



MÁS PODER LOCAL

#43
FEBRERO

Rocío Annunziata
Andrea Ariza
Davinia Burgos Narváez
Daniel Casal
Francisco Collado Campaña
Giselle García Hipola
Valeria March
José María Martínez Selva
Jose Antonio Meyer
Sergio Pérez Castaños
Sofía Torres
Beatriz Viladrich

National
Portrait
Gallery

PRESENTED BY
HRH THE DUCHESS OF CAMBRIDGE
NATIONAL PORTRAIT GALLERY

HOLD STILL CO OP

A PORTRAIT OF OUR NATION IN 2020
EXPLORE THE FINAL 100 PORTRAITS
NPG.ORG.UK/HOLD-STILL

SUPPORTED BY
CO-OP FOODS UK/100-PODLOCAL

Periodicidad

Trimestral

Director

Ismael Crespo

Editor

Alberto Mora

Comité científico

Natalia Aruguete (Universidad Nacional de Quilmes, Argentina); Luis Benavente (Vox Populi Consultoría, Perú); Virginia García Beaudoux (Universidad de Belgrano, Argentina); Claudio Elortegui (Pontificia Universidad, Católica de Valparaíso, Chile); Erika Jaráiz (Universidad de Santiago de Compostela, España); Pablo Mieres (Universidad Católica de Uruguay, Uruguay); Carlos Muñiz (Universidad Autónoma de Nuevo León, México); Xavier Peytibi (Asesor de comunicación y consultor político, España); Gina Sibaja Quesada (Universidad de Costa Rica, Costa Rica); Omar Rincón (Universidad de los Andes, Colombia); Mario Riorda (Universidad Austral de Buenos Aires, Argentina); José Manuel Rivera Otero (Universidad de Santiago de Compostela, España); Hélder Rocha Prior (Universidade da Beira Interior, Portugal).

Consejo de redacción

Antonio Cánovas Pinto (Universidad de Murcia); Blanca Casanova Fernández (Universidad de Murcia); Giselle García Hipola (Universidad de Granada); Ariadna García Maya (Universidad de Murcia); Ana Leal Ramos (ALICE); María Isabel López Palazón (Universidad de Murcia); Claudia Mayordomo Zapata (Universidad de Murcia); Inmaculada Melero López (ALICE); Salvador Moreno Moreno (Universidad de Murcia); Sergio Pérez Castaños (Universidad de Burgos); Ignacio Ramírez (FLACSO, Buenos Aires); José Miguel Rojo Martínez (Universidad de Murcia); José Manuel Trujillo (Universidad Pablo de Olavide); Ramón Villaplana (Universidad de Murcia).

Más Poder Local. Magazine

Ronda de Levante, 10. Murcia, España
contacto@maspoderlocal.com
www.maspoderlocal.com

Depósito legal: MU 1092-2010 / ISSN: 2172-0223
 ©2021. Más Poder Local

Edita

ALICE, Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales.
 LABCOM, Laboratorio de Comunicación Política Asociación.

Diseño y maquetación

ODDROD Estudio. www.oddrod.es

Foto de portada: ©Matthew Waring en Unsplash

Sumario

- 4** | Poder local y reconfiguración de élites: Inercias de alternancia en Puebla.
Jose Antonio Meyer
pp. 4-19
- 20** | Las emociones como estrategia de comunicación en las elecciones europeas de 2019: VOX.
Giselle García Hipola y Sergio Pérez Castaños
pp. 20-27
- 28** | El mensaje electoral en las redes sociales: Alberto Fernández, Mauricio Macri y el retorno de la promesa.
Rocío Annunziata, Andrea Ariza, Valeria March y Sofía Torres
pp.28-47
- 48** | La carrera hacia la Casa Blanca. Un estudio sobre el funcionamiento de la alternancia en el sistema político de los Estados Unidos.
Daniel Casal y Beatriz Viladrich
pp. 48-75
- 76** | La ceja de Rajoy: El control de la expresión facial en las entrevistas y comparecencias públicas.
José María Martínez Selva
pp. 76-87
- 88** | Las metáforas de las nuevas normalidades según el Ministerio de Sanidad de España y la UNESCO.
Francisco Collado Campaña y Davinia Burgos Narváz
pp. 88-101
- 102** | **Reseñas editoriales**



Poder local y reconfiguración de élites: Inercias de alternancia en Puebla

*Local power and reconfiguration of elites: Inertia of
alternation in Puebla*



José Antonio Meyer
Benemérita Universidad Autónoma de
Puebla, México.
joseantonio.meyer@gmail.com

Resumen

Los análisis sobre integridad electoral destacan la importancia de enfoques comparados sobre la calidad democrática a nivel subnacional para comprender el desarrollo democrático en las diferentes regiones, sobre todo aquellas con gran inseguridad, pobreza y prácticas de cooptación y subordinación de distinto tipo. Consideran también la emergencia de modelos de gobernanza que atiendan las problemáticas sociales con la participación ciudadana en la toma de decisiones. Es decir, elecciones más legítimas desde el punto de vista de la ciudadanía y gobiernos comprometidos con el desarrollo equitativo a partir de procesos constantes de deliberación plural y renovación de la confianza pública. A lo largo de este artículo se realizará un estudio sobre estas cuestiones en el estado mexicano de Puebla y se analizará la calidad democrática en sus elecciones.

Palabras clave

Integridad electoral; poder local; participación ciudadana; alternancia política.

Abstract

The analyzes on electoral integrity highlight the importance of comparative approaches to democratic quality at the subnational level to understand democratic development in different regions, especially those with great insecurity, poverty, and practices of co-optation and subordination of different kinds. They also consider the emergence of governance models that address social problems with citizen participation in decision-making. In other words, more legitimate elections from the point of view of citizens and governments committed to equitable development based on constant processes of plural deliberation and renewal of public trust. Throughout this article, a study will be carried out on these issues in the Mexican state of Puebla and the democratic quality of its elections will be analyzed.

Keywords

Electoral integrity; local power; citizenship participation; political alternation.

1. Introducción

Desde hace varios años los estudios electorales se realizan en México como resultado de los procesos de transición democrática y alternancia política a nivel nacional y subnacional. En ese sentido, las elecciones se conciben como fenómenos de alto valor simbólico que contribuyen a la reconstrucción permanente de la representación democrática en una comunidad social determinada. Del mismo modo, los estudios se constituyen en un área de conocimiento interdisciplinaria que busca desarrollar modelos teóricos propios e incorporar métodos de análisis flexibles con enfoques de experimentación en permanente validación. Este interés de investigación ha sido consistente con los propósitos por estudiar la integridad electoral a nivel global por parte de distintos investigadores y especialistas, así como fomentar en los países la calidad de las elecciones y su legitimidad como elementos sustantivos de la gobernanza participativa y el desarrollo democrático (Gunther *et al.*, 2016).

Los sustentos de análisis reconocen la compleja interrelación de los procesos electorales para identificar la participación ciudadana como un componente sustantivo de la calidad democrática de un país, una entidad federativa o una comunidad específica. Su propósito es generar nuevos referentes, categorías e indicadores que profundicen en la comprensión y aporten mejores elementos de reflexión y conocimiento. En ese marco, el *Índice de Calidad Democrática* estudia los procesos electorales en forma integral, comparada y mediante redes crecientes de colaboración. Mediante el *Índice de Desarrollo Democrático* (IDD, 2018: 11-13) se ha desarrollado una metodología de cuatro dimensiones que incluyen tanto la democracia de los ciudadanos y de las instituciones, como la democracia social y económica. De este modo, el estado de Puebla se ubica en el lugar 27 con una puntuación de 1.531 puntos lo que significa mantenerse entre las entidades con más bajo nivel democrático en el país. Es la quinta vez que el organismo lo califica de esa forma, con un puntaje similar al año anterior, debido a que las dimensiones I y II muestran valores inferiores con respecto a 2017 y el avance que se alcanza en democracia económica no logra revertir la tendencia negativa de las otras categorías. La puntuación recibida en democracia social también es similar a la del año anterior. Puebla se ubica en tres indicadores en los últimos lugares a nivel nacional. En democracia de los ciudadanos alcanza el lugar 27, en instituciones el 26 y social el 30. Aunque en democracia económica ocupa el lugar 14, incluso por encima del promedio nacional, en una perspectiva general refleja serios contrastes económicos y sociales en marcados por una transición democrática inconclusa. Ello demanda de sus gobiernos intervenciones más definitivas que le permitan alcanzar una democracia más integral, equitativa y con mayor nivel de sustentabilidad (IDD, 2018: 21-22).

Por ello, en los esquemas de análisis prevalecientes destacan, por un lado, los estudios con una perspectiva de integralidad, con un enfoque comparado en procesos de calidad democrática e integridad electoral. Por otro, las investigaciones a nivel subnacional que permitan una comprensión mayor del desarrollo democrático en las diferentes regiones, sobre todo en aquellas donde se manifiesta mayormente la inseguridad, la pobreza y diversas prácticas de cooptación y subordinación de distinto tipo. Los esquemas generan nuevos paradigmas de análisis que consideran, tanto la integridad electoral como la emergencia de modelos de gobernanza que atiendan los problemas

sociales y garanticen la participación ciudadana en la toma de decisiones. Es decir, valoran la legitimidad de las elecciones desde el punto de vista de la ciudadanía y de los gobiernos comprometidos con el desarrollo equitativo a partir de procesos constantes de deliberación plural y renovación de la confianza pública. Asimismo, se requieren elecciones más participativas y transparentes que garanticen procesos de gobernanza democrática, políticas públicas, fiscalización y rendición de cuentas.

2. Marco referencial

Puebla, territorio mexicano, se ha identificado, desde las primeras décadas del siglo XX, por ser una comunidad con una importante influencia política y económica. En una primera etapa se debió a la acción intensa de grupos políticos que dominaron las estructuras del partido oficial (PNR-PRM y PRI) y que lograron postular dos presidentes de la República nacidos en la entidad (Manuel Ávila Camacho, 1940-1946, y Gustavo Díaz Ordaz, 1964-1970) durante uno de los periodos de mayor significación política y social del periodo postrevolucionario (Carmona *et al.*, 1970). Ello determinó la dinámica política en el ámbito regional donde, junto a un periodo de continuidad de doce gobernadores identificados con el *avilacamachismo* (1937 y 1975)¹, se creó un grupo empresarial de gran influencia en áreas estratégicas del país². En épocas posteriores, el nuevo liderazgo civil permitió que grupos regionales incorporados al PRI buscaran mayores espacios de participación e influencia en la gestión de la entidad. En ese marco, luego de diversas crisis, los gobiernos de Alfredo Toxqui (1975-1981) y Guillermo Jiménez Morales (1981-1987) coadyuvaron a la reunificación política del estado al reconocerse diferencias regionales sustantivas e impulsar acciones gubernamentales de mayor enfoque social. Por este motivo se conciliaron intereses diversos y lograron acuerdos entre las élites tradicionales y los nuevos grupos regionales con la finalidad de garantizar la gobernabilidad, establecer nuevas condiciones partidistas para la sucesión en la gubernatura y facilitar la participación de distintos grupos políticos provenientes de los tres sectores partidistas: popular, obrero y campesino.

1. La familia Ávila Camacho ejerció un férreo control sobre las fuerzas políticas en la entidad a través de dos hermanos del Presidente de la República (Maximino y Rafael) quienes, además de ser gobernadores, fueron líderes políticos absolutos que nombraban gobernadores y los destituyeron sin contrapeso alguno.

2. Es de señalar la importancia del autollamado *Grupo Puebla* en ese momento histórico, donde Manuel Espinosa Yglesias fundó el *Banco de Comercio* (primer banco mexicano) y ejerció un importante liderazgo en el sector financiero nacional. Rómulo O'Farril fundó el primer canal de televisión en el país y se convirtió en un personaje importante dentro de la industria de las comunicaciones masivas (XEX radio y periódico *Novedades*). Gabriel Alarcón, asociado a Guillermo Jenkins (ciudadano americano), compró y controló la Cadena de Oro, principal compañía de exhibición cinematográfica en México. Tras la nacionalización de esta industria, creó y desarrolló el periódico *El Heraldo de México* que fue fundamental en la construcción de la candidatura de Gustavo Díaz Ordaz para la Presidencia de la República. José García Valseca diseñó la mayor cadena de periódicos a nivel nacional en aquel entonces, con la que logró una gran influencia política por su manejo discrecional del ejercicio periodístico.

No obstante, las designaciones de Mariano Piña Olaya (1987-1993) y Manuel Bartlett Díaz (1993-1999) desde el nivel central del PRI³, generaron una nueva ruptura en el modelo de conciliación local que derivó en una fuerte división partidista en dos corrientes antagónicas principales. La primera se identificaba con las élites políticas reconciliadas, cuyo interés fue promover reformas paulatinas para el desarrollo equilibrado del estado⁴. La segunda, estaba compuesta por sectores marginales del PRI y nuevas élites provenientes del centro que se declararon promotoras de procesos más intensos de modernización y crecimiento económico. En ese contexto, la nominación por auscultación interna de Melquiades Morales Flores como candidato a la gubernatura para el periodo 1999-2005, fue un duro golpe a la inercia del grupo centralista pero, sobre todo, evidenció la división interna. Durante el gobierno de Morales Flores no solo marginó a los integrantes del grupo opositor y reposicionó a muchos políticos desplazados, sino que integró a jóvenes herederos de la clase política tradicional. Además, promovió un cambio generacional con el objetivo de garantizar la continuidad del grupo local con una propuesta política y económica renovada.

Este proceso buscó consolidarse en 2004 con la designación unidireccional de Rafael Moreno Valle Rosas como candidato a la gubernatura. Sin embargo, Mario Marín Torres (representante principal del grupo antagónico) se anticipó a cualquier decisión partidaria y se autoproclamó como candidato único para el periodo 2005-2011. Con ello, no solamente se eliminó de facto la continuidad de un régimen escrupulosamente construido, sino que se provocó una mayor división en el PRI así como la renuncia de muchos integrantes importantes que, para dar continuidad al proyecto político local, se aliaron con partidos y fuerzas políticas de oposición⁵ (ver Tabla I).

3. Las designaciones de Mariano Piña Olaya y Manuel Bartlett Díaz fueron fuertemente cuestionadas a nivel local por el desarraigo de ambos personajes y su falta de identificación con los intereses locales. No obstante, fueron fuertemente apoyados desde la Federación con recursos financieros adicionales para favorecer su proyecto de gobierno y legitimidad.

4. Ante la migración de capitales poblanos a la Ciudad de México y su desarraigo de los intereses regionales, emergieron nuevos grupos económicos, entre ellos, los de inmigrantes libaneses que controlaron la industria textil. Asimismo, capitales diversos que se asociaron a la cadena de suministros de la industria del ensamblaje automotriz (Volkswagen de México) y otros dedicados a la industria farmacéutica, la agroindustria, la producción de muebles rústicos y artesanales.

5. El Partido Acción Nacional, de corte centro derecha, y el Partido de la Revolución Democrática, de centro izquierda.

Tabla I. Etapas de reconfiguración de las élites políticas y alternancia en el estado de Puebla

Periodo	Etapas	Grupos políticos	Gobernadores	Alternancia
1937-1963	Primera etapa	Control absoluto del partido oficial, las elecciones y la estructura institucional del estado y los municipios. Aunque existen fuerzas opositoras a nivel partidario, son controladas por los gobiernos o cooptadas por el partido oficial.	Maximino Ávila Camacho (1937-1941) Gonzalo Bautista Castillo (1941-1945) Carlos Ignacio Betancourt (1945-1951) Rafael Ávila Camacho (1951-1957) Fausto M. Ortega (1957-1960) Fallecimiento Arturo Fernández Aguirre (1960-1963) Sustituto	No hay alternancia, solamente designación de integrantes originales o asociados al grupo.
1963-1975	Segunda etapa	Reconfiguración del grupo político ante la muerte de Maximino (1945) y Manuel Ávila Camacho (1955) y el alineamiento con el Presidente Díaz Ordaz. Inestabilidad política en el estado por la emergencia de nuevos grupos regionales al interior del PRI, la radicalización ideológica de grupos disidentes y el activismo de sectores políticos en la UAP	Antonio Nava Castillo (1963-1964) Renuncia Aarón Merino Fernández (1964-1969) Sustituto por un año Constitucional por 3 años Rafael Moreno Valle (1969-1972) Renuncia Mario Mellado García (1972) Sustituto / Renuncia Gonzalo Bautista O'Farrill (1972-1973) Renuncia Guillermo Morales Blumenkron (1973-1975) Sustituto	Pugna entre grupos políticos tradicionales y sectores emergentes
1975-1987	Tercera etapa	Nuevos acuerdos políticos entre los grupos tradicionales que controlaban espacios de poder y sectores emergentes del PRI provenientes de distintas regiones del estado. Acuerdos políticos para estabilizar el estado y abrir nuevos cauces institucionales de participación desde el partido hegemónico.	Alfredo Toxqui Fernández de Lara (1975-1981) Guillermo Jiménez Morales (1981-1987)	Nuevos grupos regionales al interior del PRI

Periodo	Etapa	Grupos políticos	Gobernadores	Alternancia
1987-1999	Cuarta etapa	Designación centralizada de gobernadores que provocó división en el PRI local y su recomposición en dos corrientes antagónicas; Reformistas y Modernizantes.	Mariano Piña Olaya (1987-1993) Ex diputado federal	Designación del PRI Nacional por influencia del Presidente Miguel de la Madrid Hurtado.
			Manuel Bartlett Díaz (1993-1999) Ex secretario de Gobernación y de Educación Pública	Designación del PRI Nacional por influencia del Presidente Carlos Salinas de Gortari.
1999-2009	Quinta etapa	Triunfo del grupo reformista, heredero de sectores tradicionales con una propuesta de renovación generacional.	Melquiades Morales Flores (1999-2005)	Corriente reformista del PRI.
			Mario Plutarco Marín Torres (2005-2009)	Corriente modernizadora del PRI
2010-2019	Sexta etapa	Primera alternancia partidista con el triunfo de una coalición opositora encabezada por el PAN. Propuesta modernizadora con sólidos vínculos a las elites políticas tradicionales.	Rafael Moreno Valle Rosas (2010-2016) Heredero de la tradición priísta en el estado.	Coalición de partidos encabezada por el PAN
			José Antonio Gali Fayad (2016-2018) Miembro de la colonia libanesa favorecida por el PRI en los años 70 y 80.	
			Martha Erika Alonso Hidalgo (2018) Heredera de la tradición panista del estado. Jesús Rodríguez Almeida (2018-2019) Sustituto	
2019-2025	Séptima etapa	Segunda alternancia partidista con el triunfo de una coalición opositora encabezada por MORENA. Propuesta modernizadora con sólidos vínculos a las elites políticas no tradicionales	Guillermo Pacheco Pulido (2019) Interino Político priísta vinculado a los sectores más tradicionales y miembro del grupo reformador.	Gobierno interino con amplia presencia de militantes del PRI y MORENA
			Luis Miguel Barbosa Huerta (2019-2025) Ex-priísta incorporado al PRD y MORENA, donde logró destacar como Senador de la República. En su campaña política participaron personajes vinculados a Mario Marín, Su Jefe de campaña fue un abogado con gran cercanía al ex Gobernador Manuel Bartlett,	Coalición de partidos encabezados por MORENA

Fuente: elaboración propia a partir de diferentes referencias hemerográficas y bibliográficas.

