

Actuales dilemas de la Comunicación Política. Comunicación disruptiva, cultura cívica y populismo

Current Dilemmas of Political Communication. Disruptive Communication, Civic Culture and Populism

Carlos M. Rodríguez Arechavaleta*

Recibido el 6 de septiembre de 2024

Aceptado el 10 de enero de 2025

Resumen

La reciente literatura sobre Comunicación Política enfatiza en la digitalización de todos los aspectos de la infraestructura social, institucional y técnica de la comunicación pública, así como la deslegitimación de los antiguos flujos autorizados de información que conformaban las agendas públicas, la desprofesionalización del periodismo y la confrontación de las instituciones democráticas por los intereses comerciales, los grupos populistas y las intervenciones disruptivas externas. El artículo desarrolla argumentos sobre estas problemáticas y propone una ilustración de la transformación del objeto de estudio de la Comunicación Política, la subversión de su racionalidad normativa e interpretativa, la complejidad generada por la digitalización y las redes sociales, así como los retos culturales e institucionales para las democracias liberales. Un objetivo importante es subrayar como el nuevo sistema de medios híbridos, especialmente, la infraestructura digital, produce una esfera pública disonante caracterizada por la implosión de voces contestarias y la desconexión social, y en esta emergente pluralidad de espacios híbridos —interpersonales y en redes sociales—, se producen las expresiones de una nueva cultura cívica performativa, caracterizada por la visualidad, la fugacidad, el intimismo, el carácter lúdico, la sátira y la afectividad. El potencial disruptivo de estas nuevas condiciones tecnológicas y culturales favorece la emergencia de nuevos cleavages y líneas de conflictos que acentúan el déficit de representación de los partidos políticos tradicionales y los exitosos liderazgos y partidos populistas.

* Profesor-Investigador en el Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México. ORCID: 0000-0002-1188-2403. carlos.rodriguez@ibero.mx

Palabras claves

Comunicación política; comunicación disruptiva; esfera pública; agenda pública política; cultura cívica; populismo.

Abstract

Recent literature on Political Communication emphasizes the digitalization of all aspects of the social, institutional and technical infrastructure of public communication, as well as the delegitimization of the old authorized flows of information that shaped public agendas, the deprofessionalization of journalism and the confrontation of democratic institutions by commercial interests, populist groups and disruptive external interventions. The article develops arguments on these issues and aims to illustrate the transformation of the object of study of Political Communication, the subversion of its normative and interpretive rationality, the complexity generated by digitalization and social networks and the cultural and institutional challenges for liberal democracies. An important aim is to highlight how the new hybrid media system, especially the digital infrastructure, produces a dissonant public sphere characterized by the implosion of dissenting voices and social disconnection, and in this emerging plurality of hybrid spaces -interpersonal and on social networks-, the expressions of a new performative civic culture are produced, characterized by visuality, transience, intimacy, playfulness, satire and affectivity. The disruptive potential of these new technological and cultural conditions favors the emergence of new cleavages and lines of conflict that accentuate the representation deficits of traditional political parties and successful populist leaderships and parties.

Keywords

Political communication; disruptive communication; public sphere; public political agenda; civic culture; populism.

Overall, the third age is seemingly home to both Machiavellian and discursive models of politics.

Blumler y Kavanagh, 1999.

Introducción

La reciente literatura de Comunicación Política discute, con cierta perplejidad, el componente disruptivo de la esfera pública (Bennett y Pfetsch, 2018; Dahlgren, 2005), el orden de la desinformación —comunicación disruptiva— y el declive de las instituciones democráticas (Bennett y Livingston, 2018; Bennett y Entman, 2001). Además, autores diversos reconocen que los sistemas tradicionales de comunicación política en las democracias occidentales han sido desestabilizados por cambios importantes en los componentes estructurales, representacionales e interaccionales de la esfera pública, así como los siguientes factores: el incremento de la heterogeneidad sociocultural y la diferenciación de las audiencias y públicos, la crisis de representación e intermediación de las instituciones y actores políticos, el crecimiento de medios y los canales de información con los respectivos cambios en los formatos e hibridación de géneros y la erosión de la identidad profesional del periodismo (Papathanassopoulos y Negrine, 2015; Brants y Voltmer, 2011; Bennett e Iyengar, 2008; Dahlgren, 2005; Blumler y Gurevitch, 2000).

Así, el núcleo fundamental de la Comunicación Política, entendido como la disputa de actores públicos por imponer temas de interés en la agenda pública política, se ha vuelto caótico, ineficiente e impredecible. La des-institucionalización de las agendas política, mediática y cívica y la multiplicidad de canales, voces y expresiones han limitado el efecto de focalización temática de estas agendas y convierten a la esfera pública y a la esfera virtual en espacios de expresión cacofónica y personalista, campo fértil para los *fake news* y la postverdad. Como resultado, componentes fundamentales de la gobernanza democrática como la confianza cívica, la transparencia y la rendición de cuentas de los gobiernos, la participación política-electoral informada, la deliberación pública como fundamento de las decisiones gubernamentales, y la propia percepción del ciudadano sobre la democracia se ven profundamente afectados.

Esta fractura en el cemento comunicativo de las democracias ha generado efectos disruptivos e imprevisibles. El componente de certeza y legitimidad de las elecciones se ha debilitado; la des-institucionalización del sistema de partidos y los mecanismos de intermediación y representación política; la emergencia de los liderazgos outsiders antisistema y la eficacia de la nueva narrativa populista; así como la creciente polarización del electorado con su respectivo impacto sobre los procesos de construcción de consensos.

