad y un significante. Así, estos problemas entran en el discurso y por lo tanto en la existencia como refuerzos de las ideologías, no simplemente porque estén allí o sean importantes para el bienestar. En realidad, el carácter político de los problemas, líderes y adversarios se encuentra dado porque la controversia sobre sus significados no está determinada. La política no gira alrededor de los temas que generen consenso, los hechos pertinentes, sus significados ni los cursos de acción racional.

En este mismo orden, Mazzoleni & Schulz (1999) apuntaron sobre la distorsión del proceso político por parte de los medios y esto implica que los espectáculos mediáticos han disminuido, si no han llegado a reemplazar por completo, el debate de ideas, problemas e intereses vitales de las personas, y ha degradado a los votantes del trato de ciudadanos a consumidores pasivos de la política mediatizada. En esta lógica de mercado, tanto los medios como los actores políticos están más interesados en la consecución de sus objetivos egoístas, a costa de sacrificar sus ideales normativos en cuanto explicar los problemas principales y diferentes perspectivas a los ciudadanos. Particularmente, los actores políticos subordinan los asuntos sustanciales a cuestiones simbólicas que puedan generar una mayor atención pública y, por lo tanto, ganancias electorales (Landerer, 2013).

Los políticos se mueven en un terreno simbólico que tiene la propiedad de ser negociado, tanto en una aparente proximidad a la experiencia cotidiana, al día a día de la gente, como también envueltos en los imaginarios de los medios masivos, a su vez parte y agentes de la experiencia cotidiana. Se concede una atención prioritaria a las simbolizaciones de la política en detrimento de sus argumentos. Pudiera decirse, pues, que todos los hechos sociales son personalizados en cuanto a que todo acto o situación es reducido a quién lo protagoniza, sin importar qué se diga o qué se haga, ni en qué sentido ni por cuál razón (Abril, 2010). La atención de los medios a los problemas políticos no depende de su gravedad, sino del nivel de su atractivo dramático (Edelman, 1991).

En cuanto a la tonalidad, Mutz (2015) ha demostrado que, aunque pueda considerarse más atractiva y entretenida para llamar la atención de los ciudadanos en medio de tanta competencia, la incivildad política tiene un impacto negativo en la confianza de los ciudadanos en los actores y procesos políticos. En esta misma línea, Guerrero-Solé & Philippe (2020) han sostenido que el tono del discurso de los políticos elegidos democráticamente es fundamental en el proceso de interpretación ciudadana de lo que se entiende por debate político, así como que la inclusión de un lenguaje tóxico por su parte pudiera repercutir en una imagen negativa de la acción política y acentuar la polarización entre diferentes grupos ideológicos de la sociedad. La toxicidad se refiere en este caso a las actitudes groseras, irrespetuosas e irracionales (Majó-Vázquez et al., 2020; Wulczyn et al., 2017; Valentino et al., 2008).

Sydnor (2019), por su parte, reconoce que la negatividad y descortesía en la política han ido aumentando durante las últimas décadas, como también lo señalan otros autores en las conversaciones en redes sociales y en los debates entre políticos y expertos (Kosmidis & Theocharis, 2020). A pesar de lo perjudicial de dichos aspectos, estos últimos autores argumentan que ciertos niveles de incivildad pueden promover el interés, el compromiso político y la participación en los procesos democráticos, incluyendo las discusiones difíciles, coincidiendo con Brooks & Geer (2007). Apuntan, sin embargo, que las personas desanimadas por la descortesía no regresan a la normalidad mediante la mera presentación civilizada de los problemas.

Las noticias en las plataformas digitales, aunque también en los medios convencionales, lo mismo que los líderes políticos y los profesionales de este campo, han contribuido a generar y profundizar una sensación colectiva y permanente de conflictividad y negatividad. Esto se desarrolla tanto por la vía de la producción y difusión de informaciones como de mensajes o discursos políticos sobre las situaciones problemáticas y de crisis que no las explican, se emplean para la aclamación propia o para atacar a los adversarios, y además sobredimensionan la fatalidad. Es una contradicción determinante, si entendemos la política como la gestión de los problemas que afectan a las personas.