Resultado de un ambiente de incertidumbre social y división política, Puebla vivió en 2010 un verdadero proceso de alternancia en el Gobierno del estado, luego de 19 gobernadores emanados del Partido Revolucionario Institucional (1933-2004). El candidato opositor Rafael Moreno Valle Rosas (ex militante del PRI y nieto del ex Gobernador Rafael Moreno Valle) aprovechó las condiciones políticas para movilizar a distintos grupos sociales y,

mediante la *Coalición Compromiso por Puebla* a la que se asociaron por primera vez el Partido Acción Nacional, el Partido de la Revolución Democrática, el Partido Movimiento Ciudadano y el Partido Nueva Alianza (Reynoso y Espinosa, 2019), ganó las elecciones con una diferencia del 10%. Adicionalmente, logró la mayoría en el Congreso del estado y las alcaldías de la entidad, con los que aseguró un amplio margen de gobernabilidad y ejercer un poder con débiles contrapesos (Reynoso, 2013). Durante su gestión (2011-2017), Moreno Valle Rosas incorporó a un buen número de antiguos priístas vinculados al ex gobernador Melquiades Morales (entre ellos muchos familiares) y logró una importante proyección política del estado a través de diversas inversiones públicas que impulsaron la dinámica económica interna, la transformación urbana de la capital y algunas zonas del interior que lo apoyaron durante su campaña política. Sin embargo, como sucedió con otros gobiernos de alternancia en el país, el cambio fue solamente de partido ya que las intervenciones públicas denotaron un proyecto de renovación generacional de las élites políticas tradicionales que se beneficiaron sustancialmente del ejercicio del poder. De esta manera, para garantizar la consolidación del grupo político, además de supeditar a los partidos políticos, los poderes Legislativo y Judicial y muchos ayuntamientos, se obstaculizó la participación de grupos empresariales locales en la construcción de obra pública y, mediante distintas estrategias financieras, endeudaron a la entidad (Saavedra, 2019). Del mismo modo, se promovió una reforma constitucional para homologar las elecciones estatales con las federales de 2018. Asimismo, organizaron dos procesos electorales continuos bajo la influencia directa del nuevo grupo para garantizar la consolidación del proyecto político renovador.

El primer proceso fue en 2016 con un periodo de gobierno de poco menos de 23 meses (febrero de 2017 a diciembre de 2018) y el segundo en 2018, con un periodo de seis años (diciembre de 2018 a diciembre de 2024). En 2016, el ex Secretario de Infraestructura, expresidente Municipal de Puebla y candidato de la *Coalición Sigamos Adelante*, José Antonio Gali Fayad, ganó las elecciones con un margen cercano al 12% sobre su más cercana contrincante de la *Alianza PRI-PVEM*⁶. Su gobierno dio continuidad al régimen anterior, integrando a varios miembros del grupo político en el gabinete, así como dando vigencia a muchas de las iniciativas y formas gerenciales de gobernar. Por su parte, Martha Erika Alonso Hidalgo, esposa de Rafael Moreno Valle Rosas, fue nombrada consejera nacional del PAN y secretaria general de ese partido en la entidad. En el caso de 2018, la elección ordinaria postuló a la expresidenta del Sistema Estatal para el Desarrollo Integral de la Familia y secretaria general del PAN en el Estado, Martha Erika Alonso Hidalgo, como candidata de la *Coalición Por Puebla al Frente* (PAN, PRD; MC, Compromiso por Puebla y PSI) al Gobierno del estado. Su candidatura se postuló con el apoyo incondicional del régimen en turno, una centena de presidentes municipales y algunos consejeros electorales, diversos empresarios de origen externo, organizaciones sociales y medios de comunicación. De manera adicional, Rafael Moreno Valle Rosas fue designado por el Comité Ejecutivo Nacional del PAN como

6. La candidata Blanca Alcalá contaba con una amplia trayectoria política como funcionaria pública, diputada local y federal, Alcaldesa de Puebla y Senadora de la República. También perfilaba la emergencia de una alternancia de género en el Gobierno del estado a partir de su experiencia administrativa. Sin embargo, su vinculación al grupo de Manuel Bartlett y Mario Marín le generaron el rechazo de diversos grupos al interior de su partido.

senador plurinominal y jefe de bancada, lo que le permitió acrecentar su influencia a nivel nacional y sumar adeptos del país para su proyecto político personal. Como contrincante local fue postulado el exsenador Luis Miguel Barbosa Huerta por el Partido Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA), quien se manifestó desde un inicio como un férreo opositor al poder acumulado por el grupo político del matrimonio Moreno Valle-Alonso.

La campaña por la gubernatura en 2018 se realizó en medio de constantes señalamientos de corrupción, impunidad e ilegalidad por parte de ambos candidatos, así como múltiples denuncias ante las instancias jurisdiccionales de carácter estatal y nacional. Aunque el día de la elección se presentaron actos violentos y denuncias por robo de urnas, la candidata del PAN ganó por una ventaja final del 4,4% y un índice histórico de participación ciudadana del 67%. En los días posteriores a los comicios los medios de comunicación reportaron enfrentamientos físicos entre militantes y acusaciones constantes de acarreo y alteración de actas de escrutinio. Ante ello, el candidato de MORENA impugnó jurídicamente la elección por considerar que hubo muchas irregularidades en el conteo de votos y la custodia de las actas de escrutinio que afectaron el resultado final. Durante varios meses se realizaron nuevos conteos, revisiones de actas y dictámenes, tanto del Tribunal Estatal Electoral como el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. En todos los casos la resolución fue en favor de la candidata Martha Erika Alonso, al considerarse que, si bien «se presentaron alteraciones en la cadena de custodia de los paquetes electorales, dichas irregularidades no afectaron el cómputo final de la elección» (Buendía, 2018).

Pese a reportarse un resultado negativo en el Ejecutivo, la *Coalición Juntos Haremos Historia* ganó la mayoría de curules en el congreso local y una cuarta parte de los municipios. Este hecho generó un conjunto de contrapesos importantes que presagiaban espacios acotados para la gobernabilidad. En ese sentido, las condiciones no eran muy halagadoras porque, por un lado, debían negociarse con las fuerzas políticas, mayoritariamente opositoras, presupuestos, programas y distintos ámbitos de intervención. Por otro, se debía atender a las demandas de mayor participación ciudadana y generar políticas públicas de contención de rezagos sociales y económicos. De manera inesperada, la gobernadora y su esposo fallecieron en un accidente de helicóptero días después de tomar posesión, lo que propició una escisión importante en el grupo político hegemónico. Este acontecimiento terminó de súbito con un periodo de 18 años continuos de predominio absoluto de un grupo político sobre la vida pública regional pero, sobre todo, generó las condiciones propicias para una renovación de las élites políticas y la supremacía del Partido MORENA en la entidad. Este partido se vio favorecido además por el apoyo creciente de intereses tradicionales y fuerzas políticas vinculadas históricamente al PRI, las cuales se asociaron al nuevo grupo político para mantener su permanencia en diferentes espacios. En apego a la Constitución del Estado se nombró primero a un encargado de despacho y luego a un Gobernador interino, a quien se le encomendó convocar a elecciones en un periodo no mayor a seis meses. Este, como fiel representante del *priismo* más conservador, integró un gabinete mayormente formado por funcionarios afines a MORENA.

Dadas las condiciones, a diferencia de la elección ordinaria, el candidato de la *Coalición Juntos Haremos Historia* (MORENA, PT y PVEM), Luis Miguel Barbosa, se presentó en un proceso extraordinario como el candidato predominante y un mayor apoyo político, mientras que la dispersión y falta de liderazgos del PAN lo llevaron a apoyar al candidato independiente Enrique Cárdenas Sánchez, líder de la agrupación civil SUMAMOS⁷. El PRI, por su parte, nombró a un representante del *marinismo* (Alberto Jiménez Merino) con el propósito de mantener la presencia de su partido en la contienda. Al final de las elecciones, el candidato Barbosa superó por un margen superior del 11% al candidato Cárdenas, pero obtuvo –a diferencia de la elección ordinaria de 2018– la más baja votación en la historia política del estado con un índice de abstención del 67%. De igual forma, recibió contra todos los presagios el rechazo ciudadano en la zona conurbada de la Ciudad de Puebla, producto de una campaña llena de denostaciones personales, soberbia extendida y gran cantidad de quejas ante las instancias jurisdiccionales (Periódico Intolerancia, 2019: 1). En esta forma, entre 2010 y 2019 se realizaron en Puebla cuatro elecciones, dos ordinarias y dos extraordinarias, así como dos alternancias distintas al PRI. Además, contó con un encargado del despacho, un gobernador interino y cuatro gobernadores con distintos periodos de actuación. Las tres primeras elecciones fueron en favor del PAN que logró mediante coaliciones partidarias una alternancia y dos continuaciones. La última fue para el Partido MORENA en coalición, el cual había perdido en 2018 y tenido una escasa presencia en 2016.

3. Metodología de investigación

El presente estudio reconoce a Puebla como una de las entidades del país con más bajo desarrollo democrático y grandes contrastes económicos y sociales, donde las calificaciones de los últimos años la ubican en los últimos lugares a nivel nacional. La investigación se fundamenta en un modelo de análisis integral de las dos elecciones ordinarias (2010 y 2018) y las dos extraordinarias (2016 y 2019) para Gobernador. En ese estudio se identifica la participación ciudadana, la confianza pública, la legalidad y certidumbre, así como la legitimidad política y su contribución al desarrollo democrático de la región. Para ello, se consideraron como elementos importantes la distribución del voto, las expresiones pacíficas, el compromiso de las propuestas, la empatía de los candidatos y el interés manifiesto, entre otros. De igual forma, para identificar los niveles de integridad en las elecciones se consideró relacionar la legitimidad política de cada uno de los procesos con la confianza pública generada y sus consecuencias para la gobernabilidad futura en un marco de estabilidad política y avance democrático.

7. Enrique Cárdenas Sánchez, ex rector de una universidad privada y ex director del Centro de Estudios Espinosa Yglesias, se postuló como candidato ciudadano luego de haber competido en la elección interna de MORENA A través de la organización SUMAMOS, formada por ex militantes del PAN y ex alumnos universitarios logró llamar la atención de varios partidos para constituir una alianza importante con posibilidades reales de competencia.

4. Resultados de la investigación

4.1. Elección ordinaria 2010

Tabla II. Participación ciudadana en las elecciones ordinarias para Gobernador del estado de Puebla en 2010.

Padrón electoral	3.850.473 ciudadanos		100 %
Total de participación	2.203.868 votos		57,2 %
Total de abstención	1.646.605 ciudadanos		42,8 %
Rafael Moreno Valle Rosas	1.111.318 votos	50,4 %	+ 28,8 % (2004)
Javier López Zavala	883.285 votos	40,1 %	- 22,9 % (2004)
Alberto Etcheverry Beltrán	123.364 votos	5,6 %	+3,3 % (2004)
Otros	85.361 votos	3,9 %	2,2 % (2004)

Fuente: elaboración propia con información del Instituto Estatal Electoral.

En una ecuación estadística de los factores que inciden en el desarrollo democrático, el triunfo de Rafael Moreno Valle y la *Coalición Compromiso por Puebla* tuvo un resultado de +4 en términos de gobernabilidad y estabilidad política; un +3 en términos de legitimidad política y confianza pública; y un +7 en avance democrático. Ello se debió a que el cambio propuesto por el nuevo grupo político, si bien definió un proyecto de gobierno innovador y modernizador para la entidad, en la práctica no alcanzó los resultados esperados y manifestó una extendida corrupción. Del mismo modo, en la conformación del gabinete y las propuestas políticas de campaña no se identificaron cambios importantes en materia de participación ciudadana, bienestar social, combate a la pobreza y reversion de desequilibrios regionales (Centro de Estudios Espinosa Yglesias, 2010: 3-8).

4.2. Elección extraordinaria 2016

Tabla III. Participación ciudadana en las elecciones ordinarias para Gobernador del estado de Puebla en 2016.

Padrón electoral	4.200.000 personas		100,0 %
Total de participación	1.776.843 personas		42,3 %
Total de abstención	2.423.157 personas		57,7 %
José Antonio Gali Fayad	805.809 personas	45,3 %	- 27,5 % (2010)
Blanca Alcalá Ruiz	596.865 personas	33,5 %	- 32,4 % (2010)
Abraham Paredes Quiroz	169.632 personas	9,5 %	Primera participación
Roxana Luna Porquillo	68.353 personas	3,8 %	Coalición en 2010
Ana Teresa Aranda Orozco	66.766 personas	3,7 %	Primera participación

Fuente: elaboración propia con información del Instituto Estatal Electoral.

En la ecuación estadística de los factores que inciden en el desarrollo democrático, el triunfo de José Antonio Gali y la *Coalición Sigamos Adelante* tuvo un +3 en términos de gobernabilidad y estabilidad política, un +2 en legitimidad política y confianza pública y un +5 en avance democrático. Estos resultados se debieron a que el Gobierno surgido de esta elección extraordinaria, si bien puede ser considerado como legalmente constituido, su legitimidad política fue menor a la alcanzada en 2010. El propio proceso electoral reportó que de cada 10 ciudadanos que ejercieron su voto, solamente cuatro se manifestaron en favor de la continuidad del régimen. De los otros seis, tres votaron por el regreso del PRI, uno por la alternancia del Partido MORENA y uno más por dos diferentes candidatas (PRD e Independiente). En esa condición, la nominación del candidato ganador solamente permitió asegurar la continuidad del primer gobierno de alternancia encabezado por el PAN. Para fortalecer al régimen y mantener las alianzas sociales y políticas, se mantuvo la práctica de inhibir los espacios de participación ciudadana y no generar modelos de gobernanza y apertura a nuevos actores políticos.

4.3. Elección ordinaria 2018

Tabla IV. Participación ciudadana en las elecciones ordinarias para Gobernador del estado de Puebla en 2018.

Padrón electoral	4.470.067 personas		100,0 %
Total de participación	3.023.553 personas		67,64 %
Total de abstención	1.446.514 personas		32,36 %
Martha Erika Alonso Hidalgo	1.153.079 personas	38,14 %	+ 69,8 % (2016)
Luis Miguel Barbosa Huerta	1.031.043 personas	34,10 %	+ 164,5 % (2016)
Enrique Doger Guerrero	555.041 personas	18,36 %	- 15,14 % (2016)
Miguel Chain Carrillo	153.456 personas	5,08 %	Coalición en 2016

Fuente: elaboración propia con información del Instituto Estatal Electoral.

En la ecuación estadística de los factores que inciden en el desarrollo democrático, el triunfo de Martha Erika Alonso y la *Coalición Por Puebla al Frente* tuvo un +1 en gobernabilidad y estabilidad política, un +3 en legitimidad y confianza pública y un +4 en avance democrático. Ello fue resultante de que el gobierno surgido de esta elección se consideró como legalmente configurado por diversas instancias, pero con una legitimidad política menor si se le compara con los resultados obtenidos por sus antecesores en 2016 y 2010. El proceso electoral reportó mucha división política y un margen muy pequeño de ventaja de la candidata ganadora. Sin embargo, al superarse positivamente las diferentes controversias jurídicas la nueva gobernadora logró mantener siempre una considerable aceptación pública.

4.4. Elección extraordinaria 2019

Tabla V. Participación ciudadana en las elecciones extraordinarias para Gobernador del estado de Puebla en 2019.

Padrón electoral	4.584.484 personas		100,0%
Total de participación	1.527.071 personas		33,4% / 67,6%
Total de abstención	3.057.413 personas		66,6 %
Luis Miguel Barbosa Huerta	682.137 personas	44,6 %	- 348,906 (2018)
Enrique Cárdenas Sánchez	507.460 personas	33,2 %	- 645,619 (2018)
Alberto Jiménez Merino	281.875 personas	18,5 %	- 273,166 (2018)

Fuente: elaboración propia con información del Instituto Estatal Electoral.

En la ecuación estadística de los factores que inciden en el desarrollo democrático, el triunfo de Luis Miguel Barbosa y la *Coalición Juntos haremos historia* tuvo un +2 en gobernabilidad y estabilidad política, un +1 en legitimidad política y confianza pública y un +3 en avance democrático. Este resultado refleja que si bien el gobierno surgido de esta elección se consideró como legalmente obtenidos por diversas instancias, su triunfo no le otorgó la legitimidad política necesaria por la baja participación ciudadana y el desinterés en la elección. El proceso electoral reportó mucha división política y un número extremo de quejas ante los órganos jurisdiccionales. Asimismo, magnificó como estrategia de campaña el incondicional apoyo de las fuerzas políticas representados en el Congreso y los ayuntamientos del estado.

5. Conclusiones y discusión

La investigación sobre los procesos de alternancia política y reconfiguración de las élites gobernantes en el estado de Puebla confirmó la importancia de realizar estudios de elecciones subnacionales a partir de factores como la integridad, la calidad y el desarrollo democrático. Asimismo, resaltó la significación y relevancia de estos procesos en términos de legitimidad, confianza pública y participación ciudadana. En base a los resultados obtenidos, es posible comprender la verdadera dimensión de dichos procesos, sobre todo, en un estado que manifiesta bajos indicadores democráticos, ambientes de inseguridad creciente, pobreza extendida y diversas prácticas de cooptación política y subordinación. A diferencia de 2010, cuando se vivió un primer proceso de alternancia de amplia movilización social y confianza pública, la de 2019 generó poca participación ciudadana y una falta sustantiva de legitimidad social. Ello manifiesta, por un lado, que las alternancias en Puebla no han implicado la emergencia de cambios democráticos y mayores espacios para la participación ciudadana, así como nuevas dinámicas de gobernanza con políticas públicas incluyentes y equitativas. Por otro lado, que el voto en el territorio si bien mantiene una configuración de subordinación y utilidad, sustentada en la lealtad y la cooptación, también transita hacia un enfoque de carácter volátil y mayormente definido por la coyuntura y la emotividad. En esa consideración, un candidato ganador no necesariamente es aquel que cuenta con las mejores propuestas políticas, experiencia administrativa, for-

mación académica y capacidad movilizadora, sino el que aprovecha mayormente las condiciones de la coyuntura económica y social, financia apoyos a los medios de comunicación, coopta los liderazgos sociales y es capaz de generar expectativas para diferentes intereses y grupos.

Tabla VI. Niveles de integridad en las elecciones de Puebla.