El artículo amplía los argumentos sobre estas problemáticas, e intenta ilustrar la magnitud de la mutación del objeto de estudio de la Comunicación Política, la inoperancia de sus supuestos de racionalidad para explicar las nuevas relaciones

entre los diversos actores de la comunicación pública, la complejidad generada por la digitalización y las redes sociales, y las nuevas dinámicas y retos de las democracias liberales.

La transformación de la esfera pública: del *consenso deliberativo* a la *disonancia pluralista*

La *Comunicación Política* es un componente fundamental de la democratización. Como proceso político y como disciplina científica ha desarrollado un marco teórico-analítico para interpretar los fundamentos comunicativos de la política; es decir, la relación entre el poder político y los medios masivos de comunicación en sus diversos formatos, géneros narrativos, códigos profesionales, procesos editoriales y sus impactos sobre la cultura y el comportamiento político de los diversos públicos. Su objeto de estudio podría resumirse en la competencia *estratégica* entre las diversas narrativas *justificativas* de posicionamientos de diversos actores con vocación, interés y/o legitimidad pública para controlar la agenda pública política y su impacto en el interés del público y la sociedad civil. Esta competencia estratégica produce diversas *interacciones comunicativas* o debates sobre temas de interés general o de sectores específicos, siempre en un área de manifiesta visibilidad, apertura y accesibilidad (Rabotnikof, 2008), bajo condiciones de una generalizada e igualitaria *participación dialógica informada* (Adult, 2012) y una cierta *moralidad universalista* (Alexander, 2007).

La esfera pública constituye, entonces, un espacio abstracto donde los ciudadanos discuten los temas de interés general bajo condiciones de libertad e igualdad y ese *civismo discursivo* (Adult, 2012) produce una expresión crítica de la ciudadanía hacia las instituciones políticas conceptualizada como *opinión pública* (Habermas, 1981). En otros términos, es un foro de intermediación “entre deliberaciones organizadas en arenas formales e interpersonales informales tanto en la cima como en la base del sistema político” (Van Dijk y Hacker, 2018, cit. en Pfetsch, 2020). El potencial de las interacciones comunicativas de los diversos actores con recursos expresivos y/o legitimidad pública define la calidad deliberativa de la democracia. La deliberación es entonces una forma de cooperación política cuya finalidad es el intercambio de argumentos y justificaciones sobre una *decisión colectiva óptima* en condiciones conflictivas de desacuerdo (Monsiváis, 2014).¹ El componente deliberativo garantiza así la racionalización del conflicto, la produc-

1 Para Thompson, el elemento clave que define a la democracia deliberativa es “ante un estado de desacuerdo, ¿cómo pueden los ciudadanos alcanzar una decisión colectiva legítima? Los primeros dos aspectos el problema, desacuerdo y decisión, caracterizan las circunstancias de la democracia deliberativa. El tercero, la legitimidad, prescribe el proceso mediante el cual, bajo tales circunstancias, las decisiones colectivas pueden ser justificadas moralmente a aquellos que quedarán sujetos a ellas” (2008, pp. 502-503).

ción de consensos vinculantes (Pfetsch, 2020), la cohesión social y la integración política en los diversos modelos de la democracia liberal (Marx Ferree et al., 2002).

A pesar de su énfasis ideal y normativo, este modelo de inspiración habermasiana, con su eficiencia cohesiva y funcional enmarca el desarrollo de los estudios de Comunicación Política durante décadas. Nutrido por las investigaciones empíricas, conceptos y teorizaciones sobre los efectos de medios y de comportamiento político-electoral de la Ciencia Política, y asumiendo como premisa la legitimidad de los actores, canales y procesos implicados en la comunicación política y su capacidad para afectar las opiniones, la cultura cívica y el comportamiento de los ciudadanos (Bennett e Pfetsch, 2018), el modelo enfatiza la capacidad selectiva y los procesos editoriales institucionalizados de construcción de la información en las agendas de los actores implicados.

Así, los actores políticos construyen su agenda informativa a partir de reglas explícitas e implícitas compartidas, las cuales dotaban de cierta institucionalidad al debate político (figura 1). Tanto los políticos en funciones de gobierno como la oposición, la oficina de la presidencia o del primer ministro, los jefes de las bancadas parlamentarias, los partidos políticos y grupos de presión justificaban públicamente sus posicionamientos a través de las agencias de comunicación o *voceros* autorizados que respetaban los códigos de la comunicación pública, focalizándose en ciertos temas de interés estratégico para sus organizaciones partidistas a partir de consensos deliberativos previos para la construcción de la *agenda política*.

Por su parte, los medios de comunicación masiva establecían la *agenda setting* al transferir su selección de temas relevantes al interés y la atención del público (McCombs, 2006), y su *encuadre* —*framing*— del contenido de la noticia en una idea organizativa central, aportando un contexto de significados a partir de un proceso de selección, énfasis, exclusión y elaboración de la información (Weaver et al., 2008). El periodismo, regido entonces por reglas para la elaboración de la noticia política —*news making*— orientado por criterios de objetividad, imparcialidad y equilibrio informativo como garantes de la credibilidad pública. A pesar de la diversidad de formatos, enfoques de contenidos y estilos, la noticia política respondía a las motivaciones de *target* de audiencias con preferencias definidas de consumo mediático y políticas. La tradición de consumo mediático, el nivel de sofisticación cognitiva y la cultura cívica de una determinada sociedad condicionaban su exposición e interiorización de las agendas de políticos y medios masivos, así como su potencial de construir agenda cívica y producir acciones colectivas confrontativas en la esfera pública.