Esta investigación aborda este planteamiento con un sentido propositivo. Se trata, por lo tanto, no solo de recoger los indicadores de esta circunstancia que pone en entredicho el presente y el futuro del campo de acción de los líderes y los profesionales de la política. En tal sentido, se proponen usos estratégicos de la tematización en la comunicación política, así como una tipología de discursos sociales y políticos que puedan contribuir a romper este círculo vicioso, empleando los recursos de la política de proximidad que se formula y desarrolla en este trabajo.

2.- Análisis y propuesta

El sentido de problematización inherente a las situaciones configuradas por su generalización como preocupaciones personales o acerca del país, el condicionamiento ideológico de sus definiciones o marcos y las soluciones propuestas, así como la mediatización de la política y la propia naturaleza controvertida del debate público, obligan a los líderes políticos a ubicarse en un entorno de lucha simbólica permanente. El uso de los problemas sociales en estrategias políticas y electorales pueden plantearse y desarrollarse en una dimensión de proximidad, tanto entre los intereses de los líderes y las preocupaciones de las personas como entre las preferencias de los políticos entre sí, con una perspectiva más pragmática que ideológica, programática o personal.

La tematización, esto es, la priorización de unos determinados temas o problemas, así como de sus definiciones o enmarcamientos, permite transparentar los intereses y las demandas de los diferentes sectores sociales y políticos. En esta dimensión, es esperable y legítimo que los líderes se esfuercen por promover y fijar sus asuntos e interpretaciones propias en la opinión pública, así como las soluciones que proponen y las respuestas que los ciudadanos esperan de las instituciones. Sin embargo, este es el ideal democrático desafiado en la actualidad por la

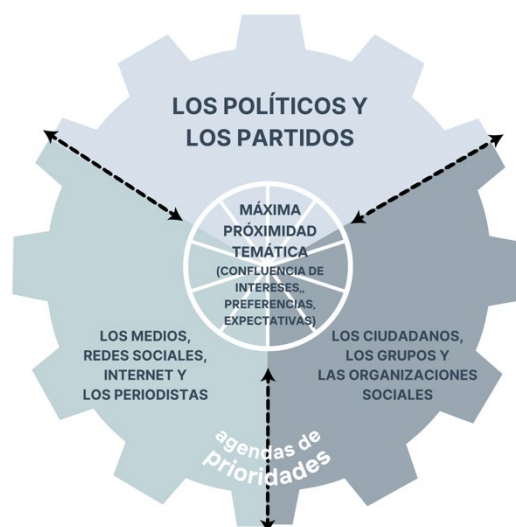
centralidad de la autorreferencialidad, la conflictividad como fin en sí mismo y la negatividad y la incivildad como recursos de atención en los fines estratégicos de los partidos y candidatos.

El carácter estratégico de los usos de los temas o problemas generalizados en el campo de la comunicación política surge, al menos, de las siguientes condiciones:

- a) Los usos estratégicos se distinguen de los usos generales de la tematización, que tienen solo la finalidad de expresión pública, es decir, de darle publicidad a las prioridades propias, sin contemplar objetivos persuasivos.
- b) Cuando se utiliza estratégicamente la tematización, en particular en la comunicación política, los mensajes o discursos son parte de un plan y persiguen reforzar o cambiar predisposiciones racionales y afectivas.
- c) Para ser considerados estratégicos, los usos de la tematización deben pertenecer o responder a estrategias específicas que los actores formulan e implementan para dominar la agenda pública y alcanzar objetivos que involucren a otros actores de la comunicación política, tanto a los adversarios como a los medios y electores, lo cual determina su carácter relacional.
- d) Los posibles usos de la tematización son también estratégicos porque su alcance va más allá de los propios actores que los implementan para lograr sus respectivos fines, dado que también inciden en el desempeño y la estabilidad de la vida democrática, en la medida en que reflejan situaciones de proximidad o de división y ruptura de la convivencia.