Elección	Legitimidad política y confianza pública	Gobernabilidad y estabilidad política	Nivel de desarrollo democrático
2019	+ 1	+ 2	+ 3
2018	+ 3	+ 1	+ 4
2016	+ 2	+ 3	+ 5
2010	+ 3	+ 4	+ 7

Fuente: elaboración propia a partir de una ponderación numérica, donde 10 es el máximo y 1 el mínimo en las dos primeras categorías. El desarrollo democrático es resultado de la suma de la Legitimidad política y confianza pública y la gobernabilidad y estabilidad política.

En la experiencia regional, la alternancia solamente se ha significado por una reconfiguración de las élites políticas y de renovación de alianzas, tanto con el sector empresarial como con distintos tipos de organizaciones sociales. Por ello, de un nivel de +7 en desarrollo democrático en la primera alternancia las siguientes 3 lo redujeron hasta +3 como resultado de la polarización y la división política. Con los dos procesos de alternancia, uno hacia la derecha y otra hacia la izquierda, no se ha generado un cambio fundamental en la independencia de los poderes Legislativo y Judicial, las relaciones con los ayuntamientos, las formas de gestionar los recursos públicos, ampliar los espacios de transparencia gubernamental y rendir cuentas a la ciudadanía. Por el contrario, se mantiene un control estructural sobre los organismos autónomos, como el Instituto Estatal Electoral, el Instituto de Transparencia e Información Pública, la Fiscalía Anticorrupción, la Auditoría Superior del Estado y la Comisión de Derechos Humanos, así como en los mecanismos y comisiones para elegir y designar a sus integrantes. Limita también con mayor rigor la libertad de expresión e inhibe la existencia de medios de comunicación independientes, mediante mecanismos de sujeción jurídica o fiscal. En esa consideración, se destaca la importancia de continuar generando indicadores y evidencias que denoten las características de los procesos electorales en la entidad, someter a evaluación las diferentes prácticas y presentar los resultados en forma constante a la ciudadanía para propiciar cambios importantes en la forma de comprender la legitimidad política, la participación ciudadana, la cultura cívica y la confianza pública. De ese modo se contribuirá a demostrar que la alternancia no es todavía garantía de desarrollo democrático porque lo que Puebla requiere son nuevas prácticas políticas que permitan superar auténticamente sus desequilibrios económicos y sociales, así como enfrentar déficits en sus diferentes dimensiones.

Referencias bibliográficas

- Arias (2020): «Así van los gobernadores. ¿Cómo calificaron su desempeño? Encuesta nacional». *R32 Revista*. Arias Consultores, México.
- Arias (2018): «Encuestados reprueban desempeño de 29 gobernadores del país. Encuesta nacional». Arias Consultores, México. Recuperado de: <https://www.e-consulta.com/nota/2018-05-15/gobierno/encuestados-reprueban-desempeno-de-29-gobernadores-del-pais>
- BUAP (2016): «Con Voto Informado Puebla 2016 se busca fortalecer la cultura democrática». Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Puebla, 7 de abril de 2016. http://cmas.siu.buap.mx/portal_pprd/wb/comunic/con_voto_informado_puebla_2016_se_busca_fortalecer
- Buendía, E. (2018): «TEPJF declara válida la elección de Puebla: Martha Erika Alonso será Gobernadora», en *Periódico Reporte Índigo*. [Consultado el 10 de diciembre de 2018]. Recuperado de: <https://www.reporteindigo.com/reporte/tepjf-declara-valida-la-eleccion-de-puebla/>
- Cabrera, Y. (2018): «Cumplo mis compromisos o me voy: Moreno Valle. Presenta el aspirante opositor a la gubernatura su proyecto de gobierno. Ante unas 3 mil personas reunidas en el Centro de Convenciones, el candidato de Compromiso por Puebla firmó ante el Notario Público No. 52 de la Ciudad de Puebla que hará públicas las declaraciones patrimoniales de todos los funcionarios de su gobierno», en *Periódico Cambio*. Puebla, 18 de junio de 2010. Recuperado de: <https://www.diariocambio.com.mx/2010/junio/politica/010610-sr-politica-cumplo-mis-compromisos-o-me-voy-moreno-valle.htm>
- Carmona, F.; Montañón, G.; Carrión, J. y Aguilar, A. (1970): *El milagro mexicano*. México: Editorial Nuestro Tiempo. Disponible en: <http://ru.iiec.unam.mx/2316/1/ElMilagroMexicano.pdf>
- Centro de Estudios Espinosa Yglesias (2010): *Evaluación de propuestas de campaña de los candidatos al Gobierno de Puebla*. México. pp. 3-8.
- Comisión sobre Elecciones y Democracia en la Era Digital e Instituto Nacional Electoral (2019): «Impacto de las nuevas tecnologías de la información en las formas de entender y hacer política». Versión estenográfica del IX Foro de la Democracia Latinoamericana. Recuperado de: <https://centralectoral.ine.mx/2019/04/04/version-estenografica-del-conservatorio-i-impacto-las-nuevas-tecnologias-la-informacion-las-formas-entender-politica-ix-foro-la-democracia-latinoamericana/>
- Corporación Latinobarómetro, (2018): «Informe 2018». Santiago. Recuperado de: [Downloads/INFORME_2018_LATINOBAROMETRO%20\(1\).pdf](https://www.latinobarometro.com/INFORME_2018_LATINOBAROMETRO%20(1).pdf)
- Expansión Política (17 abril 2019): «Las claves del caso Lydia Cacho-Mario, una historia de más de 13 años». Recuperado de: <https://politica.expansion.mx/mexico/2019/04/17/las-claves-del-caso-lydia-cacho-mario-marin-una-historia-de-mas-de-13-anos>
- Global Commision in Elections, Democracy & Security (2012): «Profundizando la democracia: Una estrategia para mejorar la integridad electoral en el mundo». Recuperado de: <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/profundizando-la-democracia.pdf>
- Gunther, R.; Beck, P.; Magalhães, P. y Moreno, A. (2016): *Voting in Old and New Democracies*. Routledge Publishers: New York.
- Hernández, G. (2016): «Reves del TEPJF a Moreno Valle: Ana Tera Aranda será candidata independiente». *Revista Proceso*. Recuperado de: <https://www.proceso.com.mx/437374/reves-del-tepjf-a-moreno-valle-ana-teresa-aranda-sera-candidata-independiente>
- Índice de Desarrollo Democrático, (2018): «Índice de Desarrollo Democrático México, 2018. Resultados por entidad federativa». Recuperado de: <http://idd-mex.org/2018/informes/122/resultados-del-idd-mex-2018.html>

- Juárez, E. (2018): «TEPJF ratifica triunfo de Martha Erika Alonso en Puebla. El Tribunal Electoral definió anoche, mediante voto dividido, la elección en el estado de Puebla y ratificó el triunfo de Alonso». *Radioformula.com.mx*. Recuperado de: <https://www.radioformula.com.mx/noticias/20181209/tepjf-ratifica-triunfo-de-martha-erika-alonso-en-puebla/>
- Morlino, L. (2014): «La calidad de las democracias en América Latina. Informe para IDEA Internacional. Costa Rica». Recuperado de: <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/la-calidad-de-las-democracias-en-america-latina.pdf>
- Norris, P. (2014): *Why Electoral Integrity Matters*. Cambridge University Press: New York.
- Norris, P.; Frank, R. y Martinez i Coma, F. (2014): *The Year in Elections, 2013. The World's Flawed and Failed Contests. The Electoral Integrity Project*. University of Sydney.
- Norris, P. (2011): *Democratic Deficit. Critical Citizens Revisited*. Harvard University Press: Boston.
- Nohlen, D. (2016): *Principio mayoritario, jurisdicción constitucional e integridad electoral. Tres ensayos*. Editorial Universidad Nacional Autónoma de México: México.
- Nohlen, D.; Zovatto, D.; Orozco, J. y Thompson, J. (2017): *Tratado de derecho electoral comparado de América Latina*. Editorial Fondo de Cultura Económica: México.
- Periódico El Sol de Puebla (9 mayo 2018): «Presenta Puebla alto número de denuncias ante el INE. Las demandas principalmente entre los equipos de Enrique Cárdenas y Luis Miguel Barbosa». Recuperado de: <https://www.elsoldepuebla.com.mx/local/presenta-puebla-alto-numero-denuncias-ante-el-ine-3595115.html>
- Periódico Intolerancia (16 junio 2019): «Acumula Puebla el mayor número de quejas por delitos electorales: FEPADE». Recuperado de: <https://intoleranciadiario.com/articulos/2019/07/17/951435-acumula-puebla-el-mayor-numero-de-quejas-por-delitos-electorales-fepade.html>
- Ramón, C. (2017): «Líderes y procesos de institucionalización organizativa: el PAN y el PRD en Puebla (1983-2014)». Tesis inédita de Doctorado en Ciencias de Gobierno y Política. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Puebla. Recuperado de: <https://repositorioinstitucional.buap.mx/bitstream/handle/20.500.12371/1062/773817T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Reynoso, D. y Espinosa O. (2019): *¿Alianzas contra natura o anti-hegemónicas?: Las alianzas del PAN-PRD en los estados mexicanos*. Editorial Tirant Lo Blanch: Madrid.
- Reynoso, V. (2010): «¿Triunfo de la coalición o fracaso del continuismo?». *El Cotidiano*, 165. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco. México.
- Saavedra, L. (2019): «Moreno Valle dejó una mega deuda oculta de 30 mil millones de pesos, en breaking.com.mx». México, marzo de 2019. Recuperado de: <https://breaking.com.mx/2019/03/moreno-valle-megadeuda/>.
- Zovatto, D. (2018): «La democracia latinoamericana enfrenta su crisis de mediana edad». *International for Democracy and Electoral Assistance*. Santiago, noviembre de 2018. Recuperado de: <https://www.idea.int/es/news-media/news/es/la-democracia-latinoamericana-enfrenta-su-crisis-de-la-mediana-edad>

Las emociones como estrategia de comunicación en las elecciones europeas de 2019: VOX¹

Emotions as a community strategy in the 2019 european elections: VOX

1. Los datos que se utilizarán en este artículo tienen su origen en el informe realizado para el Parlamento Europeo por Novelli y Johansson (2019) y más en concreto, para el apartado de España.



Giselle García Hípola
Doctora en Ciencia Política,
profesora en el Dpto. de Ciencia
Política y de la Administración.
Universidad de Granada.
giselleghipola@ugr.es
@GiselleGHipola



Sergio Pérez Castaños
Doctor en Ciencia Política, profesor
en el Dpto. de Derecho Privado. Área
Ciencia Política. Universidad de Burgos.
spcastanos@ubu.es
@SergioPCas

Resumen

Utilizando los datos recogidos por el *Project Platform Europe* la presente investigación analiza cómo VOX ha utilizado las emociones como estrategia de su campaña electoral en las pasadas elecciones europeas de 2019. Así, se medirá cómo los materiales analizados apelan al uso de emociones o razón, el grado de personalización de estos o el uso de elementos relativos a la publicidad negativa y al humor, como forma de comprender la estrategia de esta formación de derecha radical populista.

Palabras clave

VOX; emociones; elecciones europeas; estrategia de comunicación; materiales de campaña.

Abstract

By using data collected from the Project Platform Europe, this article aims at analyzing how VOX has used emotions as an electoral strategy in the past 2019 European Elections. Thus, the use of emotions, rational elements, degree of personalization and the usage of humor and negative content in the selected materials will be analyzed, as a way to check the strategy developed by this right-wing populist radical political formation.

Keywords

VOX; emotions; european elections; communication strategy; campaigning materials.

Los procesos electorales, y por ende las campañas electorales, en un contexto europeo tienen algunas diferencias con respecto al resto de comicios. Alguno de los rasgos más evidentes frente al resto de procesos electorales reside en cuestiones relacionadas con las circunscripciones, el número de representantes, la barrera electoral o el tipo de fórmulas o listas electorales varían en función de cada Estado miembro. Cada uno de ellos define estos elementos de cara a los comicios europeos ya sea tratando de asemejarse a sus procesos electorales internos, o bien, buscando maximizar la representación. Posteriormente a la votación, la configuración del Parlamento Europeo se realiza en torno a grupos parlamentarios –ocho en la actualidad–, a los que se adscriben las formaciones que obtienen representación. Estos grupos no siempre se organizan a modo de familia o por afinidad política, sino que puede haber otros intereses.

En este peculiar contexto se enmarcan las elecciones europeas de 2019 y en este sentido uno de los modelos explicativos más extendidos para entender los procesos electorales europeos sigue la categoría clásica del *Second-Order Elections* (Reif y Schmitt, 1980). De manera concreta, en el contexto español y salvo algunas excepciones –explicadas por momentos muy concretos en los que se han enmarcados dichos procesos electorales–, las elecciones europeas han sido consideradas tanto de menor importancia que elecciones generales como que las autonómicas y municipales. Entre otras cuestiones, se debe esto a dos factores. En primer lugar, por la dificultad de explicar el propio funcionamiento del proceso electoral europeo (Pérez Castaños, 2020), lo que aleja al elector de estas cuestiones por entender que son complejas; y, por otro lado, debido a la percepción que tienen los electores en el proceso de selección de representantes para las instituciones europeas, al entender que hay menos en juego, por lo alejado que parece el entorno en el que se toman decisiones y su falta de percepción de la influencia (o al menos no se perciben) de esta esfera en la vida cotidiana. Si bien, esta perspectiva del segundo orden, que tradicionalmente se aplica a modelos de explicación del voto, también puede aplicarse y extenderse a la conducta comunicativa. Esto se debe a que en los contextos considerados de *Second-Order* la percepción del riesgo de «perder» es menor y, por lo tanto, permite modificar la conducta comunicativa (García Hípola, 2014).

Los estudios clásicos de Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1944) que sientan las bases en el análisis de las campañas electorales, y las definen como un proceso planificador y ejecutor de actividades con la intención de ganar votos. En la actualidad, podemos afirmar que las campañas electorales son acontecimientos políticos y electorales mucho más complejos. Desde una perspectiva clásica, además de legitimar el proceso, las campañas electorales han configurado un panorama político y mediático al que se ha denominado la «nueva política de campaña» (Pasquino, 2001), que por su condición hace necesaria una nueva «cientificación de la política». Esta tendencia provoca a nivel global un contagio de dinámicas en el resto de los escenarios políticos mundiales en lo que se ha denominado la «americanización» de la política (Swanson y Mancini, 1996).

Uno de los elementos más tangibles de esa «americanización» quedaría evidenciado en la personalización de las campañas en la figura del líder como simplificación de las dinámicas políticas y electorales de los regímenes

presidencialistas, así como en lo que conocemos como *horse-race-campaing* (Reinemann y Wilke, 2007). Dicho concepto viene a evidenciar una cobertura sobre los asuntos políticos cada vez más interpretativa y basada en un esquema de juego, con una lógica de competición donde uno gana a costa de que otro pierda y donde las emociones a la hora de construir los mensajes políticos están muy presentes. Así, en esta nueva manera de comunicar en las campañas electorales que se extiende de manera global adquiere una gran importancia su análisis; sobre todo, centrándonos en aquellos elementos que se introducen y que suponen un cambio con respecto a la manera de proceder anterior.

El grado de **personalización en la figura del líder** es uno de los efectos más comunes en el ámbito de las campañas electorales, lo que viene a reforzar la anteriormente mencionada idea sobre la «americanización» de las campañas electorales (Swanson y Mancini, 1996). Esta se produce en el contexto de lo que algunos han denominado como una «democracia mediática» (Muñoz-Alonso y Rospir, 1999), donde los sistemas democráticos y medios de comunicación de masas establecen una relación en la que se expone cuál es y cómo es el proceso político. En este sentido, podemos afirmar que se intensifica la actividad comunicativa donde las propias dinámicas se sustentan en la inmediatez y, por lo tanto, la contienda política se va trasladando cada vez más hacia la escena mediática (Priess, 2000). De manera concreta, para el análisis de los materiales de campañas de los comicios de 2019 en la Unión Europea, nos hemos centrado en los datos provenientes del *Project Platform Europe*¹ y los materiales utilizados por VOX son el claro ejemplo de esta tendencia, puesto que el 77,8% de los materiales giraban en torno a los candidatos y había un protagonismo del candidato.

En este nuevo escenario, dinámico y cambiante, las **emociones** parece que se consolidan como el hilo conductor en esta nueva forma de comunicar para algunas formaciones políticas. En este contexto, para dinamizar ese consumo de emociones en la información política, esta se simplifica y se hace fácilmente accesible, al mezclarse el infoentretenimiento y la espectacularización con lo político, de manera que el mensaje se establece en lógicas del espectáculo y sensacionalismo. En este contexto surge el *politainment* (Nieland, 2008; Sayre y King, 2010; Schultz, 2012), término asociado a la política rosa y es consecuencia directa de la desafección política ciudadana (Ntumu, 2015). Entendemos que las emociones son un elemento central en cualquier régimen político debido a que estas son capaces de movilizar políticamente y activar la participación electoral (Arias, 2016). Una de las estrategias más comunes y más estandarizadas en los contextos de las campañas electorales se centran en que los candidatos, así como sus estrategias provoquen respuestas emocionales en el conjunto de la población (Marcus y Mackuen, 2004).

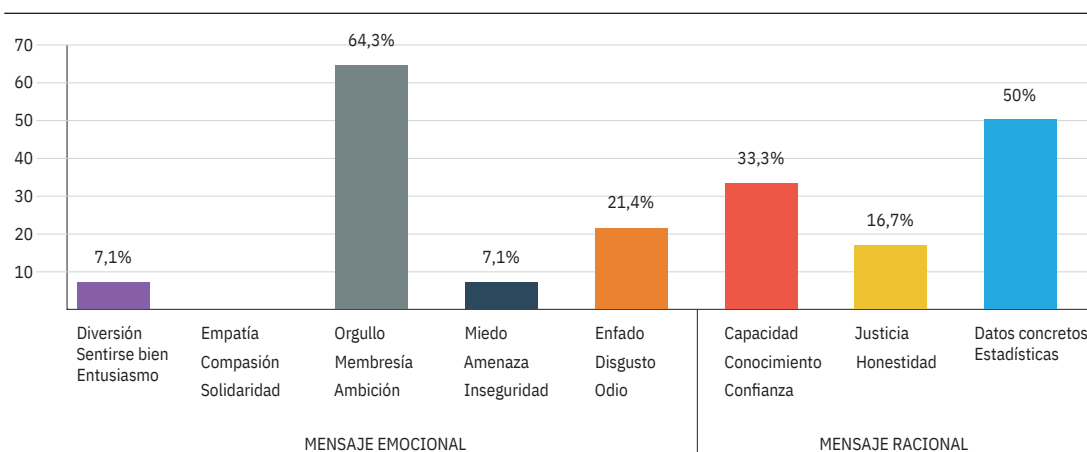
En este sentido serían las emociones las que jugarían un papel fundamental a la hora de elaborar estrategias políticas y donde la democracia se constituiría como un régimen político sustentado en la opinión, de la que no podemos obviar que está sostenida sobre emociones (Arias, 2016). Así, se entiende que la política en general se da en un escenario en el que existe una

1. Más información sobre el Proyecto mencionado anteriormente puede encontrarse en: www.electionsmonitoringcenter.eu

perfecta combinación entre razón y emoción y donde casi siempre se antepone la segunda (Westen, 2007). Entre otras cuestiones, porque tendemos a recordar las cosas en función de la emoción que hemos sentido. En esta línea, en cuanto al contenido emocional y racional, España se encuentra en la parte media, con uno que oscile entre 35% y el 43% de los materiales analizados apelando a la emocionalidad de las y los votantes (Novelli y Johansson, 2019).