Como se puede apreciar, este modelo definido por Blumler como “esencialmente piramidal en una pendiente que va de la política a los medios y a las audiencias” (2016, p. 27), parte de reconocer la compleja relación simbiótica entre la *mediatización* de la política protagonizada por los medios electrónicos y el uso político instrumental de estos para fines políticos (Mazzoleni y Schulz, 2010). Este modelo tradicional de la Comunicación Política (figura 1) explica la *agenda pública*

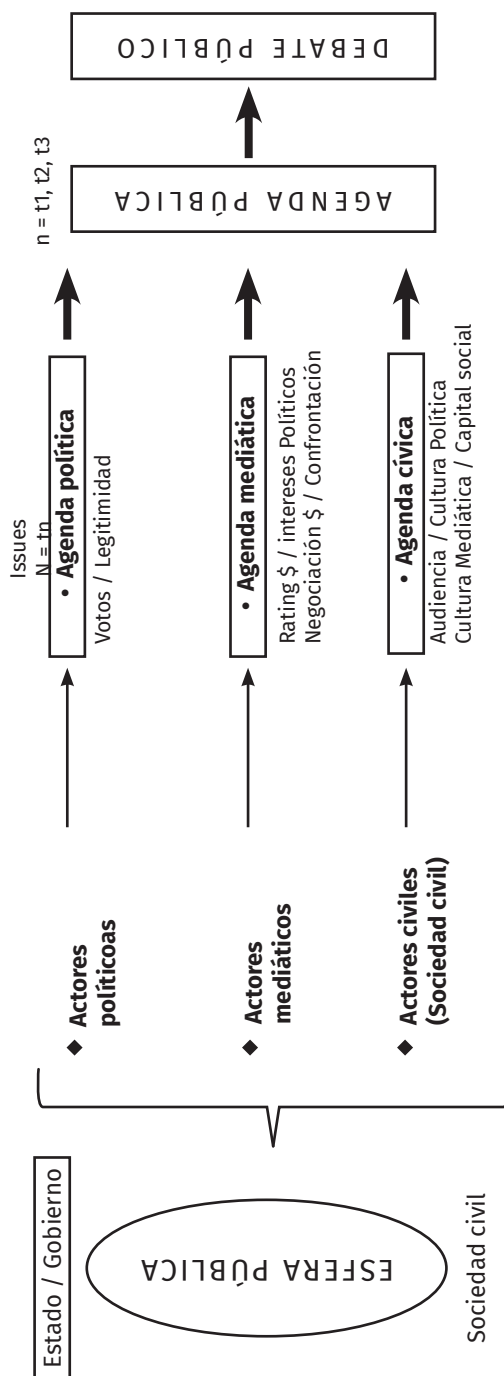
política como el resultado de una interacción dialógica entre actores estratégicos interesados en maximizar su visibilidad e influencia pública con fines de legitimidad (actores políticos), ganancias económicas (medios masivos) y de agencia (asociaciones cívicas), y estará formada por un subconjunto de temas que sintetizan el énfasis de las tres agendas, y por tanto, activan el potencial de polémica y deliberación pública. La información pública se rige así por canales autorizados de información que interactúan con el mainstream de medios masivos y sectores activos de las audiencias.

Sin embargo, este modelo de esfera pública, a pesar de su funcionalidad, ha sufrido en la última década una transición importante provocada por cambios de largo plazo en la infraestructura tecnológica de la comunicación y la cultura política de las democracias liberales. La *digitalización* de la esfera pública y los cambios en los medios han contribuido a la fragmentación de las audiencias, y al mismo tiempo, la cultura política se ha caracterizado por la desafección y la desconfianza hacia las instituciones democráticas (Brants y Voltmer, 2011). La cuarta etapa de la Comunicación Política (Blumler, 2016) se ha caracterizado por la penetración de la *digitalización* en todos los aspectos de la infraestructura social, institucional y técnica de la comunicación pública, la deslegitimación de los antiguos flujos autorizados de información que conformaban las agendas, la desprofesionalización del periodismo y la confrontación de las instituciones democráticas por los intereses comerciales, los grupos populistas y las intervenciones disruptivas externas (Bennett y Livingston, 2018; Bennett y Pfetsch, 2018; Dahlgren, 2005). Derivado de lo anterior, la esfera pública se ha transformado de un espacio de interacciones dialógicas y consensos vinculantes a una multiplicidad de arenas fragmentadas, disruptivas, disonantes y contenciosas (Pfetsch, 2020).

La *ciber-transformación* de la esfera pública (Dahlgren, 2005) ha implicado la emergencia de un *sistema de medios híbridos* (Chadwick, 2011, cit. en Pfetsch, 2020) compuesto por múltiples pero poco acoplados actores, grupos y sitios que han reposicionado los medios tradicionales ante el embate de los medios digitales y las redes sociales, generando nuevas dinámicas de construcción de agenda y movilización política ante la pérdida de la posición exclusiva de las élites políticas como fuentes de noticias. La infraestructura de la información política ha transitado a una más diversa, diferenciada, volátil y menos organizada, pues una vasta multitud de canales y una gran dispersión de actores compiten por una dinámica economía de la atención en la sociedad en general con efectos negativos para la comunicación política (Pfetsch, 2020; Blumler, 2016).² La heterogeneidad y fluidez de los roles, las formas de producción de la información y los vínculos entre productores y audiencias ha incentivado nuevas formas de *desintermediación*, y al

2 Blumler (2016) señala los efectos nocivos de la intensa competencia por la atención de las audiencias para el periodismo político, ya que los mensajes deben ser más atractivos que lo que quieren transmitir de manera sustantiva. Por otra parte, los políticos y los líderes de opinión tratan de adaptar sus ofertas de mensajes a los valores noticiosos percibidos, las rutinas de las redacciones y la cultura periodística prevaleciente en los principales medios de sus sociedades.

Figura 1. El modelo tradicional de Comunicación Política



Fuente: Elaboración propia.

mismo tiempo, una mayor *fragmentación* y *targetización* de las audiencias a partir de algoritmos orientados a la publicidad comercial (Pfetsch, 2020; Rasmussen, 2012; Gandy Jr., 2001).