Como característica, en las fases electorales se identifican dos procesos convergentes de la comunicación política: se complementan, en términos de las preocupaciones de interés general y en un contexto de complejidad, las necesidades y expectativas de información y de participación de los electores y ciudadanos en general, así como de la solución de sus problemas, por un lado, y las intenciones y actuaciones estratégicas de prevalencia ideológica, programática o de personalidad de los candidatos, propias de la parte sustantiva de la política y la razón de ser de las campañas electorales, por el otro. La figura 1 ilustra la disposición de las tres agendas de prioridades temáticas y el área central de máxima proximidad de esas prioridades.

Figura 1



No obstante, cuando los políticos se centran meramente en la disputa por el poder y su propia personalidad, y solo esto determina sus acciones públicas y sus líneas discursivas, sus intereses y prioridades temáticas terminan distanciándose de las preocupaciones y demandas de los ciudadanos. Esto no solo redundaría en la desafección y la desmovilización de la mayoría de los electores –manifestado tanto en el desinterés por la política, su problematización y la insatisfacción con la democracia, mientras que otros grupos más activos se atrincheran en los extremismos–: sus consecuencias alcanzan la sociedad toda, la cual se fragmenta y descompone en su orden, al tiempo que la política pierde su sentido y deja de ser un campo de acción.

Para contrarrestar esta propensión, se promueven ámbitos de interrelación y de complementariedad de intereses, preferencias y expectativas mediante las estructuras de prioridades temáticas de los líderes políticos y de las personas, en los medios de comunicación, redes sociales e Internet. Asimismo, se formulan y proponen para la reflexión y su aplicación, en el ámbito de las actividades de los líderes y los profesionales de la política, los tipos de usos estratégicos de la tematización que se exponen a continuación:

1. La identificación, el protagonismo o la asunción como propio de uno o varios temas o problemas personales y del país, o su relevancia, que, en su caso, provienen directamente de la agenda de las preocupaciones o expectativas de los ciudadanos, o de manera indirecta a través de los medios y redes sociales. Esto implica darle visibilidad a esas temáticas y sus atributos, a partir de la amplificación y generalización de las situaciones problemáticas, que afectan tanto a la mayoría como a las minorías sociales que reivindican sus derechos y reclaman la atención pública e institucional. En tanto fórmulas estratégicas, dentro de esta categoría también se incorporan las apelaciones experienciales en el ámbito grupal, familiar o social, sobre un problema cuya afectación alcanza al candidato.