De manera concreta, en cuanto al uso de mensajes emocionales y racionales, apreciamos cómo la formación política VOX opta por utilizar las emociones en el 70% de sus materiales frente al 20% que fueron articuladas en términos racionales. Tal y como se aprecia en el Gráfico I, por un lado, los mensajes emocionales giraron fundamentalmente en torno a cuestiones como el orgullo, la membresía y la ambición (64,3%), seguido de aspectos más negativos como el enfado, el disgusto y el odio (21,4% de los casos). El miedo, la amenaza y la inseguridad, así como la diversión, el bienestar y el entusiasmo sólo se utilizaron en el 7,15% de los materiales analizados mientras que la empatía, la compasión y la solidaridad son emociones que no aparecen en ninguno de los materiales de la formación. Por otro lado, los mensajes más racionales giran en torno a tres cuestiones: la que alude a datos concretos y/o datos estadísticos –el 50%–; las apelaciones a capacidades, conocimiento y confianza –un 33,3%–; y, finalmente, los mensajes de justicia y honestidad, utilizados en el 16,7% de los elementos en el análisis.

Gráfico I. Tipo de contenido emocional y racional en los materiales de VOX para las Elecciones Europeas de 2019.



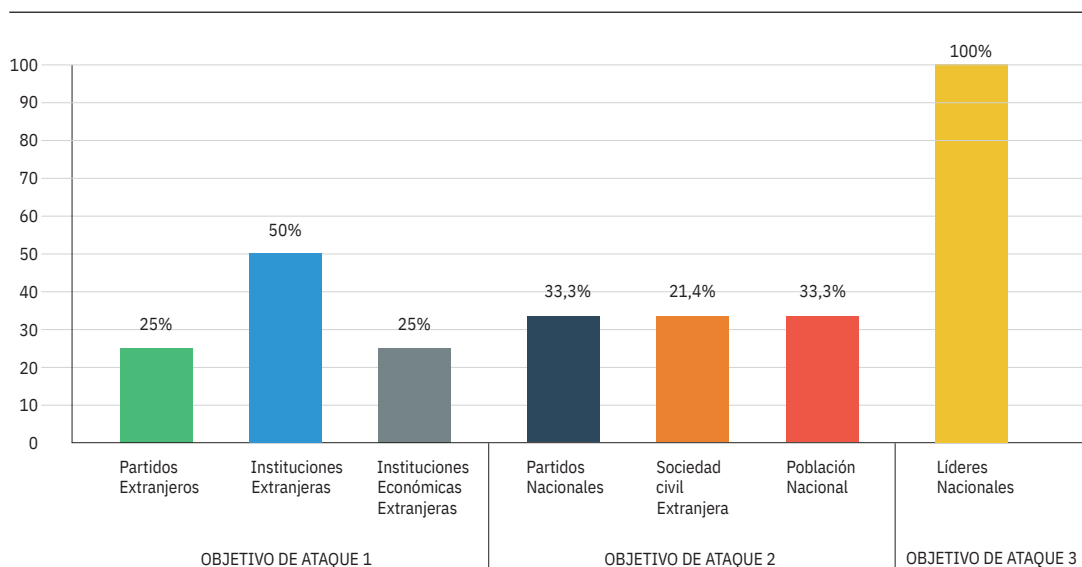
Fuente: elaboración propia con datos del Project Platform Europe.

Finalmente, el uso de la publicidad negativa y del humor son las últimas cuestiones que analizaremos en este trabajo, ya que entendemos que es la vinculación perfecta entre el uso de las emociones y la recreación de estas, puesto que se crea en lo que con anterioridad hemos denominado personalización de la política. Entendemos, por tanto, que resulta más sencillo generar esa asociación cognitiva entre partido y emoción construida a través de una persona. Así, las personas en torno a las que se construye dicha es-

trategia suelen ser los candidatos o personas reconocidas de las diferentes formaciones políticas.

Tanto el uso del humor como de la publicidad negativa ha ido en aumento, mucho más con la aparición de internet como elemento para el desarrollo de la campaña electoral (Duncombe, 2019). Esta cuestión queda aún más evidenciada con la entrada en escena de los partidos políticos denominados como derecha radical populista (Antón y Hernández-Carr, 2016; Kishishita, 2018; Prodobnick *et al.*, 2019) y su habitual recurso a lo que algunos autores han denominado como «*LOLitics*» (Klein, 2019). Por este motivo, en el caso de VOX, como partido de derecha radical populista, el análisis de estas dos variables en los materiales de campaña de la formación es tan importante. Resulta significativo que esta formación hace uso de la publicidad negativa en el 33,3% de sus materiales de campaña –uno de los partidos que más lo hacen–, pero en ninguno de sus elementos analizados aparece el humor como estrategia de comunicación.

Gráfico II. Objetivos de la publicidad negativa en los materiales de VOX para las Elecciones Europeas de 2019.



Fuente: elaboración propia con datos del Project Platform Europe.

Para el análisis de esta variable se tuvo en cuenta que en ocasiones aparecía más de un ataque en el mismo material analizado por lo que se tiene en cuenta, en caso de existir más de uno, el orden en el que aparecen, codificando hasta tres. En este sentido, como muestra el Gráfico II, los objetivos fundamentales de los ataques y de la negatividad son las instituciones extranjeras a las que se trata de desprestigiar en un 50% de los materiales, seguido de los partidos extranjeros y las instituciones económicas extranjeras en un 25% cada una. Como segundos objetivos de los ataques son a partes iguales, en un 33% cada una de ellas, los partidos nacionales, la sociedad civil extranjera y la población nacional. Por último, está claro que en la totalidad de los mate-

riales en los que existe esa publicidad negativa aparece de fondo una crítica hacia los líderes políticos nacionales.

Gracias a la utilización de estos recursos negativos, el encaje de VOX en la categoría de partido de derecha radical populista es evidente. Más aún, teniendo en cuenta cuáles son los objetivos de estos ataques. Es evidente que la intención en el uso de esta negatividad o **publicidad de ataque** (Kaid, McKinney y Tedesco, 2000) trata de buscar obtener el beneficio de desgastar a los adversarios, mientras que se sigue ofreciendo información, aunque esta sea negativa, por lo que se mantienen en el ciclo comunicativo.

Referencias bibliográficas

- Antón, J. y Hernández-Carr, A. (2016): «El crecimiento electoral de la derecha radical populista en Europa: parámetros ideológicos y motivaciones sociales». *Política y Sociedad*, 53(1): 17-28.
- Arias, M. (2016): *La democracia sentimental. Política y emociones en el siglo XXI*. Barcelona: Página indómita.
- Duncombe, C. (2019): «The Politics of Twitter: Emotions and the Power of Social Media.» *International Political Sociology*, 13(4): 409-429.
- García Hípola, G. (2014): *Estrategias de comunicación política en contextos concurrenciales: las campañas electorales de 2008 y 2012 en Andalucía*. Granada: Universidad de Granada.
- Kaid, L.; McKinney, M. y Tedesco, J. (2000): *Civic dialogue in the 1996 presidential campaign: candidate, media and public voices*. New Jersey: Hampton Press.
- Kishishita, D. (2018): «Emergence of populism under ambiguity». *International Tax and Public Finance*, 25: 1559-1562.
- Klein, O. (2019): «LOLitics. The content and impact of Dutch populist Internet memes». Disponible en SSRN: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3371224>
- Lazarsfeld, H. P.; Berelson, B. y Gaudet, H. (1944): *The People's Choice*. New York: Columbia University Press.
- Marcus, G. E. y MacKuen, M. B. (2004): «Anxiety, enthusiasm, and the vote: The emotional underpinnings of learning and involvement during Presidential Campaigns». En J. T. Jost y J. Sidanius (eds.): *Political Psychology: Key Readings*. New York: Psychology Press.
- Muñoz-Alonso A. y Rospir, J. I. (1999): *Democracia mediática y campañas electorales*. Barcelona: Ariel.
- Nieland, J. (2008): «Politainment». En W. Donsbach (ed.): *The international encyclopedia of communication*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Sayre, S. y King, C. (2010): *Entertainment and Society. Influences, Impacts, and Innovations*. Nueva York: Routledge.
- Schultz D (2012): *Politainment, the ten rules of contemporary politics: a citizens' guide to understanding campaigns and elections*. USA: Amazon.
- Novelli, E. y Johansson, B. (2019): *2019 European elections campaign. Images, topics, media in the 28 Member States*. Bruselas: Parlamento Europeo. <http://doi.org/10.2861/167439>

- Ntutumu F (2015): «La política pop, la caja tonta y el riesgo para la política democrática. Disponible en: <https://ntutumu.wordpress.com/2015/08/29/la-politica-pop-la-caja-tonta-y-el-riesgo-para-politica-democratica/>
- Pasquino, G. (2001) «The New Campaign Politics in Southern Europe», en Diamandouros, N. y Gunther, R. (eds.) «Parties, Politics and Democracy in the New Southern Europe» (pp. 183-223). London: John Hopkins University.
- Pérez Castaños, S. (2020): «Europa en 2019: contexto convulso y cambios sociales», en S. Pérez Castaños (coord.): *Elecciones Europeas 2019: Campaña electoral, voto y liderazgo*. Valencia: Tirant lo blanch, pp. 15-37.
- Priess, F. (2000): *El marketing político y su incidencia en el éxito electoral*. Buenos Aires. CIEDLA.
- Prodobnik, B.; Skreblin Kirbis, I.; Koprcina, M. y Stanley, H. E. (2019): «Emergence of the unified right- and left-wing populism—When radical societal changes become more important than ideology», *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 517: 459-474.
- Reif, K. y Schmitt, H. (1980): «Nine second-order national elections. A conceptual framework for the analysis of European election results». *European Journal of Political Research*, 8: 3-44.
- Reinemann, C. y Wilke, J. (2007): «It's the Debates, Stupid! How the Introduction of Televised Debates Changed the Portrayal of Chancellor Candidates in the German Press, 1949- 2005». *Press/Politics*, 12: 92- 111.
- Swanson, D. y Mancini, P. (eds.) (1996): *Politics, Media and Modern Democracy. An International Study of Innovations in electoral Campaigning and Their Consequences*. Westport: Praeger.
- Westen, D. (2007): *The political brain: The role of emotion in deciding the fate of the nation*. Nueva York: Public Affairs.

El mensaje electoral en las redes sociales: Alberto Fernández, Mauricio Macri y el retorno de la promesa

The electoral message on social networks: Alberto Fernández, Mauricio Macri and the return of the promise



Rocío Annunziata
Investigadora del Conicet.
Profesora UNSAM y UBA.
rocio.annunziata@gmail.com
@RocioAnnunziata



Andrea Ariza
Magíster en teoría política y social,
Facultad de ciencias sociales-UBA,
y becaria doctoral UBACyT.
andrea.ariza93@gmail.com



Valeria March
Licenciada en Sociología, UBA y
maestranda en Análisis Político,
UNTREF.
valeria.r.march@gmail.com



Sofía Torres
Socióloga UBA. Consultora Atlas
Smart Cities.
sof_torres@outlook.com

Resumen

En este artículo nos preguntamos por el tipo de mensaje electoral predominante en las redes sociales de Alberto Fernández y Mauricio Macri durante el proceso electoral de 2019. Primero, definimos cuatro tipos de mensaje electoral: promesa, escucha, negatividad y propuestas. Luego, analizamos el tipo de mensaje predominante antes y después de las PASO en las redes de Macri; enseguida, revisamos el tipo de mensaje preferido por Fernández en ambos tramos del proceso electoral. Observamos que Macri pasó de privilegiar las propuestas a la promesa, mientras que Fernández mantuvo a la promesa como el mensaje electoral predominante durante toda la campaña. Finalmente, mencionamos nuevos interrogantes abiertos por esta investigación.

Palabras clave

Mensaje electoral; redes sociales; Argentina; Mauricio Macri; Alberto Fernández.

Abstract

This article addresses the predominant type of electoral message on Alberto Fernández and Mauricio Macri social networks during the 2019 electoral process. First, we define four types of electoral message: promise, listening, negativity and proposals. Then, we analyze the predominant type of message before and after the PASO in the Macri networks; next, we review the type of message preferred by Fernández in both moments of the electoral process. We observe that Macri went from privileging the proposals to the promise, while Fernández kept the promise as the predominant electoral message throughout the campaign. Finally, we mention new questions raised by this investigation.

Keywords

Electoral message; social networks; Argentina; Mauricio Macri; Alberto Fernández.

1. Introducción

El estudio de las campañas electorales en redes sociales (Jungherr, 2016) es un campo en creciente desarrollo. En Argentina, varios trabajos se han dedicado a analizar el proceso electoral de 2015 (Tarullo y Amado, 2016; Slimovich, 2017; Ariza, 2016; D'Alessandro, 2017). Si el uso intensivo de las redes para la comunicación política pareció hace unos años muy asociado al ex presidente Macri y su espacio político (Annunziata, Ariza y March, 2018), desde entonces se ha expandido y ningún candidato desconoce hoy este terreno para hacer campaña, como se ha plasmado en el proceso electoral de 2019.

En este artículo nos preguntamos por el tipo de mensaje electoral predominante en las redes sociales de Alberto Fernández y Mauricio Macri durante el proceso electoral de 2019. Primero, definimos cuatro tipos de mensaje electoral: promesa, escucha, negatividad y propuestas. Luego, analizamos el tipo de mensaje predominante antes y después de las Primarias Abiertas, Simultáneas y Obligatorias (PASO) en las redes de Macri; enseguida, revisamos el tipo de mensaje preferido por Fernández en ambos tramos del proceso electoral. Observamos que Macri pasó de privilegiar las propuestas a la promesa, mientras que Fernández mantuvo a la promesa como el mensaje electoral predominante durante toda la campaña. Finalmente, mencionamos nuevos interrogantes abiertos por la investigación.

2. Tipos de mensaje electoral

Durante los últimos cuarenta años el vínculo representativo ha venido transformándose de manera sustantiva y las/os investigadoras/es vienen subrayando cambios en el rol de los partidos, los líderes, los procesos electorales y la propia promesa electoral.

Aclaremos desde el comienzo que en las democracias modernas la promesa electoral nunca fue vinculante. Los gobiernos representativos se crearon contra la noción de mandato imperativo, basándose en la independencia de los representantes con respecto a los representados como uno de sus principios (Manin, 1998). Durante gran parte del siglo XX, en el contexto de la democracia de partidos, las promesas, asociadas a los programas partidarios, eran centrales en los procesos electorales. Aún sabiendo que estas promesas no los atarían en el futuro, los partidos ofrecían en sus programas un rumbo para la comunidad política, creando así un lazo que se suponía duraría por todo el tiempo del mandato (Manin, 1998).

Para Mansbridge (2003) también el modelo tradicional de representación política le otorgaba a la promesa un lugar central; de hecho, la autora lo llama «representación promisorio». En este modelo se supone que los representantes representan la voluntad de los electores en el momento de la elección y que la misma permanece durante el transcurso del mandato. Con este modelo tradicional se corresponde asimismo la descripción que realiza Rosanvallon (2010) sobre el papel de las elecciones como orientadoras de un rumbo general y productoras de la confianza entre representantes y representados. Para el autor, los programas fueron, en este contexto, medulares en

las campañas, tanto para establecer los contrastes entre los partidos como para generar un nexo entre el momento de la elección y el tiempo de la acción gubernamental. Las elecciones permitían así una «proyección democrática» del vínculo entre representantes y electores formado en las urnas (Rosanvallón, 2010).

En síntesis, la promesa supone que los electores se identifican con un colectivo, que cuando votan están optando por un rumbo global, y que su voluntad y confianza en los representantes va a perdurar entre momentos electorales. Pero este tipo de mensaje electoral que sigue operando, convive actualmente con otros tipos que se han desarrollado en paralelo a las transformaciones del vínculo representativo. Si es posible hablar de «representación post-promisoria» (Annunziata, 2016) es porque para los representantes ya no es suficiente representar la voluntad del momento de la elección y en esto ha influido especialmente la personalización de la política. Como señala Mansbridge (2003), gana terreno la representación giroscópica: los votantes eligen «candidatos brújula» que, según sus rasgos personales, sabrán orientarse en cada situación, imprevista por definición, como los votantes querrían que se oriente. Manin (1998) llama al formato contemporáneo del gobierno representativo «democracia de audiencia»; los electores no votan por partidos sino por candidatos que saben desempeñarse bien en los medios de comunicación y frente a la opinión pública, y se adaptan a contextos cambiantes e impredecibles. Por otra parte, para Rosanvallón (2010), las elecciones se han «desacralizado», perdiendo gran parte de sus funciones democráticas: ya no significan la opción por un rumbo político y tienden a reducirse a la mera «selección de gobernantes»; la prolongación del momento electoral en la duración del mandato ya no es entonces tan efectiva.

En paralelo con estos cambios, los candidatos han diversificado lo que ofrecen de sí mismos en las campañas. Mientras que las promesas constituyen un vínculo subjetivo entre representantes y representados que, como la ideología, produce una articulación entre problemas diversos (por eso decimos que ofrecen un «rumbo»), hoy se multiplican también las campañas basadas en «propuestas concretas», que son más bien relaciones objetivas entre problemas y soluciones, series de «soluciones a problemas» que no están necesariamente conectadas entre sí y podrían contradecirse bajo una lupa ideológica (Annunziata, 2016). También ha aumentado el peso de la negatividad en la política contemporánea, es decir, del predominio del rechazo sobre el proyecto, conduciendo a que podamos hablar de «deselecciones» (Rosanvallón, 2007). La negatividad se convirtió en otra forma del mensaje electoral, en la medida en que es más fácil dar garantías de lo que no se va a hacer que de lo sí se va a llevar a cabo. Belt (2017) subraya el aumento de la publicidad electoral negativa en los últimos años. Por otra parte, de la mano del creciente peso de la proximidad en la política (Annunziata, 2018), es decir, de las estrategias de los representantes para mostrarse cercanos y semejantes a los representados, la «escucha» se ha convertido en otra forma del mensaje electoral: lo que se ofrece en este caso es una actitud, un rasgo de carácter y una predisposición a escuchar y prestar atención a las experiencias singulares, más allá de las decisiones que se vayan a tomar. Estos diferentes aspectos de la representación contemporánea nos permiten construir una tipología de mensajes electorales, basada en dos dimensiones: 1) si se ofrece un vínculo subjetivo u objetivo; 2) si se ofrece un vínculo colectivo o singular.

Así, identificamos cuatro tipos de mensaje electoral: promesa, escucha, negatividad y propuestas (ver Tabla I).