El sistema de medios híbridos, y especialmente la infraestructura digital, ha aumentado exponencialmente la *polivocalidad* —dispersión de las voces— y la *diversificación centrífuga* de la comunicación con su énfasis contestario (Blumler, 2016), cuyos efectos son la desconexión y el debilitamiento de los vínculos sociales, así como la apatía, la desconfianza, la intolerancia y los sentimientos de odio en una *esfera pública disonante* (Koc-Michalska et al., 2023). En palabras de Waisbord, “un mundo de conexiones mediadas coexiste con múltiples desconexiones” (2016, cit. en Pfetsch, 2020).

Por su parte el debate público se caracteriza por una multitud de nuevos actores desde la periferia, contra-públicos y actores de la sociedad civil (blogueros, activistas en red, periodistas ciudadanos, influencers, defensores de temas y causas específicas on-line, agencias y consultores digitales, etc) los cuales operan según su propia “lógica de medios” y velocidad acorde a sus propios intereses, alejados de las normas éticas y profesionales del periodismo pero con una gran capacidad de movilización y coordinación de acciones sociales (Blumler, 2016). Estas nuevas divisiones en los roles de la comunicación retan el control de la agenda política por parte de las elites políticas, la función de agenda setting de los medios públicos tradicionales, así como la función de porteros -gatekeepers- de los periodistas. Los políticos ya no dependen de las noticias de las salas de prensa, y las audiencias pueden interactuar de forma directa *online* con los gobiernos y partidos. Sin embargo, el repertorio de estos actores es diverso, confuso, temporal, a corto plazo y opaco en un espacio obicuo de realidad virtual en red (Pfetsch, 2020).

Brants y Voltmer (2011) subrayan el carácter ambiguo, contingente y contradictorio que define a la *mediatización* planteada por Mazzoleni y Schulz (2010) en la tercera etapa de la Comunicación Política (Blumler y Kavanagh 1999), y reconocen cómo la profesionalización de las estrategias de campaña —y la Comunicación Política en general— ha generado un cambio importante en los roles y la interacción entre los actores políticos y los medios masivos. Los nuevos roles periodísticos y las nuevas tendencias del periodismo adversarial e interpretativo se posicionan como una amenaza a los roles tradicionales de los políticos como generadores de noticias políticas y líderes de opinión pública, por lo que los políticos comienzan a evaluar las limitaciones y la rentabilidad de la comunicación estratégica (Brants y Voltmer, 2011). Según los autores, la existencia de un público activo y el potencial del internet contrarrestan la linealidad asumida por las etapas de la Comunicación Política planteadas por Blumler y Kavanagh (1999) y Blumler (2016).

Para ilustrar los cambios en la Comunicación Política, los autores citados (Brants y Voltmer, 2011) contraponen a la hipótesis de la *mediatización*, ubicada en un eje horizontal, una dimensión vertical que ilustra el complejo vínculo entre las elites tradicionales de la Comunicación Política —los actores políticos y los medios tradicionales— y las audiencias en su condición de ciudadanos y electores

(figura 2). Sin embargo, reconocen que en las últimas décadas se ha acentuado un proceso de desconexión política y mediática, fundamentalmente en las jóvenes generaciones, las cuales han desarrollado una reacción crítica frente a la política institucionalizada y un acercamiento a esferas de comunicación alternativas o simplemente no políticas.

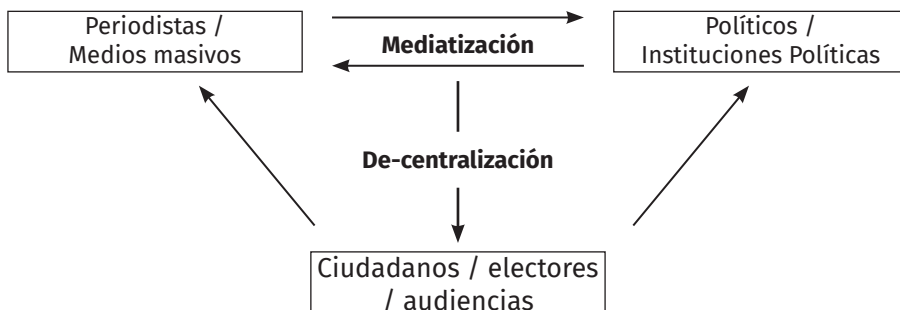
No obstante, lo anterior no significa necesariamente que la gente se haya retirado de la política por completo. En su lugar, se han creado *nuevos foros de debate público* en los márgenes del proceso político gubernamental que atraen a segmentos específicos de la población, los cuales con nuevos estilos de comunicación se centran en una gama diferente de temas, y estas *esferas públicas alternativas* proporcionan información que las personas experimentan como más relevante para su vida cotidiana que las noticias convencionales. Otra forma emergente de compromiso político es el *consumismo político* definido como la elección del consumidor de productores y productos basado en consideraciones éticas o políticas, o ambas (Ward, 2011, p. 168), reflejando un cambio en las orientaciones de los ciudadanos que se alejan de las ideologías establecidas y los valores y políticas como paquetes coherentes y se acercan a cuestiones únicas y soluciones pragmáticas. Desde este punto de vista, los partidos políticos son vistos como proveedores de servicios que ofrecen atención médica, educación, transporte público, etc., pero que ya no atraen lealtades o pasiones duraderas. En cambio, las actividades cotidianas como los patrones de consumo y las elecciones de estilo de vida se utilizan como manifestaciones de preferencias políticas que atraviesan las líneas establecidas de la política partidista.