2. La proposición de soluciones –incluyendo las motivaciones a la acción–, caracterizada por reconstituir las tradicionales promesas electorales, programáticas y sobre todo pragmáticas, basadas en el reconocimiento, la identificación y la gestión inmediata o proyectada de determinadas demandas generalizadas.
3. La conciliación, la apertura o la proximidad, que contempla una actitud y tonalidad discursiva que evidencien la disposición a dialogar, a negociar y a llegar a acuerdos de base social con los adversarios, identificando y señalando posibles áreas de consenso en el diagnóstico y la solución de los problemas. Además plantea priorizar los problemas conjuntamente, o en tal caso el reconocimiento de su importancia por las partes, así como también ceder y coincidir con otros cuando sea pertinente. Estas acciones estratégicas son de difícil o imposible asunción por parte de los líderes con vocación o de partidos antisistema.
4. La afirmación en lugar de la negatividad al referirse a los problemas de interés mayoritario, mediante una actitud positiva o constructiva, poniendo el foco en las propuestas de soluciones, lo cual implica reconocer la existencia de las situaciones problemáticas en vez de negarlas y ocultarlas, sin profundizar en su problematización ni tampoco apelar a la dramatización de las circunstancias. Implica, por lo tanto, admitir los problemas como hechos o eventos de la realidad social, así como demandas públicas e interpelaciones institucionales, a las que ha de responderse con alternativas de solución, mejor si son moderadas, incluyentes y conciliadoras, es decir, constructivas y no que sumen más conflictividad y negatividad.
5. La enumeración de causas o indicadores de un problema, lo que muestra a un candidato más convincente, por el dominio del asunto, su contextualización y la capacidad reflexiva, explicativa y persuasiva que evidencia. Se trata de una práctica discursiva más allá de la sola atribución de causalidad y responsabilidad, puesto que la enumeración amplía la explicación de la situación problemática, bien sea de sus causas como de sus consecuencias, lo que a su vez perfila la presentación de posibles respuestas o soluciones, aunque incluso sean enmarcadas también en el terreno ideológico o programático.
6. La simetría para ponerse o mantenerse en el nivel de un contendiente que demuestre más control sobre una temática, bien sea porque ese adversario posee un mayor conocimiento del fondo o una mayor experiencia en la gestión de un determinado asunto público. Esto puede ocurrir también por obligación, dado el desinterés o la falta de apropiación de un líder político sobre un problema particular.
7. La diferenciación de los adversarios, utilizando marcos o encuadres de definición o diagnóstico, de soluciones o de motivaciones distintos en lo ideológico o programático, pero que no sean excluyentes en su dimensión pragmática. Se refiere menos a bienes simbólicos y más a soluciones materiales, concretas o próximas, lo que facilita la percepción y el compromiso por parte de los electores con las demandas específicas que se planteen. Este tipo de uso estratégico ha de producir más influencia si los líderes se

- involucran en los procesos de configuración de los problemas públicos antes de que actúen los medios en la esfera pública central.
8. La defensa que refuta o contraargumenta los ataques al candidato o al partido, siempre y cuando no sea en el nivel personal. En este caso es importante disponer de argumentos, datos o hechos precisos y sólidos sobre el tema o problema del que se trata.
 9. La desviación o puenteo de marcos o definiciones, en lugar de la defensa o devolución cuando se recibe un señalamiento o asociación, o cuando los medios y periodistas obligan a referirse a asuntos desfavorables o inoportunos. Esto contempla evitar los temas, los encuadres, las frases y los discursos de los contrarios que no se asuman ni se desarrollen, así como también, en consecuencia, la desviación y la conexión de estas cuestiones con otras propias y por lo tanto convenientes en el campo estratégico. Lo más común es hacerlo en otro marco o definición respecto del mismo asunto. También puede desviarse una cuestión al emplear lugares comunes o la ambigüedad, aunque es una manera menos apropiada. Este uso estratégico es éticamente contingente, porque coarta el diálogo razonado.
 10. El oportunismo o centrismo temático, que se produce cuando unos contendientes exponen posiciones radicales o extremas o son objeto de atribución de causalidad o responsabilidad por una situación problemática generalizada. Esto es aprovechado por un tercer líder político para presentarse y ofrecerse como alternativa, para lo cual propone marcos de respuestas o soluciones intermedias o equilibradas, cuando no termina desvinculándose de la cuestión.
 11. Los marcos o definiciones que fatalizan o extreman las consecuencias de un problema, cuando plantean la imposibilidad de una respuesta o solución a un problema por parte de los adversarios, estableciendo no tanto su responsabilidad, sino más bien atribuyendo una falta de capacidad o de voluntad ante determinadas situaciones problemáticas. Esto no le resta importancia al problema ni lo desobjetiva, pero el fatalismo y el extremismo en la tematización con fines políticos pueden acarrear la exclusión de los marcos o definiciones atribuidas por distintas partes. En algunos casos, supone también desautorizar o descalificar a un adversario para gestionar un problema de interés generalizado, pero sin hacer uso de la incivilidad.
 12. La concentración o focalización temática, referida a mantenerse en los temas, marcos y adversarios estratégicos, evitando hablar de todo y de todos, así como la dispersión temática y la reiteración, aunque se eludan las frases hechas y los lugares comunes. En este orden, resulta muy adecuado utilizar marcos episódicos y de interés humano, soluciones y motivaciones en las estrategias temáticas propias.
 13. La sobrevaloración temática –en alguna medida similar a la concentración–, pero que en este caso se agrupa o reduce la realidad social a un solo problema y su enmarcamiento favorable en una estrategia. Este tipo de concentración impone que las demás cuestiones se expliquen solo en la cuestión sobrevalorada.