Tabla I: Tipología de mensajes electorales

Mensaje electoral	Colectivo	Singular
Subjetivo	Promesa	Escucha
Objetivo	Negatividad	Propuestas

Fuente: elaboración propia.

En este artículo analizamos comparativamente los tipos de mensaje electoral de los candidatos Alberto Fernández (Frente de Todxs) y Mauricio Macri (Juntos por el Cambio) en las elecciones presidenciales de 2019 en Argentina. La hipótesis que sostenemos es que durante este proceso electoral los contenidos publicados en las redes sociales de Macri pasaron del predominio de las propuestas concretas antes de las PASO al predominio de la promesa luego de las PASO, mientras que los contenidos publicados por Fernández mantuvieron a la promesa como el principal mensaje electoral en ambos períodos. Habiéndose caracterizado siempre por proponer vínculos representativos singularizantes basados en la proximidad (Annunziata, Ariza y March, 2018), el cambio de estrategia de comunicación y de tipo de mensaje electoral predominante de Macri fue una respuesta a los inesperados resultados negativos en las PASO. Por su parte, el candidato del Frente de Todxs mantuvo el tipo de mensaje característico del Frente para la Victoria en procesos electorales previos, en los que la noción de «proyecto» había sido central (Annunziata, 2016).

3. Metodología

Este trabajo fue realizado a partir del desarrollo de una aplicación que permitió capturar cada publicación de las cuentas de Facebook, Twitter e Instagram de Fernández y Macri entre el 01/06/19 y 27/10/19¹. De cada una de las publicaciones (en total 2.533) relevamos: fecha y hora, contenido, herramientas, y clasificamos el tema² y el tipo de mensaje electoral predominantes. Para testear nuestra hipótesis, dividimos el período total en dos tramos de dos meses y medio cada uno, correspondientes con el antes y el después de las PASO: el primer tramo fue desde el 01/06/2019 hasta el 11/08/2019, día de las PASO, y el segundo tramo fue desde el 12/08/2019 hasta el 27/10/2019, fecha de las elecciones generales. Luego, clasificamos cada publicación mediante un análisis de contenido (Graham, Jackson y Broersma, 2018) a partir

1. El artículo es un resultado parcial del proyecto «La Campaña en las Redes» que realizó el seguimiento de las redes sociales de todos los candidatos presidenciales en 2019. Ignacio Pehuén Romani (Universidad Nacional de Quilmes) desarrolló la aplicación.

2. Seguridad; Educación y Cultura; Economía; Género; Salud; Obra pública; Servicios públicos; Derechos; Instituciones; Conmemoraciones; Internacional; Vida Personal; Proceso electoral; Acontecimientos; Sociedad.

de una serie de indicadores que nos permitieron identificar el mensaje electoral predominante (ver Tabla II).

Tabla II. Indicadores de los tipos de mensaje electoral.

Mensaje electoral	Indicadores
Promesa	Referencias a un proyecto colectivo, rumbo del país, referencia a colectivos partidarios, valores abstractos o ideales (igualdad, trabajo, crecimiento, etc.), uso de impersonales y presupuestos.
Propuestas	Descripciones, diagnósticos y soluciones técnicas a problemas particulares, cuadros, cifras, dibujos impersonales, infografías, mapas, registros discursivos tecnocráticos.
Negatividad	Rumbos o acciones que se rechazan. «No», «Basta», compromisos de lo que no se va hacer (negatividad explícita): impedir, vetar, quitar, suspender. Denuncias de situaciones o acciones de personas para generar un rechazo moral (negatividad implícita).
Escucha	Registro de estrategias de proximidad, visitas a ciudadanos, llamados, recorridos, gestos de empatía, cercanía física, historia de vida de ciudadanos o de políticos, escenas de la intimidad de los políticos que los muestren accesibles, cercanos, parecidos a los ciudadanos comunes.

Fuente: elaboración propia.

4. Mauricio Macri: de las propuestas a la promesa

Durante la campaña electoral de 2019 el entonces presidente Mauricio Macri utilizó las tres redes sociales analizadas de forma cotidiana. En Facebook e Instagram exhibió un comportamiento semejante, replicando una proporción significativa de contenido en ambas redes. En Twitter, en cambio, se publicaron contenidos que no aparecieron al mismo tiempo en las otras redes. En todo el período, Mauricio Macri realizó 1472 publicaciones en sus tres redes sociales. Twitter fue la red social más utilizada con un 39% de los contenidos; en segundo lugar, se ubicó Facebook (35%); y, por último, Instagram (26%). Si tomamos el período globalmente y las tres redes sociales en conjunto, el mensaje electoral predominante fue la promesa (44%), seguido por la propuesta (31%), la escucha (15%) y la negatividad (10%). Como veremos enseguida, el predominio global de la promesa se debe al importante aumento que tuvo este tipo de mensaje electoral en el segundo tramo de la campaña, ya que antes de las PASO era mayoritaria la propuesta.

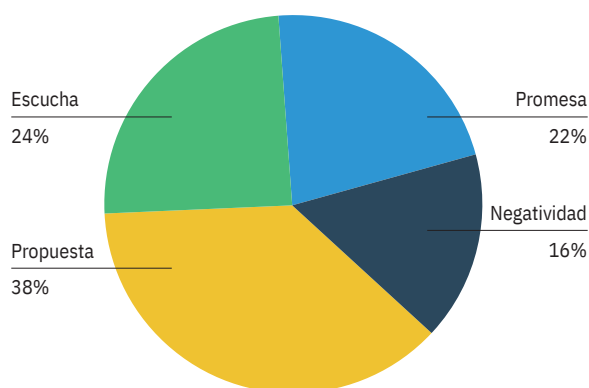
4.1. Período pre-PASO

Antes de las PASO, Macri mantuvo en sus redes sociales un tipo de estrategia de campaña que venía siendo su marca distintiva: la apelación a la proximidad con el ciudadano común (Annunziata, 2018; Annunziata, Ariza y March, 2018).

Durante este período, realizó 612 publicaciones en las tres redes sociales, utilizando más Facebook (40%), seguida por Instagram (31%) y Twitter (29%). El tipo de mensaje electoral predominante fue la propuesta, que representó el 38% de las publicaciones en las tres redes. En segundo lugar es-

tuvo la escucha (24%); en tercer lugar, la promesa (22%); y, finalmente, la negatividad (16%) (ver Gráfico I).

Gráfico I: Tipo de mensaje electoral en las redes sociales de Macri, 01/06/2019 - 11/08/2019.



Fuente: elaboración propia.

De manera consecuente, el tema que predominó en este período fue la «obra pública», alcanzando un 27% del total de las publicaciones en las tres redes. En efecto, las obras públicas fueron presentadas como propuestas de soluciones concretas para problemas específicos. Podemos tomar como un ejemplo característico de la estrategia de comunicación del período pre-PASO la siguiente publicación del 08/07 en Instagram. La misma constituye un vídeo que reúne varios microfragmentos en los que distintas personas comunes muestran una obra de pequeña escala y hacen referencia a su carácter «real»³.

En esta publicación de la cuenta de Instagram de Macri (Imagen I) podemos observar el tema principal del período, la obra pública, acompañado del mensaje electoral preponderante, la propuesta. Las comparaciones entre el pasado y presente (es decir, entre la presidencia anterior y la de Macri) se pudieron ver en muchas publicaciones, en las que siempre se mostraba una obra específica solucionando alguna carencia o problema también puntual. En estas publicaciones, se agregaba un juego de contraposiciones, como el que vemos en el texto del ejemplo («real/relato»), que asociaba las obras a la realidad frente al «mero discurso», del mismo modo que la oposición entre «hablar/hacer» que aparecía en otras publicaciones⁴.

3. En el video distintas personas van diciendo las siguientes frases: «Este cemento, esto que está acá es real; Realidades; El gas que está llegando; Esto es la realidad del país en movimiento; Pero no se puede negar la realidad, esto está hecho; Es realidad. Toquen, miren; Real y concreto, que la gente lo puede ver; Es una realidad para nuestro barrio; Ver esto, hecho realidad, es de no poder creer». El mismo cierra con el propio Macri tocando el pavimento y diciendo: «Esto que no es relato. Porque este pavimento no es relato, esto es real».

4. Otras contraposiciones fueron, por ejemplo: mirar/ver vs. palabras/ discursos, lo nuevo vs. lo viejo/el abandono/ los «años» que demoraban antes las obras, ahora vs. antes.



Fuente: elaboración propia

La estrategia de comunicación en la campaña de 2019 se mantuvo dentro del registro de la representación de proximidad. Si bien se produjo un giro si comparamos este proceso electoral con los de 2017, 2015 y otros anteriores con Macri como candidato (Annunziata, 2018; Annunziata, Ariza y March, 2018), el período anterior a las PASO siguió dentro de un discurso de proximidad. En 2019 se priorizaron las que llamamos «historias de vida directas» (Annunziata, 2018), es decir, relatos enunciados directamente por personas comunes (y no ya por los políticos que cuentan lo que escucharon o lo que les transmitieron). En las redes de Macri se publicaron este tipo de videos cortos en los que personas comunes hacían referencia a alguna obra realizada por el gobierno durante su gestión, y se redujo notoriamente la proporción de posteos sobre timbreos, visitas a las casas de ciudadanos y llamados inesperados de Macri. Luego de casi un mandato completo en el poder, los mensajes no podían seguir mostrando la «escucha» de los anhelos e inquietudes de los ciudadanos porque ya se había gobernado. Se había vuelto necesario exhibir lo realizado, como suele ocurrirles a los oficialismos; sólo que hacer una campaña apelando a las políticas desarrolladas y las decisiones tomadas puede ser muy distinto si se construye desde la lógica singularizante de la proximidad o desde una lógica más carismática/populista⁵. Las publicaciones en las redes de Macri antes de las PASO tendieron, así, a tratar sobre pequeñas obras (instalación de luminarias, reparación de una estación de tren, tramo de pavimento, puesta en valor de una plaza, entre otras) mostradas desde el «saber de la experiencia» de los vecinos⁶ de distintos lugares del país. Esta

5. Las campañas electorales del kirchnerismo también se basaban en lo que habían hecho como gobierno, en una enumeración de medidas, pero rodeadas por una épica y una lectura en clave colectiva, la del «proyecto» (Annunziata, 2016). El caso de Macri se aproxima más a lo que Riorda (2008) denomina «comunicación inventarial contable o centrada en hechos»: una comunicación que se corresponde con una evidencia empíricamente verificable que sigue la idea de asentar o «contabilizar» los logros del gobierno en la mente de los ciudadanos.

6. «Vecinos» resulta una categoría más apropiada que «ciudadanos» para el destinatario de los mensajes de Macri, en la medida en que los posteos presentaban obras que tenían que ver con experiencias cotidianas del espacio público cercano.

estrategia manifestaba una singularización y multiplicación de las obras, es decir, que no se publicaban contenidos en los que varios ciudadanos relataban la misma experiencia sobre la misma obra, sino que cada vecino aparecía como enunciador de su propia vivencia, única, de una obra pública que le resolvía un problema concreto y cotidiano. Tampoco se presentaba un hilo conductor de las obras, cada una era singular y resolvía un problema específico no conectado con otros problemas, resueltos a su vez por otras obras. Como dijimos antes, esta falta de articulación entre distintas soluciones a problemas puntuales es lo característico de las propuestas frente a las promesas; en estas últimas, al contrario, se produce una articulación tan fuerte entre un conjunto de medidas supuestamente coherentes entre sí que no se requiere siquiera hacerlas explícitas (es lo propio de un discurso ideológico más clásico).

En la Imagen II tenemos otro ejemplo que ilustra también soluciones concretas para problemas específicos (en este caso la necesidad de rutas y caminos en buen estado).

Imagen II: Publicación en la cuenta de Twitter de Macri, 15/07/2019.



Fuente: elaboración propia.

4.2 Período post-PASO

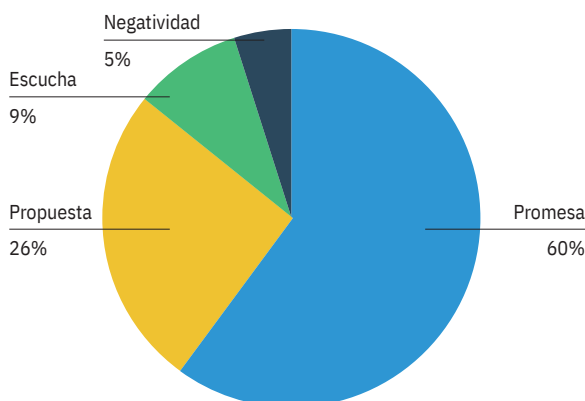
El resultado de las PASO fue una sorpresa para todos los actores políticos. Ninguna de las consultoras de opinión pública había podido preverlo⁷. El fuerte golpe para el oficialismo trajo consigo un cambio de estrategia de campaña que se expresó claramente en las publicaciones en las tres redes sociales. La propuesta dejó de ser preponderante como mensaje electoral y adquirió protagonismo la promesa, apelándose por primera vez desde este espacio político a reforzar el sentimiento de pertenencia de los partidarios y una épica colectiva que antes estaba prácticamente ausente en su discurso.

7. Mientras que las encuestas habían predicho muy poca diferencia (2,75 puntos) entre los principales partidos (Paladini, 2019), en las PASO Fernández se ubicó en primer lugar con el 49,49% de votos positivos y Macri quedó en segundo lugar con el 32,93%.

Entre agosto y octubre Macri convocó a los adherentes y votantes a revertir el resultado de las primarias⁸.

En este período, se cuentan 861 publicaciones en las tres redes. Twitter quedó en primer lugar (45%); le siguió Facebook (32%) y luego Instagram (23%). La intensidad en el uso de las redes varió con respecto al tramo anterior de la campaña, en el que, como vimos, se le dio prioridad a Facebook. En la medida en que Twitter es de las tres la red más propicia para el contenido político y que Macri siempre había privilegiado Facebook (Annunziata, Ariza y March, 2018), este cambio puede asociarse con el giro en la estrategia de campaña que acabamos de mencionar. La promesa pasó a ser el tipo de mensaje electoral predominante, representando el 60% de los contenidos. En segundo lugar, encontramos la propuesta (26%); en tercer lugar la escucha (9%) y, por último, la negatividad (5%) (ver Gráfico II).

Gráfico II: Tipo de mensaje electoral en las redes sociales de Macri, 12/08/2019-27/10/2019.



Fuente: elaboración propia.

En cuanto al tema de los posteos, también se produjo un giro, dejando de ser «obra pública» el principal. El tema predominante fue el proceso electoral mismo (63%), seguido –de lejos– por la economía (9%). Esto refleja el cambio de estrategia deliberado en la comunicación del ex presidente, que se asumió en esta etapa de la campaña más como un partido en competencia con otros y como representante de sus electores en lugar del de todos los vecinos del país. Esto lo condujo a organizar actividades propias de campaña proselitistas como las «Marchas del #SíSePuede»⁹, en las que se convocó a los adherentes y se realizaron actos políticos más clásicos apelando a una épica colectiva. Estas marchas buscaron afianzar la identidad política del espacio y empoderar a los simpatizantes para que salieran a reconquistar a los

8. Y lo cierto es que fue muy exitoso con esta estrategia, porque los resultados de las elecciones generales de octubre achicaron en un 7,96% la brecha con Fernández, siendo el resultado final de 48,24% para el Frente de Todos y 40,28% para Juntos por el Cambio.

9. Este nombre se le dio a la estrategia electoral que consistió en realizar marchas en 30 ciudades durante 30 días. El cronograma de días y puntos de encuentro y las convocatorias se difundieron principalmente a través de las redes sociales de Macri y otros dirigentes de su espacio, siendo luego replicadas por sus seguidores.

desencantados (Galup, 2019)¹⁰. Que el tema predominante de las publicaciones haya sido el proceso electoral responde a que los contenidos publicados estuvieron orientados a organizar estas marchas y luego a cubrirlas como acontecimientos. No sólo las marchas constituyeron los hitos de la campaña, sino que antes, durante y después el expresidente compartió imágenes y videos en sus redes sociales, que retrataban diversos momentos de estas movilizaciones.

La estrategia de comunicación de Macri pasó así de centrarse en mensajes singularizantes, que caracterizaban a su discurso desde varios procesos electorales atrás, y que ponían en el centro a los ciudadanos comunes y al contacto uno-a-uno con ellos, a mensajes orientados a lo colectivo y subjetivo, es decir, lo que hemos clasificado como promesa. Por primera vez se privilegió mostrar a Macri rodeado de multitudes, en posición de líder, y enfocar la subjetividad hacia una emoción colectiva en lugar de hacia una escucha intimista.

En la Imagen III se muestra la *Marcha del #SíSePuede* en Neuquén. Aquí se observa a Macri en la posición de un líder y orador sobre un escenario, rodeado por gente que lo apoya. En todas las publicaciones sobre estas actividades de campaña se mostraba algo similar, imágenes alegres, en las que veía a ciudadanos con banderas y carteles, cantando y alentando a Macri y su proyecto político.

Imagen III: Publicación en la cuenta de Instagram de Macri, 08/10/2019.



Fuente: elaboración propia.

En la Imagen IV tenemos otro ejemplo, de la marcha del #SíSePuede en Mendoza, en el que encontramos incluso signos del afecto hacia el dirigente

10. La consigna «Sí, se puede» que había nacido en procesos electorales previos, reapareció luego de las PASO convirtiéndose en el slogan de la campaña y en el hashtag más utilizado en las redes sociales: #SíSePuede. Con la épica de las marchas, esta consigna adquirió como significación el revertir los resultados del 11/08.

entre la multitud («Mauri Gato te queremos» puede leerse en un cartel). Aquí también se lo observa a Macri acompañado por referentes de su espacio y se marca la distancia entre los oradores y la audiencia.

Imagen IV: Publicación en la cuenta de Facebook de Macri, 05/10/2019.



Fuente: elaboración propia.

La promesa construida en esta etapa fue sobre todo una promesa de cambio; la única forma de seguir prometiendo el cambio luego de cuatro años de gestión era apelar a la necesidad de un «cambio de verdad», profundo, que tomaba mucho tiempo, que todavía no había podido concretarse por la magnitud de la transformación. El discurso de Macri se apoyó en subrayar la necesidad de una «reconstrucción de la Argentina», mucho más grande que la que había podido imaginar al asumir como presidente.

5. Alberto Fernández: promesas de unidad

Alberto Fernández utilizó sus redes sociales con mucha frecuencia durante la campaña. Al igual que Macri, tendió a replicar contenido entre Instagram y Facebook, manteniendo mayor especificidad en Twitter, más utilizada por Fernández para involucrarse en debates públicos y polémicas como para comentar declaraciones y notas de prensa. Pero se diferenció del candidato de Juntos por el Cambio en el hecho de que no pareció desarrollar una estrategia de comunicación específica para sus redes, sino que tendió a publicar fragmentos de eventos realizados por fuera de las mismas, como encuentros partidarios, reuniones con otros dirigentes políticos, actos masivos en distintas provincias, universidades. Las actividades de campaña por fuera de las

redes se transformaron así en insumos para las publicaciones en Facebook, Twitter e Instagram.