Estas comunidades virtuales en esferas públicas alternativas desarrollan nuevas formas de interacción comunicativa y de movilización política para los sectores desconectados y desafectos del mainstrains de la política y los medios, con el riesgo de convertirse en targets de narrativas radicales antisistema. Esta comunicación operada en red o en sus propios nichos de medios o plataformas tiende a centrarse en temas más especializados y particulares, creando esferas públicas alternativas personalizadas desde las cuales los sujetos comparten sus propias noticias y fabrican los rumores. Investigaciones empíricas han confirmado que la mayor disponibilidad de fuentes de noticias políticas está acompañada de un incremento de la polarización política (Bennett & Iyengar, 2008). Además, este debilitamiento de los mecanismos tradicionales de validación de la información pública ha convertido a las audiencias en presas vulnerables de la información de mala calidad, los fake news y las narrativas de la postverdad, así como los bots, trolls, hacking desde los modelos de negocios de la industria del internet y las campañas de actores externos (Bennett y Livingston, 2018). Así la Internet, con su estructura interactiva y flexibilidad, ha modificado la posición del público de simple consumidor de la comunicación política a una *nueva ciudadanía* más

activa, creativa y expresiva que, según Brants y Voltmer (2011), puede acentuar la marginación de la política institucionalizada.³

A esta dinámica y compleja transformación de la relación entre *Mediatización* y los *ciudadanos/audiencias/electores*, representada en el eje vertical de la figura 2, los autores lo definen como *descentralización*, constituyendo el núcleo generador de nuevos problemas, hipótesis y teorías de la Comunicación Política actual.⁴

Figura 2. Cambios en la Comunicación Política



Fuente: Brants & Voltmer, 2011, p. 4.

Este *orden de la desinformación* (Bennett y Livingston, 2018) constituye el sustrato cultural y cognitivo de las democracias liberales contemporáneas.

Los cambios en la cultura cívica

Al igual que la infraestructura tecnológica de la comunicación, la cultura cívica y las prácticas políticas han cimbrado las democracias liberales en las últimas décadas. Como he referido antes, la deslegitimación de los centros formales de información pública (los políticos, partidos políticos, grupos de presión política, líderes políticos, periodistas, analistas de noticias, líderes de opinión, medios

3 Según Brants y Voltmer (2011), una consecuencia importante de la descentralización de la política es que introduce en el ámbito político lo que tradicionalmente se ha considerado una *esfera no política*. La comercialización de los medios de comunicación ha convertido a la cultura popular en una industria multimillonaria y en una parte dominante de la vida cotidiana que da forma al estilo de vida y la identidad de los ciudadanos y, a su vez, a lo que esperan de la política y los políticos.

4 Diversas investigaciones recientes han llamado la atención sobre la necesidad de revisar y sintetizar el conocimiento acumulado en el campo de la disciplina y desarrollar proposiciones teóricas y predicciones que permitan comprender los cambios provocados por las tecnologías de la información y las complejidades del sistema actual de medios híbridos (Cfr. Wolfsfeld et al., 2022; Wolfsfeld, 2022; Bennett e Iyengar, 2008).

masivos, agencias de sondeos de opinión, etc.) y la nueva ecología digital han fragmentado el espacio público, la focalización de la agenda pública política en temas de relevancia general y las prácticas comunicativas del público. Sin embargo, paralelo a estas nuevas dinámicas disruptivas de comunicación han ocurrido modificaciones importantes en los fundamentos institucionales y simbólicos de las democracias liberales.

La *cultura cívica*, entendida como las formas simbólicas y cognitivas a través de las cuales el sujeto percibe y construye su representación de la práctica política e identifica su posición en estas relaciones de poder, su sentido de pertenencia, sus posibilidades de expresión y sus expectativas sobre el futuro político, parte de la premisa que la *ciudadanía* es una forma de *agencia social* condicionada por factores culturales anclados en la *mentalidad* y los *medios simbólicos* de la *vida cotidiana*. En otras palabras, una democracia viable debe tener una estrecha conexión con las experiencias de vida de los ciudadanos, sus recursos personales y sus disposiciones subjetivas, de ahí la importancia de las dimensiones de *significación, identidad y subjetividad* (Dalghren 2009; 2005).

La cultura cívica será entonces un constructo analítico que propone identificar las posibilidades de las personas actuantes en el rol de *ciudadanos*, y subraya la dimensión procesual y contextual de este proceso: "*la política y lo político no son simplemente dados, sino constructos de palabras y hechos*" (Dalghren, 2005). Esta definición se construye desde los *valores* (disposiciones normativas del mundo de la vida), la *afinidad* (puntos en común que definen la pertenencia a una misma entidad social y política), el *conocimiento* (habilidades comunicativas), la *identidad* (pertenencia y participación social) y las *prácticas* (prácticas recurrentes que generan el significado personal y social de los ideales de democracia).

Como se puede apreciar, la *cultura cívica* y el *ciudadano* han dejado de ser definiciones jurídicas de pertenencia basada en derechos y deberes constitucionales para definirse desde su potencial *expresivo*. Cada expresión política en particular nos lleva a buscar modelos que no exclusivamente se focalizan en la racionalidad, la cual falla para capturar la verdadera naturaleza de la expresión política cotidiana, pues esta tiende a ser fragmentada, anecdotal, incompleta, menos formal deliberativamente, y fundamentalmente, emocional. En este contexto de cultura participativa es donde los sujetos crean y comparten contenidos digitales, siendo la *creatividad* y el *juego* claves para formar la ciudadanía actualizada.