ALFREDO ROJAS-CALDERÓN

De ese modo, la importancia de las preocupaciones de la gente se transfiere de forma exclusiva a un asunto que no tiene esa relevancia atribuida desde el principio en las definiciones colectivas, esto es, como parte de los problemas que los ciudadanos indican como los que más les afectan, tanto en la aproximación cuantitativa como en la indagación cualitativa. La concentración y la sobrevaloración conllevan la omisión de otros problemas de igual o mayor importancia, lo cual puede resultar en distanciamiento en vez de aproximación al orden temático de las preocupaciones mencionadas por los ciudadanos en torno a sus condiciones objetivas.

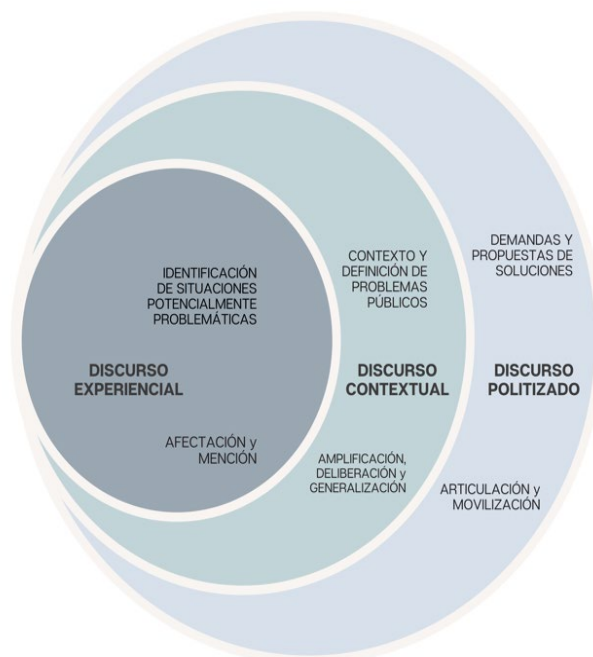
14. Los señalamientos o ataques tradicionales a los adversarios, pero mediante los marcos o definiciones que atribuyen la causalidad o la responsabilidad de un problema público, aunque también pudiera deberse a la falta de respuestas o soluciones por parte de un candidato o de su partido en alguna gestión anterior de gobierno. El riesgo de la excesiva personalización o de incivilidad en este caso se puede salvar explicando el problema y proponiendo soluciones propias.
15. La simplificación aplicada para reducir la complejidad y definir o diagnosticar un problema público, así como presentar una alternativa de solución de manera más breve, sencilla y accesible para el público. Esto no implica restarle importancia ni sustancia a una situación problemática, pero sí hacer comprensibles los problemas sociales desde sus señales objetivas más importantes, centrándose en el asunto mismo. No se refiere a la abstracción, que no permite precisar los términos de un problema, pero la concreción debe apuntar a las cualidades del problema mismo y no a factores externos, como las disputas políticas.