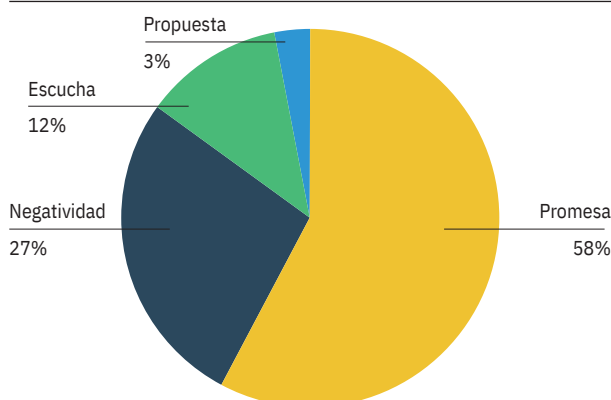
Fernández realizó un total de 1.061 publicaciones en sus redes sociales durante todo el período. Twitter fue la red social más utilizada con un 56% de los posteos, le siguió Facebook (25%), e Instagram quedó en último lugar (19%). En lo que respecta al mensaje electoral, considerando los posteos realizados por el candidato en sus tres redes, la promesa predominó claramente, y lo hizo durante todo el período. Este tipo de mensaje representó el 62% de las publicaciones. Le siguió la negatividad (24%), luego, la escucha (11%), y por último, la propuesta (3%).

5.1 Período pre-PASO

El primer tramo del proceso electoral estuvo signado para Fernández por la novedad de su propia candidatura y la constitución del Frente de Todxs, que lo llevaría a la presidencia. El anuncio de su postulación fue realizado por su compañera de fórmula, la ex presidenta y líder del kirchnerismo, Cristina Fernández de Kirchner, sobre el momento del cierre de presentación de listas oficiales. Este acontecimiento inesperado dejó su marca sobre la estrategia discursiva de Fernández que, al principio, parecía poco ordenada, y se fue definiendo en el mes de junio como un mensaje que prometía la unidad o el fin de la «grieta», cuya factibilidad estaba probada por el acuerdo mismo entre dirigentes que se encontraban hasta hacía poco tiempo en espacios políticos rivales.

Entre el 01/06/2019 y el 11/08/2019, Fernández publicó 573 contenidos en sus tres redes. La más utilizada fue Twitter (56%), seguida por Facebook (24%) e Instagram (20%). El mensaje electoral predominante fue la promesa con 58% de los contenidos. El mismo superó en más del doble a la negatividad (27%); luego estuvo la escucha (12%) y, finalmente, la propuesta (3%) (ver Gráfico III).

Gráfico III: Tipo de mensaje electoral en las redes sociales de Fernández, 01/06/2019 - 11/08/2019.



Fuente: elaboración propia.

El análisis de los temas de las publicaciones del período revela que la economía resultó ser el tema más presente en los contenidos (33%), y muy cerca le siguió el proceso electoral mismo (26%).

La primera etapa de la campaña estuvo orientada a construir y consolidar la identidad del nuevo espacio político que llevaba a Fernández como candidato. Varias de las publicaciones tuvieron, en efecto, la estructura de una definición identitaria, con mensajes encabezados por expresión como «somos los que...». Como se ve en la Imagen V, la definición de la identidad del colectivo político fue la base sobre la que se apoyó un mensaje electoral de promesa, que en un principio constituyó una promesa más vaga, de inclusión y de «salir adelante»¹¹ y con el transcurrir de la etapa pre-PASO se fue perfilando como la promesa del «fin de la grieta».

Imagen V. Publicación en la cuenta de Twitter de Fernández, 23/06/2019.



Fuente: elaboración propia.

En la mayoría de las publicaciones, aunque no se observó una retórica partidaria, sí hubo referencia a un proyecto colectivo o a un rumbo de país. Esta referencia al rumbo, al «salir adelante todos juntos» no se tradujo, sin embargo, en propuestas concretas. La promesa, a diferencia de la propuesta, no es específica, porque articula, en lugar de separar, problemas y soluciones. En consonancia con el carácter colectivo de la promesa, la imagen del candidato apareció generalmente rodeada de colectivos de personas; en recorridas por la calle, visitas a fábricas o comercios, o en actos en los que Fernández se encontraba dando un discurso, predominaron en las redes socia-

11. Como reza el texto que acompaña la Imagen V: «Somos los que amamos a nuestro país. Los que desde caminos distintos queríamos llegar a un mismo destino. Los que no abandonamos y aprendimos a dejar de lado las diferencias. Somos los que nos juntamos para salir adelante. Es el tiempo de todos. Hay lugar para vos.»

les las imágenes del candidato rodeado de grupos o colectivos (trabajadores, afiliados sindicales, pueblo de una provincia), y no en contacto uno-a-uno con individuos singulares (como venía siendo característico de la comunicación de Macri).

La promesa de unidad apareció materializada en esta etapa como acuerdo entre los dirigentes políticos de distintos espacios. Por eso, varias publicaciones hicieron referencia a sus aliados, a las reuniones y «cafés» con otros políticos, a gobernadores que lo apoyaban. La unidad que prometía el mensaje electoral para la sociedad se confundía con la unidad de los dirigentes políticos a la que Fernández se estaba dedicando en la campaña.

La estructura de este paralelismo entre la unidad de los políticos y la unidad de la sociedad se hace explícita, por ejemplo, en un tweet del 09/07/2019, en el que se observa una fotografía de Fernández con Axel Kicillof y Sergio Massa y un texto que dice: «Que nos hayamos reencontrado nosotros es el primer paso. El segundo es que nos reencontremos todos los argentinos» (Imagen VI).

Imagen VI. Publicación en la cuenta de Twitter de Fernández, 09/07/2019.



Fuente: elaboración propia.

La promesa de unidad presentada como la unidad de los dirigentes se corresponde también con el peso significativo que tuvo el tema del proceso electoral mismo. Como habíamos mencionado, el otro gran tema de las publicaciones de Fernández fue la economía. Varios de los mensajes de este

período se refirieron a la oportunidad de crecimiento, de mayor igualdad, de «salir adelante», en contraste con la situación de crisis y parálisis económica que se vivía en 2019. La promesa de unidad para superar la crisis sería la que tomaría forma luego de las elecciones de agosto.

En la primera etapa de la campaña el contraste entre los mensajes de las redes sociales de Macri y los de Fernández fue más marcado, en la medida en que el primero sostenía una estrategia que apelaba a la proximidad con el ciudadano común, mientras que el segundo publicó muy escasos contenidos de lo que hemos calificado como «escucha» y muy pocos cuyo tema era «vida personal». El candidato no buscó presentarse especialmente como un líder de proximidad (no mostró demasiado de su intimidad o su historia; los ciudadanos comunes no fueron protagonistas de sus mensajes; no disimuló su rol de potencial presidente empleando la primera persona del plural, etc.). La dimensión intimista, muy minoritaria en sus redes en general (aunque algo más presente en Instagram), apareció fundamentalmente en posteos vinculados a su perro Dylan o a su gusto por la música y la guitarra.¹² No obstante, a diferencia de Macri, que no usó las herramientas que ofrecen las redes para interactuar con los usuarios de manera directa, Fernández respondió desde su cuenta de Twitter a algunos ciudadanos que le escribían haciéndole una consulta o expresándole su apoyo.¹³

5.2 Período post-PASO

Mientras que en el caso de Macri el mensaje electoral dio un giro marcado entre los períodos pre y post PASO, en el de Fernández se produjo una consolidación y profundización de su estrategia de campaña.

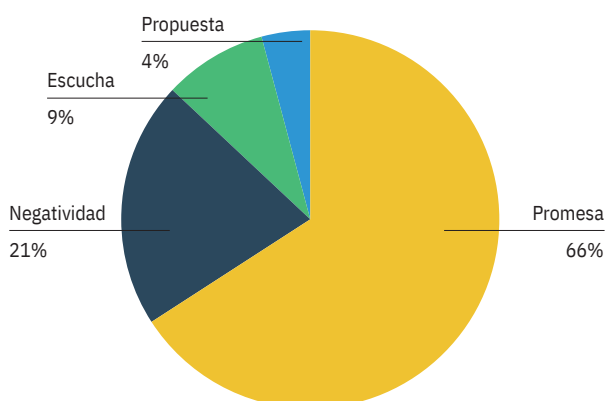
Entre el 12/08/2019 y el 27/10/2019, Fernández realizó 488 publicaciones en sus tres redes sociales. Al igual que en el período anterior, Twitter fue la red más utilizada (55% de las publicaciones); luego estuvo Facebook (27%), y finalmente Instagram (18%).

Tomando las tres redes en conjunto, el mensaje electoral predominante fue la promesa con un 66%. El mismo superó por mucho margen a la negatividad (21%); le siguió la escucha (9%) y, finalmente, la propuesta (4%) (ver Gráfico IV).

12. Cabe destacar que el perro de Fernández tiene sus propias redes sociales a partir de las cuales cultivó gran cantidad de seguidores y logró una notoriedad que fue creciendo conforme avanzaba la campaña. Podemos aventurar que Fernández optó por separar su comunicación de proximidad y dirigirla más exclusivamente a sus seguidores más convencidos.

13. Alberto Fernández hizo algo que no es nada frecuente en las redes de los políticos: respondió a los ciudadanos comunes. Un ejemplo es la respuesta al tweet de @GimenaCardozo7: «Me desmayo de la emoción, mi sueño es ese y que @alferdez me responda un tw» del 25/6/2019. Fernández le respondió: «No te desmayes... y gracias por tu buena onda!». Otro ejemplo es la respuesta al tweet de @Alfre_ito: «Siempre tan claro para hablar, Alberto. Sigo sin entender cómo se unió a Cristina. Se lo nota mal de los bronquios. Ojalá la salud lo acompañe cuando sea presidente». El candidato le respondió el mismo día: «Estoy muy bien, Alfredo. Sólo un resabio de tos que se irá con el tiempo. Acompañáme. Vamos a sacar esto adelante. Fuerte Abrazo». Antes y después de las PASO, Fernández respondió por Twitter a quienes le hacían comentarios sobre alianzas políticas, sobre gustos musicales o a quienes le pedían que los saludara por el cumpleaños. Esta interacción en las redes llama la atención en la medida en que la literatura viene constatando un uso más difusionista que conversacional de las redes de los políticos (Tarullo, 2018).

Gráfico IV: Tipo de mensaje electoral en las redes sociales de Fernández, 12/08/2019 - 27/10/2019.



Fuente: elaboración propia.

Como mencionamos antes, luego de las PASO se reforzó un mensaje que había resultado exitoso. Una vez consolidada la identidad del Frente de To-dxs, el mensaje electoral se terminó de perfilar como el de la promesa de unión de la sociedad y de «poner a la Argentina de pie».

Imagen VII. Publicación en la cuenta de Instagram de Fernández, 08/10/2019.



Fuente: elaboración propia.

Las imágenes de Fernández rodeado por grandes multitudes fueron también muy frecuentes en este período, como ejemplifica la Imagen VII. Las publicaciones lo mostraron generalmente en actos partidarios, como orador sobre un escenario y dirigiéndose a sus seguidores. De hecho, lo más habitual fue, al igual que en el período anterior, que los posteos retomaran fragmentos de discursos, fotografías, videos de actividades de campaña realizadas en el territorio. También tuvo un lugar preponderante el proceso electoral mismo como tema de las publicaciones. Representó el 30% de los temas después de

las PASO, y consolidó la equivalencia con la que había comenzado la campaña entre la unidad de los dirigentes políticos en el Frente de Todos y la unidad de la sociedad. En este sentido, muchas publicaciones remitieron a las elecciones en las provincias y a la alianza con los gobernadores electos, tal como puede observarse en la Imagen VIII.

Imagen VIII. Publicación en la cuenta de Instagram de Fernández, 23/10/2019.



Fuente: elaboración propia.

El proyecto prometido osciló, con la ambigüedad que caracteriza a este tipo de mensaje, en torno al crecimiento, al trabajo, a la igualdad, a la inclusión, e incluso a la felicidad, tendiendo a cristalizarse, en el último tramo de la campaña en la idea de «poner a la Argentina de pie», que se transformó en el slogan y hashtag principal en las redes de Fernández: #ArgentinaDePie. La campaña que parecía no muy planificada al inicio, terminó por consolidarse con la forma de un argumento: hay que superar la grieta, unirse en «lo que importa»¹⁴ para salir de una situación de humillación e inmovilismo; la prueba de que es posible la unidad está dada por la unidad de los dirigentes antes enfrentados, y entonces es el Frente de Todos el que puede poner a la Argentina de pie.

6. Conclusiones

A partir del análisis de las publicaciones en redes sociales de Mauricio Macri y Alberto Fernández en el proceso electoral de 2019 hemos constatado que esta coyuntura política se caracterizó por lo que podemos denominar un «retorno de la promesa». Si bien el mensaje electoral se ha pluralizado y

14. Esta idea de unirse en «lo que importa» aparece con frecuencia en las publicaciones del segundo tramo del proceso electoral: refuerza la ambigüedad propia de la promesa con el uso de un impersonal (que presupone un nosotros amplio que comparte una visión del mundo).

diversificado, la promesa pareció ser la forma más efectiva de construcción de vínculo representativo; fue el tipo de mensaje que marcó durante todo el período al candidato ganador y también impulsó a un cambio de estrategia en el candidato oficialista cuando se reveló perdedor en las PASO.

Los mensajes electorales que proponen un vínculo colectivo en lugar de uno singularizante (o uno-a-uno) entre representantes y representados tuvieron de este modo una gran gravitación en la campaña. Junto con la promesa, la negatividad, tuvo un rol destacado en las publicaciones de ambos candidatos; pero, probablemente porque se produjo un efecto inédito de «doble negatividad» (Fernández rechazando el gobierno de Macri y éste, por su parte, rechazando el gobierno anterior del kirchnerismo) se superpuso con otros mensajes y perdió visibilidad en el conjunto.

Hemos notado asimismo, que, en la medida en que la promesa es un tipo de mensaje que apela a lo colectivo y que presenta al dirigente político como un orador frente a una audiencia, es muy común este tipo de mensaje vaya asociado a una comunicación en redes que replique fragmentos de discursos producidos en otro lado, diferenciándose sobre todo de los mensajes de escucha que tienden a corresponderse con una comunicación diseñada específicamente para las redes sociales.

Esta primera exploración de los tipos de mensajes predominante en las tres redes de los candidatos abre también nuevas preguntas para profundizar la investigación. Por ejemplo, observamos que la negatividad aumentó significativamente los días previos a cada votación, se asoció especialmente con temas económicos y estuvo mucho más presente en Twitter que en las otras redes. Valdría la pena indagar en el futuro sobre el vínculo privilegiado de Twitter con el rechazo y la negatividad.

Por otra parte, vimos también cómo la escucha constituyó un tipo de mensaje electoral minoritario en el caso de la comunicación de Fernández; pero fue al mismo tiempo más efectivo. Unos pocos mensajes sobre gustos personales y una comunicación directa bidireccional con los seguidores pueden resultar más contundentes para mostrarse como una persona común, que los excesos de escenas intimistas o de visitas uno-a-uno que dejan ver demasiada artificialidad. Las formas en que el actual presidente manifiesta una proximidad con la ciudadanía son otra de las líneas que ameritan profundizar la investigación y conocer más de este modo sobre la potencialidad y los límites de la escucha como mensaje electoral.

Referencias bibliográficas

- Annunziata, R. (2016): «'El candidato es el proyecto'. La construcción de la narrativa kirchnerista en Argentina». En M. Riorda y O. Rincón (Eds): *Comunicación gubernamental en acción: narrativas presidenciales y mitos de gobierno* (pp. 111-128), Buenos Aires: Biblos.
- Annunziata, R. (2018): «'Si viene, yo lo voto': la proximidad en timbreos y visitas de Mauricio Macri durante la campaña electoral y su primer año de gobierno (2015-2016)». *Austral Comunicación*, 7(1): 57-90.

- Annunziata, R.; Ariza, A. y March, V. (2018): «'Gobernar ese estar cerca'. Las estrategias de proximidad en el uso de las redes sociales de Mauricio Macri y María Eugenia Vidal». *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 13(24): 71-93.
- Ariza, A. (2016): «Las estrategias comunicativas, en Twitter y Facebook, durante la campaña electoral presidencial 2015». Comunicación presentada en el V Congreso Internacional de Comunicación Política y Estrategias de Campaña (ALICE), Universidad Austral, Buenos Aires, 28-30 de julio de 2016.
- Belt, T. (2017). «Negative advertising». En C. Holtz-Bacha y M. R. Just (Eds.): *Routledge Handbook of Political Advertising* (pp. 49-57). New York: Routledge.
- D'Alessandro, M. (2017): «Political Advertising in Argentina». En C. Holtz-Bacha y M. R. Just (Eds.): *Routledge Handbook of Political Advertising* (pp. 75-86). New York: Routledge.
- Galup, L. (2019). *Big data y política: de los relatos a los datos. Persuadir en la era de las redes sociales*. Buenos Aires: Ediciones B.
- Graham, T.; Jackson D. y Broersma, M. (2018): «The Personal in the Political on Twitter: Towards a Typology of Politicians' Personalized Tweeting Behaviours». En J. Schwanholz, T. Graham y P.T. Stoll (Eds.): *Managing Democracy in the Digital Age: Internet Regulation, Social Media Use, and Online Civic Engagement* (pp. 137-157). Berlín: Springer.
- Jungherr, A. (2016): «Twitter use in election campaigns: A systematic literatura review». *Journal of Information Technology & Politics*, 13(1): 72-91.
- Manin, B. (1998): *Los principios del gobierno representativo*. Madrid: Alianza.
- Mansbridge, J. (2003): «Rethinking Representation». *American Political Science Review*, 97(4): 515-528.
- Paladini, E. (2019): «Rumbo a las PASO. La guerra de encuestas, a pleno: aparecieron 12 pronósticos para la presidencial en sólo 48 horas», *Clarín*, 02/08/2019. Recuperado de: https://www.clarin.com/politica/guerra-encuestas-pleno-aparecieron-12-pronosticos-presidencial-solo-48-horas_0_xab-JeIrE.html
- Riorda, M. (2008): «'Gobierno bien pero comunico mal': análisis de las Rutinas de la Comunicación Gubernamental». *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, (40): 25-52.
- Rosanvallon, P. (2007): *La contra-democracia. La política en la era de la desconfianza*, Buenos Aires: Manantial.
- Rosanvallon, P. (2010): *La legitimidad democrática. Imparcialidad, reflexividad, proximidad*. Buenos Aires: Manantial.
- Slimovich, A. (2017): «La ruta digital a la presidencia argentina. Un análisis político e hipermediático de los discursos de Mauricio Macri en las redes sociales». *Dixit*, (26):24-43.
- Tarullo, R. (2018): «El uso estratégico de la interacción en la comunicación de los políticos argentinos en Facebook». *Global Media Journal*, 15(29): 152-178.
- Tarullo, R. y Amado, A. (2016): «Amores y odios de la comunicación política en Facebook». Comunicación presentada en el V Congreso Internacional en Comunicación Política y Estrategias de Campaña (ALICE), Universidad Austral, Buenos Aires, 28-30 de julio de 2016.