Para autores como Bouko (2023), la ciudadanía está siendo mucho más *performativa* que deliberativa, y las expresiones políticas visuales en los medios digitales son formas de ciudadanía cotidiana altamente personal, creativa y afectiva. Las autoexpresiones políticas en la cotidianidad emanan de la *esfera privada* y las *experiencias personales*. En la cultura del consumo contemporáneo, las rutinas cotidianas de los individuos, sus prácticas y elecciones son vistas como sitios legítimos de expresión política que cuestionan la división entre lo que es *personal* y *político*, diluyendo las líneas entre la esfera privada y la pública. Toda acción cívica en las democracias contemporáneas emana desde la esfera privada, por lo

que es importante reconocer que el modelo de ciudadano como *actor racional* falla en negar que la multitud de maneras en las cuales las personas intercambian, procesan e involucran material político en sus vidas cotidianas pueden justamente ser “toscas, limitadas, desdeñosas, triviales y juguetonas, así como reflexivas, amplias, generosas, complejas y altruistas” (Bouko, 2023).

El diálogo cotidiano, con su creatividad y potencial para la *empatía* y los elementos *afectivos*, es indispensable para la vitalidad de la democracia política. Los ciudadanos se sienten más empoderados en participar en temas sociales desde el espacio de su esfera privada que desde la pertenencia a las instituciones formales de la política (Bennett, 2008).

La ciudadanía es ahora líquida, multi-tarea, potencialmente menos comprometida pero en una continua navegación entre las esferas privada y pública off y *online*. Dada la proliferación e individualización de los canales de información, las audiencias jóvenes han asumido procesos de formación de identidad más personales, flexibles, autoreflexivos e interactivos (Bennett e Iyengar, 2008).

La emergencia de los populismos

En paralelo a los cambios anteriores presenciamos la emergencia de una nueva estructura de cleavages y líneas de conflictos (Pfetsch, 2020) en sociedades pluralistas que contienen múltiples sujetos, fluidas identidades e intereses transversales y que ya no responden al cleavage clasista de las sociedades capitalistas postindustriales y neoliberales, lo que ha acentuado la crisis de representación de las instituciones, las reglas y los procedimientos formales de las democracias liberales, especialmente los partidos y sistemas de partidos tradicionales (Roberts, 2022). La convergencia programática de los partidos establecidos orientados hacia estos difusos cleavages sociales, además de debilitar la identidad partidista e ideológica del electorado, le permite a los retadores populistas agruparlos bajo el rótulo de élite tradicional transpartidista o casta política, construyendo la frontera antagónica del sujeto anti-populista en la división binaria pueblo-élite como un atractivo referente para los sectores no representados por los partidos establecidos.

Al retar al sistema de partidos establecidos, los partidos o movimientos populistas polarizan dimensiones de temas confrontacionales frente a los cuales los partidos establecidos no presentan posiciones significativas, y al romper el consenso transpartidista, los retadores populistas son espacial y constitutivamente *polarizantes* (Roberts, 2022). Sin embargo, las formas primarias de polarización espacial no son localizadas en los polos opuestos del eje competitivo unidimensional izquierda-derecha, sino sobre ejes económicos y culturales analíticamente distintos y espacialmente ortogonales. El eje horizontal económico tiene un polo izquierdo estatista/redistributivo y un polo derecho libre mercado/propiedad privada, y está dividido por un eje vertical cultural que tiene un polo superior cosmopolitismo/universalismo y un polo inferior particularismos nacionalistas, étnicos y religiosos

(Ostiguy, 2017). Este eje competitivo ortogonal permite a los tipos de populismos de izquierda y derecha no solo construir al pueblo en diferentes modos, sino además hacerlo a lo largo de ejes de disputa alternativos.

Hawkins et al. (2017) definen al *populismo* como un conjunto de actitudes e ideas que deben ser activadas por un contexto de condiciones materiales y señales lingüísticas. Estas ideas populistas son sensiblemente activadas cuando los fracasos de las políticas pueden atribuirse a las malas prácticas de los políticos tradicionales o cuando las élites políticas se coluden por razones prácticas e ideológicas para mantener los temas fuera de la agenda pública. El populismo depende, entonces, de una oferta de políticos que articulen el mensaje populista al proveer el marco específico que facilita el proceso interpretativo, atribuyendo los problemas a agentes conocidos en lugar de fuerzas impersonales y al hacer referencia a una identidad intra-grupal que haga pensar a los ciudadanos más allá de sus intereses particulares. Conectados a un contexto sensible, estos mensajes catalizan la activación de actitudes populistas.

Una perspectiva discursiva performativa aborda al populismo como un estilo particular de relación entre los líderes políticos y las bases sociales articuladas desde “el alarde antagónico y movilizador de lo bajo”, una dimensión socio-cultural que define “los modos de sentir y actuar en política y... las formas de relacionarnos con el pueblo” (Ostiguy, 2017). Para otros autores el populismo es un *estilo político* basado en *estrategias performativas transgresoras* de las normas establecidas, retando las representaciones dominantes y produciendo efectos de cambio político (Aiolfi, 2022). Estas definiciones nos permiten enfatizar el carácter expresivo, performativo y disruptor del fenómeno populista. Tal vez ahí radica el éxito electoral y de gobierno de ciertos liderazgos y movimientos populistas recientes.

Además de su naturaleza polarizante, el populismo como discurso y estrategia movilizativa tiene un importante componente *emocional*, pues el esquema populista es un atributo de pensamiento y sentimientos individuales localizados del lado de la demanda populista. Investigaciones empíricas han demostrado cómo ciertos sentimientos y emociones como la nostalgia, la melancolía, el enojo, la ira, el miedo y el resentimiento convierten en *target* identificables de agravios y culpas por las desgracias actuales a sectores como élites económicas, políticas, intelectuales y sus representantes, así como inmigrantes, refugiados, minorías étnicas, religiosas, etc. Además, los ciudadanos enojados son más propensos a apoyar partidos populistas anti-sistemas y familiarizarse con discursos populistas de izquierda y derecha (Demertzis, 2019).