Cuando los discursos se centran en temas de políticas públicas sectoriales –sobre los cuales los candidatos deben expresar sus posiciones y hacer propuestas, preferiblemente con marcos de solución–, se prioriza la difusión de información a los votantes para que tomen sus decisiones con fundamento, incluso cuando, del mismo modo, esas referencias estén sujetas a sus fines estratégicos. Sin embargo, es diferente cuando los intercambios entre los líderes están dominados por referencias a las contradicciones, controversias y conflictos relacionados con la política como campo de acción, a la democracia como sistema y al Gobierno como opuesto, dado que estos se definen como metatemas que limitan las respuestas a los problemas concretos y distorsionan el propósito de la información política y electoral.

Los problemas de estabilidad política y de gobernabilidad democrática reflejan un malestar en la sociedad y en el orden de convivencia. Aunque las situaciones problemáticas más inmediatas, cotidianas y específicas de personas y grupos son las más fáciles de identificar y definir, esto no significa que los problemas políticos no afecten la vida de las personas. Pero la escasa referencia o el vaciado de contenido en los intereses, preocupaciones y expectativas de las personas sobre el país –por ejemplo, cuando se apela a lugares comunes o frases huecas, se elude la trascendencia y las soluciones de los problemas o no se asume la responsabilidad o el compromiso de gestión futura– hace que se desnaturalicen los mensajes de los políticos.

Si bien es legítima la visibilización de los intereses de los distintos líderes y partidos –lo cual además siempre es deseable para la democracia, como lo es incluso un mínimo de confrontación política para los ciudadanos–, no obstante, esto resulta contraproducente cuando los marcos y definiciones se descartan recíprocamente de manera absoluta. En estas ocasiones, los actores políticos se esfuerzan en excluirse y no en encontrarse durante la discusión sobre las preocupaciones generalizadas, ni siquiera en el intercambio de puntos de vista; lo cual dificulta, y en cierta medida imposibilita, la adopción de decisiones públicas con base técnica y aceptación social para la solución de los problemas principales.

Además de los usos estratégicos de la tematización expuestos, la implementación de la política de proximidad se apoya en la delimitación y descripción de tres tipos de discursos: el más próximo a la gente, vinculado a su cotidianidad. Otro más contextualizado, en el que los problemas se proyectan socialmente. Y el politizado, que es de unos pocos y muchas veces distanciado de lo que las personas perciben y definen como realidad social. La narrativa experiencial se vincula con la identificación de situaciones de mal funcionamiento y comprende, generalmente, la gestión de las soluciones con recursos propios. El discurso contextual comprende la puesta en relación y la generalización de las preocupaciones personales, que pasan a ser sociales y públicas, con fundamento en las causas y consecuencias de los problemas. De este nivel surgen las definiciones colectivas. Por último, la enunciación más politizada supone funciones de articulación y formulación de propuestas y demandas de respuestas ante las instituciones públicas. La figura 2 resume esta tipología.



ALFREDO ROJAS-CALDERÓN

A partir del presente mapa de potencialidades de la política de proximidad temática, se puede asignar una mayor precisión a las estrategias discursivas destinadas a la búsqueda de identificación, representación y liderazgo. Primero, es necesario investigar las percepciones y las preocupaciones de las personas, de preferencia en las conversaciones sociales cotidianas. En este sentido, el vecino se informa, conversa y decide tanto en la calle como en las aplicaciones de mensajería y en las redes sociales. Ahí está el protagonismo que debe usarse estratégicamente. La política de proximidad plantea la vuelta a la gente y la vuelta de la política.

Nadie votaría en su contra: por lo tanto, ese es el sentimiento de identificación que los líderes políticos deberían proponerse en sus campañas de comunicación electoral. Una forma es ponerse, mostrarse y sentirse en el lugar del ciudadano y del votante, en su día a día, en sus preocupaciones y también en sus expectativas. Los contenidos deben ser más transversales y menos ideológicos y partidistas; hoy existen nuevas conexiones y referentes que deben guiar la acción política. Es el tiempo de lo concreto, de las soluciones materiales, y no de las grandes generalidades, las luchas ideológicas tradicionales o los bienes simbólicos.