La carrera hacia la Casa Blanca. Un estudio sobre el funcionamiento de la alternancia en el sistema político de los Estados Unidos

The race to the White House. A study about the functioning of rotation in the United States' political system



Daniel Casal
PhD. Profesor Asociado Dpto. de Ciencia Política y de la Administración Pública. Universidad Complutense de Madrid.
dancasal@ucm.es
@danicasal



Beatriz Viladrich
Máster en Análisis Político UCM. Doctoranda en el Programa de Ciencias Políticas y de la Administración y Relaciones Internacionales Universidad Complutense de Madrid.
beavilad@ucm.es
@beitaviladrich

Resumen

El artículo estudia los procesos de alternancia política que han tenido lugar en la Presidencia de los Estados Unidos, desde 1912 hasta 2020, para determinar si existen patrones comunes de cambio relacionados con el perfil político de los presidentes electos. Para realizarlo, el paper plantea cuatro variables de análisis y combina los resultados logrando explicar cómo funciona la alternancia política en los Estados Unidos.

Palabras clave

Presidencialismo; presidente de los Estados Unidos; elecciones presidenciales; Colegio Electoral.

Abstract

The paper studies the processes of political alternation in the Presidency of the United States from 1912 to 2020 to determine if there are common patterns of political change related to the political profile of Presidents-Elect. To do this, the paper raises four analysis variables and combines the results, managing to explain how political alternation works in the United States.

Keywords

Presidentialism; president of the United States; presidential election; Electoral College.

1. Introducción

Durante el periodo comprendido entre el año 1912 y 2020 han tenido lugar trece procesos de alternancia política en la Presidencia de los Estados Unidos de América. El más reciente tuvo lugar en las últimas elecciones, celebradas el pasado 3 de noviembre, cuando el demócrata Joe Biden arrebató la Presidencia al republicano, Donald Trump.

El presente artículo parte de la necesidad de completar los diversos, e interesantes, estudios existentes en torno a las elecciones presidenciales de los Estados Unidos frecuentemente analizadas desde la perspectiva de la comunicación política, los sistemas electorales o el marketing político con un estudio sobre el perfil político de las élites que acceden a la Presidencia de los Estados Unidos.

Para ello tiene como principal pregunta de investigación comprender cómo funciona la alternancia política en la Presidencia de los Estados Unidos, como institución central de su sistema, y al mismo tiempo analizar cuál es el rol de los poderes federales o de las estructuras de gobierno subnacionales en el reclutamiento de las personas que acceden al poder ejecutivo. Para responderla se han estudiado todos los procesos de cambio en la Presidencia desde 1912 mediante el estudio del perfil político de los trece presidentes que lograron vencer en las elecciones al entonces partido gobernante.

Por tanto, el primer elemento de análisis lo constituye el estudio de los rasgos del presidencialismo y el modelo de elección del titular del poder ejecutivo en el sistema político norteamericano. En este sentido uno de los aspectos clave del estudio de los diferentes sistemas políticos lo constituye el intento de agrupación o clasificación por tipologías.

En el ámbito de la Ciencia Política y de la Administración Pública existe una amplia variedad de clasificaciones de sistemas políticos. De modo que se pueden señalar como tipologías que despiertan un gran interés en la actualidad, aquellas que distinguen entre sistemas políticos democráticos frente a no democráticos (Dahl, 2012) y las que dentro de cada uno de estos grandes grupos diferencian entre modelos no democráticos autoritarios o totalitarios (Linz, 2009) o clasifican a las democracias, teniendo como referencia los mecanismos de toma de decisiones, entre modelos de carácter mayoritario (*Westminster*) o sistemas de tipo consociativo (Lijphart, 2016).

Posiblemente la clasificación más tradicional y generalmente aceptada para entender los elementos básicos que definen el sistema político de cualquier país, se fundamenta en cómo se organiza y articula de manera práctica la división de los poderes que integran el Estado. Distinguiendo entre sistemas políticos presidencialistas frente a sistemas políticos parlamentarios (Linz, 1994).

El empleo de la distinción entre presidencialismo y parlamentarismo permite explicar los elementos básicos que definen los diferentes sistemas políticos nacionales, pero también los subnacionales en el caso de estados compuestos (federales y políticamente descentralizados) donde se reconocen elementos de soberanía a las entidades políticas que los conforman. El

Reino Unido, cuna del parlamentarismo, y los Estados Unidos, cuya seña de identidad es el presidencialismo, constituyen los modelos democráticos más vetustos que existen y son tomados, en la literatura académica, como ejemplos extremos para explicar de forma empírica el funcionamiento de cada uno de estos modelos.

De este modo, mientras en el estudio del sistema político británico se da un importante peso a las estructuras partidistas, los conflictos o el faccionalismo interno y la procedencia de las élites cuando se explican los procesos de cambio político, en la literatura sobre el sistema norteamericano tiende a tener en menor estima este tipo de aspectos a la hora de explicar el funcionamiento de sus principales instituciones y significativamente de la Presidencia.

Para dar respuesta a la pregunta de investigación, y aportar un mayor conocimiento sobre el perfil de las élites políticas norteamericanas, el artículo se divide en cuatro partes claramente diferenciadas. En un primer momento se estudian, como marco analítico de referencia, las teorías sobre el presidencialismo, así como el sistema de elección del presidente de los Estados Unidos. A continuación, se construye el diseño metodológico en el cual se define la base de datos sobre los perfiles de los presidentes y también de los candidatos derrotados. En tercer lugar, se realiza la presentación y discusión de los resultados de la investigación a partir de la detección de patrones comunes en los procesos de alternancia política. Finalmente, se plantean un conjunto de conclusiones y recomendaciones de cara a futuras publicaciones.

2. El presidencialismo como marco teórico de referencia

2.1. La relación entre el parlamentarismo y el presidencialismo

Desde hace más de 50 años, la Ciencia Política señala que existen dos formas básicas de estructurar las instituciones de gobierno que hay en los diferentes países: parlamentarismo y presidencialismo (Linares, 2011: 9). Aunque también se reconoce la existencia de modelos intermedios, en todos los casos se suele afirmar que se trata de sistemas que tienen una orientación hacia uno u otro sistema (Sartori, 1994: 148).

En primer lugar, la organización de los poderes del Estado se puede fundamentar en el modelo parlamentario que tiene una clara inspiración en el sistema político británico (Alcántara, 1995: 104). El sistema parlamentario tiene como aspecto más relevante que, dentro de los tres poderes que conforman el Estado (ejecutivo, legislativo y judicial) existe solamente uno: el legislativo, que tiene una conexión directa y mediata con el titular de la soberanía nacional que es quien lo elige. Por lo tanto, el resto de las instituciones necesitan del concurso parlamentario para poder constituirse, operar plenamente y garantizar la legitimidad en el ejercicio de sus funciones (Pérez Royo, 1997).

Los ejemplos de la intervención parlamentaria se pueden apreciar en diversos actos constitutivos o legitimadores del funcionamiento del resto de

poderes del Estado siendo buena muestra de ello los procesos parlamentarios de otorgamiento de la confianza o de censura de los gobiernos (Sánchez Medero, 2014: 18), la participación del poder legislativo en la designación de los consejos de la magistratura que se encargan del gobierno de la administración de justicia (Anduiza, 2000: 380) o en la conformación de las instituciones que tienen encomendado el control de constitucionalidad y que ejercen como un legislador negativo en los diferentes sistemas políticos (López Guerra *et al.*, 2018: 218).

Por su parte los modelos de tipo presidencialista tienen su inspiración en el modelo institucional norteamericano (Nohlen, 2013: 7) y se fundamentan en el intento de alcanzar una división de poderes más rígida que configure un sistema de pesos y contrapesos para que ningún poder pueda imponerse despóticamente al resto (Tocqueville, 1835: 271; Alcántara, 1995: 104) a partir de su elección directa por la ciudadanía logrando que cuente, cada estructura de poder, con su propia agenda e intereses políticos (Shugart y Haggard, 2001: 64). El presidencialismo tiene ejemplos de este tipo de configuración institucional en diversos aspectos relevantes como la prohibición taxativa de formar parte de dos poderes diferentes al mismo tiempo, la inexistencia de mecanismos de otorgamiento de la confianza parlamentaria o de censura política al poder ejecutivo (Pérez Royo, 1997; Nohlen, 2013: 8).

La configuración de cada uno de estos modelos responde a criterios históricos, jurídicos y de naturaleza socio-política. El desarrollo del modelo parlamentario (en el Reino Unido, así como en la Europa continental) se explica por la coexistencia de figuras del Antiguo Régimen, como la Corona, con una institución democrática como el parlamento a la que se busca fortalecer otorgándole el peso central en el proceso de toma de decisiones. Por su parte, la construcción del presidencialismo en los Estados Unidos tiene como primer antecedente *The Confederation Articles*, primer texto constitucional que definió un sistema basado en la inexistencia del ejecutivo para fortalecer al Congreso.

Una vez finalizado el proceso de independencia, el modelo inicial de organización del sistema político norteamericano se caracterizó por generar inestabilidad y ser incapaz de asegurar la integridad territorial del nuevo país lo que forzó, en 1787, a elaborar una nueva Constitución donde la principal característica fue el diseño y fortalecimiento de la figura del presidente de los Estados Unidos, que es la verdadera piedra angular del sistema político y cuyo cometido, además de ejercer el poder ejecutivo, es frenar y moderar la tiranía tanto del poder legislativo, como de los estados más fuertes respecto a los de menor peso territorial y económico.

2.2. El presidente de los Estados Unidos

La evolución de los Estados Unidos desde 1787 se ha caracterizado por un progresivo incremento del rol del presidente, como ha sucedido en todo el mundo, debido al desarrollo del carácter social de los Estados de Derecho, que ha supuesto el fortalecimiento de las capacidades del poder ejecutivo desplazando el protagonismo inicial de los parlamentos hacia los gobiernos y las administraciones públicas (Kagan, 2001: 350). Su configuración constitu-

cional se basa en la concentración de todas las funciones de jefe de Gobierno y jefe de Estado en una sola persona. Por esta razón el Artículo II de la Constitución de los Estados Unidos declara, en su Sección 1, que: «Se deposita el poder ejecutivo en un presidente de los Estados Unidos».

De este modo el presidente ejerce las cuatro principales funciones de un jefe de Estado, puesto que es la principal magistratura del país a la que se le toma juramento como protector del orden constitucional (Artículo II. Sección 1); en segundo lugar, ejerce como Comandante en Jefe de las Fuerzas Armadas, teniendo la potestad de dictar órdenes ejecutivas, federalizar las milicias de los estados y emplear el armamento nuclear; en tercer lugar, cuenta con la prerrogativa de gracia y perdón, y finalmente, ostenta la capacidad de representar a los Estados Unidos en las relaciones internacionales y negociar tratados en su nombre, que deberán ser ratificados por el Senado (Artículo II. Sección 2).

Como jefe de Gobierno, el presidente de los Estados Unidos, constituye un ejemplo de control total de la actividad del poder ejecutivo. Como único titular del mismo, cuenta con el monopolio de la iniciativa política del Gobierno que se traduce en recomendar al Congreso de los Estados Unidos la adopción de las medidas que considere pertinentes. Además, se le reservan grandes decisiones como la de cubrir las vacantes que se produzcan en el Senado, suspender sesiones del Congreso, solicitar formalmente la declaración de guerra (Artículo II. Sección 3) y más recientemente se le otorga el uso de la disuasión nuclear. Su control sobre el poder ejecutivo se extiende a los nombramientos, con el *advise and consent* del Senado, de los titulares de los diferentes departamentos y agencias que integran el Gobierno Federal.

La concentración inicial de competencias combinada con la expansión del poder ejecutivo como consecuencia del desarrollo del Estado del Bienestar y las políticas sociales (que en Estados Unidos se han desarrollado en tres periodos: El *New Deal*, 1933-1952; la Gran Sociedad, 1964-1972; y la Reinención del Gobierno, 1992-2000) han aparejado una progresiva acumulación de poderes en torno a la figura del presidente, que ha desarrollado un debate constitucional en torno a los mecanismos de control sobre sus iniciativas hasta el punto de que se han elaborado teorías como la del Ejecutivo Unitario, que consideran que los actos presidenciales de organización del poder ejecutivo no pueden ser sometidos a la fiscalización de los otros poderes del Estado (Percival, 2001; Callabresi y Yoo, 2008; Barilleaux y Kelley, 2010).

2.3. El sistema de elección del presidente de los Estados Unidos

El sistema a través del cual los Estados Unidos eligen a su jefe de Estado y su jefe de Gobierno, se configura mediante un modelo de elección indirecta que es el resultado del pacto entre los actores políticos norteamericanos que apostaban por un sistema de elección directa frente a aquellos que defendían una elección de tipo parlamentario (Bugh, 2010: 8).

El resultado de este acuerdo constitucional en el texto elaborado en 1787, tras el fracaso de los Artículos de la Confederación, representa el doble pacto ciudadanía-territorios que constituye la base del sistema político norteamer-

ricano (Casal, 2016: 159). De este modo el sistema electoral, que se contempla en los dos primeros puntos que integran la Sección 1 del Artículo II de la Constitución de los Estados Unidos, se basa en un doble procedimiento de votación: popular y estatal.

En primer lugar, existe el mandato constitucional de que la votación popular se celebre en todo el país durante el mismo día, estando prohibidas las repeticiones electorales (Fernández Vivas, 2009: 348). Las elecciones populares se celebran el primer martes después del primer lunes de noviembre. El martes fue elegido como «Día de las Elecciones» para que los votantes pudieran asistir a la iglesia el domingo, viajar al lugar de votación el lunes y votar antes del miércoles, que generalmente era cuando los agricultores vendían sus productos en el mercado (Tocqueville, 1835: 211). La Constitución determina que podrán concurrir a las elecciones presidenciales aquellos ciudadanos norteamericanos que posean la nacionalidad de los Estados Unidos desde su nacimiento, tengan 35 años de edad y hayan residido durante al menos 14 años en el país. Por su parte el ejercicio del derecho de sufragio activo viene determinado por la legislación electoral de cada estado, por lo que se puede hablar de que no existe un único procedimiento electoral, de voto popular en el país, sino de 50 modelos diferentes regulados por cada una de las entidades territoriales que conforman la federación (Casal, 2016: 161).

Una vez celebrada la votación popular, los resultados no se traducen, como en otro tipo de modelos presidencialistas, en el otorgamiento automático de la confianza al candidato más votado o la celebración de una segunda vuelta entre aquellos que hayan obtenido mayor votación. En los Estados Unidos, los votos de cada estado se traducen en la elección de una serie de compromisarios que conforman el denominado «Colegio Electoral», y que expresan la voluntad mayoritaria del mismo (Fernández Vivas, 2009: 350). La asignación del número de compromisarios a cada estado viene determinada por su representación en el Congreso. De este modo el Colegio Electoral se compone de 538 integrantes (correspondientes a 100 senadores, 435 congresistas y 3 votos asignados al Distrito de Columbia).

Cada territorio federado cuenta con una Delegación en el Colegio Electoral que integra un número de compromisarios idéntico a su representación en la Cámara de Representantes (al menos un congresista por estado y un número variable por población); así como por el número de miembros del Senado que representan a cada estado (que es de dos, con independencia del tamaño o población que tenga el territorio). La excepción a este modelo la constituye el Distrito de Columbia, que es la sede de la capital de los Estados Unidos (Washington) que cuenta con tres votos electorales, a pesar de que no tiene representación en el Senado, y en la Cámara de Representantes existe un «Comisionado No Residente», que carece de derecho de voto, debido a que la Constitución norteamericana establece que la capital federal no formará parte de ningún estado (López y Casal, 2015: 204).

Por tanto, una vez celebradas las elecciones, el candidato ganador en cada estado logra la totalidad de su Delegación en el Colegio Electoral. A partir de la celebración de la votación popular, los electores asociados a la candidatura ganadora en el estado se reúnen, después del segundo miércoles de diciem-

bre, en la sede del poder legislativo del estado al que representan y emiten en dos votos electorales su elección para presidente y vicepresidente.

El secretario de Estado de cada territorio, remite los votos al vicepresidente de los Estados Unidos (que es presidente del Senado), y en sesión conjunta de las dos cámaras, celebrada el 6 de enero, se abren los certificados de voto y se proclama al presidente y vicepresidente electo. No obstante, si ningún candidato obtiene la mayoría absoluta de los votos electorales que conforman el Colegio Electoral, la Constitución determina que la elección del presidente recaerá en la Cámara de Representantes, que es de representación popular, y la del vicepresidente se realiza por el Senado, que representa a los Estados. Por tanto, se puede apreciar que el sistema de elección del presidente de los Estados Unidos tiene tres importantes efectos sobre el rendimiento del sistema político norteamericano.

En primer lugar, el desplazamiento de todo protagonismo tanto de la capital como de las instituciones federales, durante proceso electoral, como se ha apreciado, los elementos centrales del sistema tienen su encaje en la Constitución de los Estados Unidos, mientras que los elementos que conforman el proceso electoral relativos a la traducción de voto popular en votos estatales, las normas sobre el sistema de votación popular que tienen que ver con el sufragio activo, el registro como votantes y el procedimiento de votación de los compromisarios del Colegio Electoral, tienen naturaleza estatal (Coleman y Kantor, 2000: 17). En este sentido, la participación de las instituciones federales tiene naturaleza subsidiaria limitándose en el caso del poder legislativo a elegir al presidente y al vicepresidente cuando ninguno de los candidatos obtenga mayoría en el Colegio Electoral (Fernández Vivas, 2009: 351).

El segundo elemento que define el sistema electoral presidencial en los Estados Unidos, lo constituye la asimetría en la traducción de votos populares en votos electorales. Como se puede apreciar en la Tabla I, existe una importante diferencia entre el estado de California que cuenta con 55 votos electorales, correspondientes a sus dos senadores y sus 53 miembros en la Cámara de Representantes, frente a los que tienen territorios como Alaska o el Distrito de Columbia.

Esta configuración del cuerpo electoral constituye un elemento crucial a la hora de plantear las elecciones presidenciales, puesto que fuerza a los candidatos a asegurar los estados más fieles y a batallar los denominados *swing states*, que son aquellos territorios que cuentan con un número muy importante de votos electorales y que a lo largo de las elecciones, han ido variando sus preferencias electorales entre demócratas y republicanos o han sufrido cambios demográficos que pueden tener impacto electoral, tratándose actualmente de los estados de Florida, Ohio, Pensilvania, Carolina del Norte y Virginia (Thieme, 2020: 4).

Tabla I. Composición del Colegio Electoral en las elecciones presidenciales 2020.