Conclusión

Como reconocen diversos autores (Wolfsfeld et al., 2022; Bennett y Livingston, 2018; Bennett e Iyengar, 2008), la Comunicación Política debe revisar las teorías y los métodos, así como problematizar los presupuestos normativos desde los cuales se ha conformado su campo de estudio. Específicamente, la racionalidad del modelo de esfera pública como un espacio de interacciones dialógicas y su función de producir consensos vinculantes a partir de un procedimiento deliberativo, cuya incidencia en la formulación y la toma de decisiones públicas garantiza la coherencia y funcionabilidad democrática.

La capacidad cohesiva e integrativa de la agenda pública política, la cual parte de la premisa de la focalización temática a partir de reglas formales e informales consensuadas sobre la producción y difusión de los flujos informativos de tres actores públicos (políticos, medios masivos, audiencias/ciudadano/elector), así como los voceros, jefes editoriales, productores de noticias y la capacidad regulatoria que las instituciones políticas y mediáticas ejercían como filtros temáticos y decisores de los encuadres informativos, según los intereses estratégicos de los diversos actores.

Pero en las nuevas condiciones tecnológicas, políticas y culturales, estos mecanismos de control han perdido su eficacia y la esfera pública se ha transformado de un espacio de interacciones dialógicas y consensos vinculantes a una multiplicidad de arenas fragmentadas, disruptivas, disonantes y contenciosas. El sistema de medios híbridos, y especialmente la infraestructura digital, ha producido una esfera pública disonante, caracterizada por la implosión de las voces y su énfasis contestatario, potenciando la desconexión y el debilitamiento de los mecanismos de vinculación social, y estimulando la apatía, la desconfianza, la intolerancia y los sentimientos de odio. En esta pluralidad de espacios híbridos —interpersonales y en redes sociales— se producen interacciones y expresiones performativas caracterizadas por la visualidad, la informalidad de los códigos expresivos, la fugacidad, el intimismo, el carácter lúdico, la sátira y la afectividad.

Las nuevas condiciones también ha trastocado la racionalidad de conceptos fundamentales como ciudadanía y cultura cívica; ambos se han alejado de las normas formales de la política hacia factores culturales anclados en la mentalidad y los medios simbólicos de la vida cotidiana y las dimensiones de significación, identidad y subjetividad. La ciudadanía emergente se define entonces desde su potencial expresivo cotidiano, fundamentalmente desde los medios digitales y sus expresiones emanan de la esfera privada y las experiencias personales, borrando la importante distinción entre lo personal y lo político, lo público y lo privado. La empatía, los elementos afectivos y las emociones constituyen el nexo vinculante de las democracias actuales.

De forma paralela emergen nuevos *cleavages* y líneas de conflictos que han acentuado el déficit de representación de los partidos políticos tradicionales y su dinámica de competencia electoral. Las fallas de desempeño asociadas a los costos

políticos y electorales de prolongadas crisis económicas o escándalos de corrupción han provocado patrones secuenciales de votación retrospectiva anti-partidos gobernantes, socavando la legitimidad del sistema de partidos tradicionales. En estas condiciones, el escenario ha sido fértil para la emergencia de *outsiders*, partidos políticos y movimientos populistas que polarizan las dimensiones de temas confrontacionales frente a los cuales los partidos establecidos no presentan posiciones significativas, y al romper el consenso transpartidista, son espacial y constitutivamente polarizantes (Roberts, 2022).

El éxito electoral y de gobierno de ciertos liderazgos populistas sugiere profundizar en las capacidades comunicativas de estos líderes y las estrategias empleadas para capitalizar el agravio popular y generar confianza en un proyecto de futuro alternativo. Al parecer, al margen de la política formal, el impacto público de ciertos populistas exitosos descansa en su capacidad disruptiva de expresión performativa (Aiolfi, 2022). El manejo de un lenguaje informal en códigos de la vida cotidiana, la cercanía al ‘pueblo’, las capacidades de histrión, el manejo de la dramaturgia, las habilidades para la música, el canto y el baile popular, el deporte, las tecnologías, la forma de vestir, etc, puede ser el estilo óptimo para conectar con una cultura cívica y una ciudadanía basadas en los medios simbólicos de la vida cotidiana y la experiencia creativa y divertida de la subjetividad, la cual confía más en los efímeros nexos emocionales y afectivos de las redes sociales que en la pertenencia a las formales y aburridas organizaciones de la democracia política. Para un ciudadano performativo digital el afecto y la empatía personal son fundamentales en su subjetiva definición de política. De estos, y de otros problemas relacionados deberá ocuparse el nuevo objeto de la Comunicación Política.

Referencias

- Adult, A. (2012). A theory of Public Sphere. *Sociological Theory*, 30(4), 238-262. <https://doi.org/10.1177/0735275112467012>
- Aiolfi, T. (2022). Populism as a Transgressive Style. *Global Studies Quarterly*, 2, 1-12. <https://doi.org/10.1093/isagsq/ksac006>
- Alexander J. C. (2007). *Civil Sphere*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1177/0196859906298076>
- Bennett, W. L. (2008). *Civic Life Online: learning how digital media can engage youth*. Massachusetts Institute of Technology.
- Bennett, L. y Entman, R. (2001). *Mediated Politics. Communication in the Future of Democracy*. Cambridge University Press.
- Bennett, W. L. e Iyengar, S. (2008). A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication. *Journal of Communication*, 58, 707-731. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x>