3.- Conclusiones

Los tiempos actuales son política y socialmente convulsos. Las sociedades están siendo amenazadas por pequeños pero repetitivos y cada vez más significativos episodios de inconvivencia, a la vez que por profundas crisis constitutivas que reclaman de los líderes políticos prudencia, en lugar de arrogancia en sus actuaciones estratégicas, y moderación, en vez de radicalismo en sus mensajes públicos. Más allá de un mínimo de dialéctica que los ciudadanos y los electores aprecian, también esperan que los políticos hablen, se entiendan, negocien y lleguen a acuerdos sobre los problemas que les afectan y que generan incertidumbre sobre el futuro propio y de su familia. La distancia existe ante las prioridades de la gente, pero también ante la normalidad de la vida pública.

Este ensayo se ubica en la perspectiva de la aplicabilidad del conocimiento acerca de la configuración de los problemas públicos en la comunicación política y, particularmente, con relación a los mensajes políticos y electorales. Asimismo, da por cumplido su objetivo general de formular los usos estratégicos de la tematización política, aunque aún es posible seguir profundizando en dicha línea. Estas ideas conducen a pensar en las posibilidades y dificultades de interacción entre los líderes políticos entre sí, por una parte, y entre estos actores y los ciudadanos, por otra.

En esta dirección, se pueden identificar y clasificar dos tipos de brechas: una semántica según la cual –al omitir o referirse a las mismas situaciones de la realidad, pero con menciones y definiciones distintas de los problemas– se dificulta establecer un espacio de sentido común en el cual entenderse y acordarse de cara a la tramitación de las demandas. La otra brecha es utilitaria, entendida como un conflicto de intereses contrapuestos que sintetiza la lucha por el poder. Lo crítico de ambas rupturas es la exclusión mutua, lo que impide el reconocimiento del otro, lo mínimo que exigen la política y la democracia.

ALFREDO ROJAS-CALDERÓN

La interpretación de la problematización de la política para los ciudadanos recoge la idea de la no representación, esto es, los políticos solo hablan y se ocupan de sí mismos, de sus propios intereses y de la confrontación partidista del día a día, lo cual implica la ausencia de empatía con los problemas de la gente. Ello trasluce la distancia temática.

Los problemas o preocupaciones generalizadas pueden usarse estratégicamente en las campañas de comunicación, con fines de proximidad. Algunos de estos usos son la identificación, el protagonismo o la asunción como propio de uno o varios temas o problemas principales, o su relevancia; la proposición de soluciones, incluyendo las motivaciones a la acción; la conciliación, la apertura o la proximidad; la afirmación en lugar de la negatividad al referirse a los problemas públicos; la enumeración de causas o indicadores de un problema; la simetría para ponerse o mantenerse en el nivel de un contendiente que demuestra más dominio sobre una temática. La ruptura entre las cuestiones ciudadanas y las agendas de los otros dos actores de la comunicación política, retroalimentadas entre sí, afianzan la desconfianza y el desencanto público, lo cual termina por alentar más el conflicto político y los problemas de convivencia. Ello también tiene un efecto retroactivo sobre la agenda de los medios, siempre atraídos por esas circunstancias a las que otorgan gran espacio, mientras al mismo tiempo se retorna a la agenda política. Este aspecto vuelve a determinar la autorreferencialidad, pero aquí la esfera política se muestra mucho más fragmentada que las otras dos y su alcance es societal. Lo antes dicho se explica en la dimensión de la tematización; en cierta manera, las crisis políticas se mantienen en el tiempo e incluso se profundizan mientras se deteriora la conversación pública.

4.- Referencias

Abril, G. (2010). Cultura visual y espacio público-político. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 15, 21-36.

Recuperado de <https://bit.ly/3uLKRuz>

Berry, J. M., & Sobieraj, S. (2014). *The Outrage Industry: Political Opinion Media and the New Incivility*. Oxford University Press.

Brooks, D. J., & Geer, J. G. (2007). Beyond Negativity: The Effects of Incivility on the Electorate. *American Journal of Political Science*, 51(1), 1-16. <http://www.jstor.org/stable/4122902>

Castells, M. (2020). *Ruptura. La crisis de la democracia liberal*. Alianza Editorial.

Corporación Latinobarómetro (2023). *Latinobarómetro 2023*. <https://bit.ly/3OPXWKj>

Edelman, E. (1991). *La construcción del espectáculo político*. Manantial.

European Commission (2023). *Eurobarometer 2023*. <https://bit.ly/4bPfkJ6>

Gallup (2024). Record Low in U.S. *Satisfied With Way Democracy Is Working*. <https://bit.ly/3SRUCPN>

Guerrero-Solé, F., & Philippe, O. (2020). La toxicidad de la política española en Twitter durante la pandemia de la COVID-19. *Hipertext.net* (21), 133-139. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2020.i21.12>

Kosmidis, S., & Theocharis, Y. (2020). Can Social Media Incivility Induce Enthusiasm? Evidence from Survey Experiments. *Public Opinion Quarterly*, 84(1), 284-308. <https://doi.org/10.1093/poq/nfaa014>

Landerer, N. (2013). Rethinking the Logics: A Conceptual Framework for the Mediatization of Politics. *Commun Theor*, 23, 239-258. <https://doi.org/10.1111/comt.12013>

Levitsky, S., & Ziblatt, D. (2018). *Cómo mueren las democracias*. Ariel.

Majó-Vázquez, S., Nielsen, R. K., Verdú, J., Rao, N., De Domenico, M., & Papaspiliopoulos, O. (2020). *Volume and Patterns of Toxicity in Social Media Conversations during the COVID-19 Pandemic*. Reuters Institute. University of Oxford. <https://bit.ly/3wCHSoL>

Mazzoleni, G., & Schulz, W. (1999). Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy? *Political Communication*, 16(3), 247-261. <https://doi.org/10.1080/105846099198613>

Mutz, D. C. (2015). *In-Your-Face Politics: The Consequences of Uncivil Media*. Princeton University Press.

Newman, N. (2024). *Journalism, media, and technology trends and predictions 2022*. Reuters Institute for the Study Journalism. University of Oxford. <https://bit.ly/3T7oyJh>

Newman, N. (2023). *Journalism, media, and technology trends and predictions 2022*. Reuters Institute for the Study Journalism. University of Oxford. <https://bit.ly/3uJMOYx>

Newman, N. (2022). *Journalism, media, and technology trends and predictions 2022*. Reuters Institute for the Study of Journalism. University of Oxford. <https://bit.ly/3SOMdwz>

Pew Research Center (2024). *Tuning Out: Americans on the Edge of Politics*. <https://bit.ly/3uR38GP>

Rojas-Calderón, A. (2022). Los mensajes políticos y las agendas de la opinión pública. Los usos estratégicos de la tematización en los debates electorales de las generales de 2019 en España. En Mancinas, R., & Figueroa, J. (Coords.). *El poder de la comunicación: actores, estrategias y alternativas*, 14-59. Dykinson.

Snyder, T. (2017). *Sobre la tiranía. Veinte lecciones que aprender del siglo XXI*. Galaxia Gutenberg.

Sydnor, E. (2019). *Disrespectful Democracy: The Psychology of Political Incivility*. Columbia University Press.

Valentino, N. A., Hutchings, V. L., Banks, A. J., & Davis, A. K. (2008). Is a Worried Citizen a Good Citizen? Emotions, Political Information Seeking, and Learning via the Internet. *Political Psychology*, 29, 247-273. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2008.00625.x>

Wulczyn, E., Thain, N., & Dixon, L. (2017). Ex Machina: Personal Attacks Seen at Scale. En *26th International World Wide Web Conference, WWW 2017*, 1391- 1399. <https://doi.org/10.1145/3038912.3052591>