- Bennett, W. L. y Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Bennett, W. L. y Pfetsch, B. (2018). Rethinking Political Communication in a Time of Disrupted Public Spheres. *Journal of Communication*, 68, 243-253. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx017>
- Blumler, L. (2016). The Fourth Age of Political Communication. *Politiques de Communication*, (6). <https://shs.cairn.info/revue-politiques-de-communication-2016-1-page-19?lang=fr&ref=doi#re1no1>
- Blumler, J. G. y Kavanagh, D. (1999). The Third Age of Political Communication: Influences and Features. *Political Communication*, 16, 209-230. <https://doi.org/10.1080/105846099198596>
- Bouko, C. (2023). *Visual Citizenship. Communication Political Opinions and Emotions on Social Media*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003398806>
- Brants, K. y Voltmer, K. (2011). Introduction: Mediatization and De-centralization of Political Communication. En K. Brants y K. Voltmer, *Political Communication in Postmodern Democracy. Challenging the Primacy of Politics* (pp. 1-19). Palgrave Mc Millan.
- Dahlgren, P. (2005). The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. *Political Communication*, 22, 147-162. <https://doi.org/10.1080/10584600590933160>
- Dahlgren, P. (2009). *Media and Political Engagement. Citizens, Communication and Democracy*. Cambridge University Press.
- Demertzis, N. (2019). Populisms and Emotions. En P. Cossarini, y F. Vallespín, *Populism and Passion. Democracy Legitimacy after Austerity* (pp. 31-48). Taylor & Francis, Routledge.
- Gandy Jr., O. H. (2001). Dividing Practices: Segmentation and Targeting in the Emerging Public Sphere. En L. Bennett y R. Entman, *Mediated Politics. Communication in the Future of Democracy* (pp. 141-159). Cambridge University Press.
- Habermas, J. (1981). *Historia y Crítica de la Opinión Pública*. Editorial Gustavo Gili S.A.
- Hawkins, K.A., Read, M. y Pauwels, T. (2017). Populism and Its Causes. En C. Rovira Kaltwasser, P. Taggart, P. Ochoa Espejo y P. Ostiguy, *The Oxford Handbook of POPULISM* (pp. 267-286). Oxford University Press.
- Jansen, R. S. (2011). Populist Mobilization: A New Theoretical Approach to Populism. *Sociological Theory*, 29(2), June. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2011.01388.x>
- Koc-Michalska, K., Klinger, U., Bennett, L. y Römmele, A. (2023). (Digital) Campaigning in Dissonant Public Spheres. *Political Communication*, 40(3) 255-262. <https://doi.org/10.1080/10584609.2023.2173872>
- Mazzoleni, G. y Schulz, W. (2010). "Mediatization" of Politics: A Challenge for Democracy". *Political Communication*, 16, 247-261. <https://doi.org/10.1080/105846099198613>
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*. Paidós Ibérica S.A.
- Marx Ferree, M., Gamson, W. A., Gerhards, J. y Rucht, D. (2002). Four Models of the Public Sphere in Modern Democracies. *Theory and Society*, 31(3), 289-324. <https://doi.org/10.1023/A:1016284431021>

- Monsiváis, A. (2014). La deliberación como mecanismo de control democrático: precisiones analíticas y cuestiones emergentes. *Revista Mexicana de Sociología*, 76(3), 471-499. <http://dx.doi.org/10.22201/iis.01882503p.2014.3.46447>
- Ostiguy, P. (2017). Populism. A Socio-Cultural Approach. En C. Rovira Kaltwasser, P. Taggart, P. Ochoa Espejo y P. Ostiguy, *The Oxford Handbook of POPULISM* (pp. 73-100). Oxford University Press.
- Papathanassopoulos, S. y Negrine, R. (2015). A Crisis in Political Communication. En J. Trappel, J. Stemers y B. Thomas (Eds.), *European Media in Crisis, Values Risks and Policies* (pp. 147-159). Routledge.
- Pfetsch, B. (2020). Democracy and Digital Dissonance: The Occurrence of the Transformation of Political Culture and Communication Infrastructure. *Central European Journal of Communication*, 13(1), Spring. [https://doi.org/10.19195/1899-5101.13.1\(25\).7](https://doi.org/10.19195/1899-5101.13.1(25).7)
- Pfetsch, B. (2023). Conditions of Campaigning in Dissonant Public Spheres and Crisis of Democracy. *Political Communication*, 40(3), 346-350. <https://doi.org/10.1080/10584609.2023.2193554>
- Rabotnikof, N. (2008). Lo público hoy: lugares, lógicas y expectativas. *Iconos. Revista de Ciencias Sociales*, (32), 37-48.
- Rasmussen, T. (2012). Internet y la diferenciación en la esfera pública política. *Criterios*, (21), 329-347.
- Roberts, K. M. (2022). Populism and Polarization in Comparative Perspective: Constitutive, Spatial and Institutional Dimensions. *Government and Opposition*, 57, 680-702. <https://doi.org/10.1017/gov.2021.14>
- Thompson, D. F. (2008). Deliberative Democratic Theory and Empirical Political Science. *The Annual Review of Political Science*, 11, 497-520. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.11.081306.070555>
- Ward, J. (2011). Political Consumerism as Political Participation. En K. Brants y K. Voltmer, *Political Communication in Postmodern Democracy. Challenging the Primacy of Politics* (pp. 167-182). Palgrave Mc Millan.
- Weaver, D., McCombs, M. y Shaw, D. (2008). Agenda-Setting Research: issues, attributes and influences. En L. L. Kaid y Ch. Holtz-Bacha, *Handbook of Political Communication Research*. SAGE Publications.
- Wolfsfeld, G. (2022). *Making Sense of Media and Politics: Five Principles in Political Communication* (2nd ed.). Routledge.
- Wolfsfeld, G., Sheaffer, T. y Althaus, S. (2022). *Building Theory in Political Communication. The Politics-Media-Politics Approach*. Oxford University Press.