Estados	Número de Compromisarios en el Colegio Electoral por estado
California	55
Texas	38
Nueva York y Florida	29
Illinois y Pensilvania	20
Ohio	18
Michigan y Georgia	16
Carolina del Norte	15
Nueva Jersey	14
Virginia	13
Washington (estado)	12
Massachusetts, Tennessee, Arizona e Indiana	11
Minnesota, Wisconsin y Maryland	10
Alabama, Carolina del Sur y Colorado	9
Louisiana y Kentucky	8
Conecticut, Oregón y Oklahoma	7
Mississippi, Arkansas, Kansas, Utah, Nevada e Iowa	6
Nebraska, Virginia Occidental y Nuevo México	5
R. Island, Maine, New Hampshire, Maine, Idaho y Hawaii	4
Alaska, Delaware, Montana, Dakota del Norte, Dakota del Sur, Wyoming y Distrito de Columbia	3

Fuente: elaboración propia.

Estas dos dimensiones definitorias del sistema electoral presidencial de los Estados Unidos implican la necesidad, dado el protagonismo que tiene la dimensión estatal en el mismo, de que cualquier candidatura debe contar con una importante red territorial de apoyos para poder tener éxito en el proceso, puesto que es en los estados donde se traducen los votos populares a votos electorales reales y, sobre todo, porque son las normas estatales las que fijan el conjunto de procesos y procedimientos que integran el sistema electoral presidencial (Dixon, 1950: 216; Sides, 2018: 1966; Fernández Vivas, 2009: 349; Douglas, 2015: 6).

3. Metodología

A partir del estudio de la literatura sobre el presidencialismo, así como el análisis de los elementos esenciales que conforman el proceso de elección del presidente de los Estados Unidos, es necesario retomar la pregunta de investigación de la que partía el presente documento: comprender los procesos de alternancia política en la Presidencia de los Estados Unidos de Amé-

rica. El concepto de alternancia política constituye una construcción de tipo multidimensional que puede analizarse desde muy diferentes enfoques y perspectivas científicas (jurídica, histórica o sociológica). La presente investigación se centra en el cambio de partido en la Presidencia de los Estados Unidos a partir de la construcción del perfil político de aquellas personas que perteneciendo a un partido diferente del que ostentaba la Presidencia, en el momento de celebración de las elecciones, lograron imponerse frente a una candidatura del partido gobernante (bien a un presidente en ejercicio o a otro candidato del mismo partido). El marco temporal comprenderá las elecciones presidenciales que tuvieron lugar entre 1912 y 2020.

Esta investigación se plantea como objetivos primarios:

- Estudiar las circunstancias que han rodeado los diferentes procesos de alternancia política que han tenido lugar en la Presidencia de los Estados Unidos durante el último siglo.
- Realizar una verificación previa que permita determinar si la fuerte componente estatal en el proceso de elección presidencial ha podido tener alguna influencia en los procesos de alternancia política en la Casa Blanca.
- Analizar los procesos de cambio en la sociedad norteamericana.

Los objetivos secundarios que se persiguen con este estudio buscan:

- Construir una base de datos preliminar que sirva, en futuras investigaciones, para comparar perfiles de élites políticas en sistemas presidencialistas, así como para explicar procesos de cambio y alternancia de manera comparada.
- Complementar los estudios electorales sobre las elecciones presidenciales norteamericanas a partir del estudio del perfil previo de los candidatos.
- Para dar respuesta a la pregunta principal de investigación y alcanzar estos objetivos la investigación se ha trabajado en la construcción de una base de datos relacionada con el perfil de los candidatos vencedores y derrotados en los diferentes procesos electorales presidenciales que han tenido lugar en los últimos 118 años. Para ello se han tomado como referencia los trece procesos de alternancia de partido en la Presidencia, que han tenido lugar desde 1912. A partir de lo cual se estudian los perfiles políticos de los presidentes electos, así como de los candidatos derrotados mediante el análisis de cinco variables y dos subvariables.

Tabla II. Base de datos de procesos de alternancia política (1912-2016).

Variables	Subvariables
Edad	No
Partido político	No
Cargo público en el momento de la elección	No
Experiencia en el Poder Legislativo Federal	Años
Experiencia en el Gobierno Federal	Años

Fuente: elaboración propia.

La primera variable es la edad de acceso al cargo como dimensión de la experiencia vital, debido a que en los diferentes sistemas políticos el requisito de la edad legal se suele ver complementado con una exigencia informal de criterios de edad real que en ocasiones se institucionaliza y genera una especie de práctica de selección informal que actúa como *gatekeeper* en los procesos de acceso a la presidencia (Alcántara, 2015: 24). Por tanto, se persigue analizar si la alternancia, entendida como un cierto proceso disruptivo de la continuidad de una administración presidencial, lleva aparejada el elemento de la edad.

El segundo elemento de análisis lo constituye el partido político que protagoniza la alternancia. El sistema político norteamericano tiene, junto con el presidencialismo y el federalismo, al bipartidismo como una de sus señas de identidad. Desde mediados del siglo XIX se ha consolidado un modelo de dos grandes partidos asentado en un sistema electoral mayoritario y que tiene un eje unidimensional progresista-conservador (Lijphart, 2016). En este sentido es relevante estudiar qué partido ha protagonizado en más ocasiones la recuperación del poder frente al otro durante el último siglo.

La tercera variable de análisis la constituye el cargo público que ocupaba la persona que optó a la Presidencia en el momento de la celebración de la cita electoral. Esta variable es un elemento fundamental para comprender si la alternancia política en los Estados Unidos la protagonizan en mayor medida élites políticas de origen federal, o si, por el contrario, son élites políticas que surgen de la instituciones estatales.

El cuarto elemento de análisis lo conforma analizar si el candidato que concurrió a las elecciones tenía experiencia previa en el legislativo federal (Senado y Cámara de Representantes) así como el número de años desempeñados puesto que sirve para comprender el grado de implicación conocimiento previo que se tiene de la forma de hacer política y tomar decisiones en las instituciones federales.

En quinto lugar, se estudia si en el momento de disputar la presidencia se gozaba de experiencia en algún puesto de responsabilidad gubernamental federal, así como el número de años que había ejercido dicha función.

Finalmente, se pueden integrar estas cinco dimensiones en un análisis combinado en el que se realiza una descripción de tipo estadístico de cada

una de las variables cuya finalidad persigue establecer unos parámetros comunes sobre el perfil de los presidentes electos o de los candidatos derrotados en los diferentes procesos de alternancia política que se han dado en los Estados Unidos desde 1912.

4. Resultados

4.1. La edad en los casos de alternancia política

Como se ha señalado en el diseño de la investigación, en diversos sistemas presidencialistas, también en el norteamericano, la Constitución exige un requisito de edad para poder optar al cargo de presidente de los Estados Unidos. En este sentido, el Artículo II en la Sección 2.4. establece que

«Solo las personas que sean ciudadanos por nacimiento o que hayan sido ciudadanos de los Estados Unidos al tiempo de adoptarse esta Constitución, serán elegibles para el cargo de presidente; tampoco será elegible una persona que no haya cumplido 35 años de edad y que no haya residido 14 años en los Estados Unidos».

No obstante, junto a estos requisitos de tipo formal, en los sistemas políticos muchas veces operan variables no formalizadas respecto de las cualidades que debe de tener una persona para ser elegida. Dichas variables normalmente se suelen relacionar con la mayor o menor experiencia vital deseable en el momento de la elección (Alcántara, 2015: 24).

Tabla III. Edad de los presidentes electos en procesos de alternancia política (1912-2020).

Presidente	Elección presidencial	Partido	Edad
Wilson	1912	Demócrata	56
Harding	1920	Republicano	55
Roosevelt	1932	Demócrata	51
Eisenhower	1952	Republicano	62
Kennedy	1960	Demócrata	43
Nixon	1968	Republicano	55
Carter	1976	Demócrata	52
Reagan	1980	Republicano	68
Clinton	1992	Demócrata	46
G. W. Bush	2000	Republicano	54
Obama	2008	Demócrata	47
Trump	2016	Republicano	70
Biden	2020	Demócrata	77
			Edad media: 56,6

Fuente: elaboración propia a partir de: www.whitehouse.gov/about-the-white-house/presidents/

Desde 1912 todos los candidatos elegidos para ocupar la Presidencia de los Estados Unidos, cuyo partido sustituyó en la jefatura del poder ejecutivo a la otra formación política, presentan una edad media de 56,6 años, es decir unos 21,6 años por encima de la edad constitucionalmente requerida. El presidente más joven en el momento de su elección fue el demócrata John Fitzgerald Kennedy con 43 años, mientras que el candidato electo de mayor edad fue, el también demócrata, Joe Biden que contaba en el momento de la elección con 77 años.

Tabla IV. Edad de los presidentes electos en procesos de alternancia (Partido Demócrata, 1912-2020).

Presidente	Elección presidencial	Partido	Edad
Wilson	1912	Demócrata	56
Roosevelt	1932	Demócrata	51
Kennedy	1960	Demócrata	43
Carter	1976	Demócrata	52
Clinton	1992	Demócrata	46
Obama	2008	Demócrata	47
Biden	2020	Demócrata	77
			Edad media: 53,1

Fuente: elaboración propia a partir de: www.whitehouse.gov/about-the-white-house/presidents/

En los últimos 118 años los candidatos demócratas han desplazado en siete ocasiones al Partido Republicano del poder, como se puede apreciar en la Tabla IV pertenecen al Partido Demócrata los presidentes electos más jóvenes del último siglo, John F. Kennedy que fue elegido en 1960 con 43 años de edad y Bill Clinton que en el momento de alcanzar la Presidencia tenía 46. Excepto Joe Biden (77) que supera la media y Woodrow Wilson que la iguala con 56, todos los presidentes electos del Partido Demócrata contaban con una edad inferior a la media: Franklin Roosevelt (51), John Kennedy (43), Jimmy Carter (52), Bill Clinton (46) y Barack Obama (47). Por esta razón la edad media de los presidentes demócratas es tres años inferior a la edad media de los presidentes electos en procesos de alternancia política.

Por su parte, el Partido Republicano (GOP) ha liderado en seis ocasiones, desde 1912, la alternancia en la Presidencia de los Estados Unidos. El candidato electo del GOP más joven fue George Walker Bush que cuando fue elegido en las elecciones del año 2000 contaba con 54 años de edad. Mientras que el presidente electo republicano de mayor edad fue Donald Trump que en 2016 contaba con 70 años.

Tabla V. Edad de los presidentes electos en procesos de alternancia (Partido Republicano, 1912-2020).

Presidente	Elección presidencial	Partido	Edad
Harding	1920	Republicano	55
Eisenhower	1952	Republicano	62
Nixon	1968	Republicano	55
Reagan	1980	Republicano	68
G. W. Bush	2000	Republicano	54
Trump	2016	Republicano	70
			Edad media: 60,6

Fuente: elaboración propia a partir de: www.whitehouse.gov/about-the-white-house/presidents/

Como muestra la Tabla V, tres de los seis candidatos republicanos en ser electos como presidentes, no alcanzaban la edad media de 56,6 años: George Walker Bush (54) Hardin y Nixon (55). No obstante, Eisenhower (62), Reagan (68) y Trump (70), la superan ampliamente por lo que la edad media de los presidentes del GOP se sitúa en 60,6 años lo que supone cuatro años por encima de la media general.

En relación a los candidatos que no lograron retener la Presidencia para su partido se puede apreciar en la Tabla VI que contaban en el momento de la elección con una edad media de 59,3 años, es decir, unos tres años por encima de la media de los candidatos que ganaron la elección y 24,3 años superiores a la edad constitucionalmente exigida para poder optar al cargo.

Tabla VI. Edad de los candidatos derrotados en procesos de alternancia política (1912-2020).

Candidato	Elección presidencial	Partido	Edad
Taft	1912	Republicano	55
Cox	1920	Demócrata	50
Hoover	1932	Republicano	58
Stevenson	1952	Demócrata	52
Nixon	1960	Republicano	47
Humphrey	1968	Demócrata	57
Gerald Ford	1976	Republicano	63
Carter	1980	Demócrata	56
Bush	1992	Republicano	68
Gore	2000	Demócrata	52
McCain	2008	Republicano	72
H. Clinton	2016	Demócrata	68
Trump	2020	Republicano	74
			Edad media: 59,3

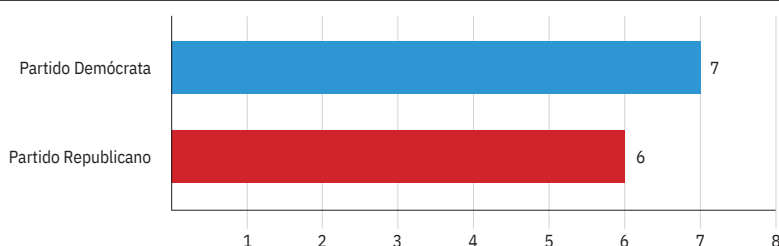
Fuente: elaboración propia a partir de: www.whitehouse.gov/about-the-white-house/presidents/

4.2. El partido protagonista de la alternancia política

La segunda variable que conforma la presente investigación tiene que ver con el partido político protagonista de la alternancia en la Presidencia de los Estados Unidos. Como se ha señalado anteriormente, el sistema político norteamericano viene caracterizado por configurar un modelo de bipartidismo perfecto que tiene como elementos polarizantes el rol del Gobierno en la economía, así como el grado de autogobierno de los estados y los poderes del Gobierno Federal (Poole, 2008: 5).

Desde 1912 la sociedad norteamericana ha sido citada en 27 elecciones diferentes para la elección de su presidente. En trece de estas 27 elecciones, aproximadamente en la mitad de los procesos electorales celebrados, han tenido lugar procesos de alternancia en los que el partido que ocupaba la presidencia se ha visto derrotado por la oposición.

Gráfico I. Alternancia del Partido Gobernante (1912-2020).



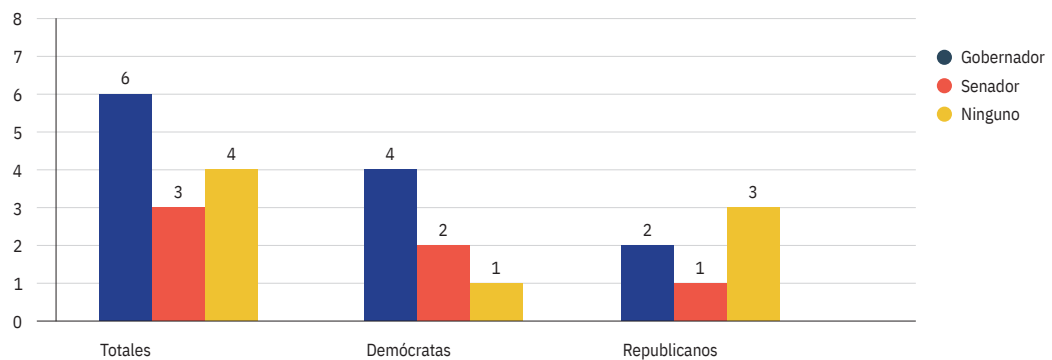
Fuente: elaboración propia.

La mayoría de estos procesos de cambio político han sido protagonizados por el Partido Demócrata, que arrebató en siete ocasiones la Casa Blanca al Partido Republicano, que hizo lo propio en seis citas electorales. Es relevante señalar que en tres de las siete victorias electorales los demócratas se impusieron a un presidente republicano en ejercicio, mientras que el Partido Republicano solamente impidió a un presidente del Partido Demócrata obtener un segundo mandato, fue en 1980 cuando Reagan se impuso a Jimmy Carter.

4.3. Cargo público en el momento de la elección presidencial

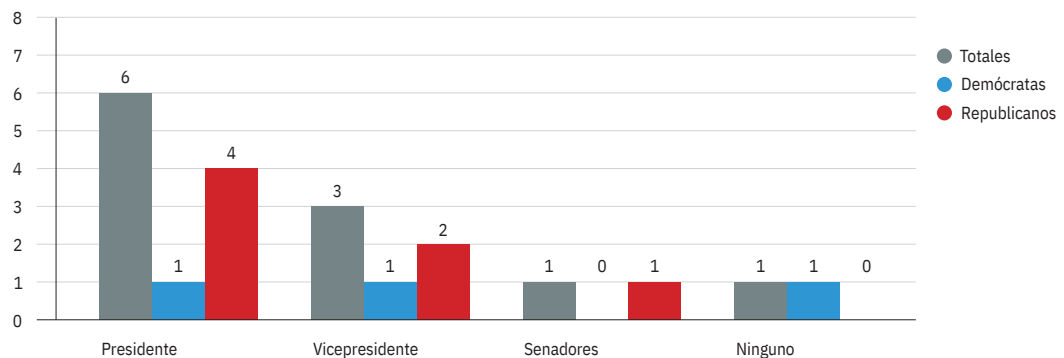
La tercera variable analítica la constituye el cargo público ocupado en el periodo temporal en el que se celebró la votación presidencial. La elección de esta variable constituye un aspecto clave para comprender los procesos de alternancia política puesto que permite identificar si lo protagonizan élites políticas federales, o si, por el contrario, son élites políticas que surgen de instituciones estatales.

Como se puede apreciar en el Gráfico II, en seis de los siete procesos de alternancia política, el protagonista ocupaba el cargo de gobernador estatal, tres ocupaban escaño en el Senado de los Estados Unidos y cuatro no tenían ningún cargo público.

Gráfico II. Cargo político del ganador en el momento de la elección presidencial (1912-2020).

Fuente: elaboración propia a partir de: www.whitehouse.gov/about-the-white-house/presidents/

La posesión de un cargo público, en el momento de la elección, es más frecuente en el caso de victorias del Partido Demócrata donde cuatro gobernadores y dos senadores lograron vencer al Partido Republicano que en ese momento ocupaba la Casa Blanca. Por su parte, llama la atención que los procesos de alternancia política del GOP fueron protagonizados, en su mayoría, por candidatos que en el momento de la elección no ocupaban ningún cargo público como fue el caso de los presidentes Eisenhower, Nixon y Donald Trump.

Gráfico III. Cargo político del perdedor en el momento de la elección presidencial (1912-2020).

Fuente: elaboración propia.

En lo referente a los candidatos derrotados, es especialmente relevante que la gran mayoría ocupaban algún cargo público en el momento de la elección. Entre 1912 y 2020, seis presidentes perdieron la posibilidad de acceder a un segundo mandato (el demócrata Carter, así como los republicanos Taft, Hoover, Ford, George H. Bush y Donald Trump). Por su parte, tres vicepresidentes (dos pertenecientes al Partido Republicano y uno al Demócrata) no lograron suceder a un presidente de su propio partido, mientras que un senador y una candidata sin cargo público no lograron retener la Casa Blanca que hasta ese momento ocupaba su partido.

4.4. Experiencia política en el Legislativo Federal

La cuarta variable que se va a emplear en esta investigación está relacionada con la experiencia política, puesto que el análisis del cargo público en el momento de la elección no explica en toda su dimensión la posible experiencia política previa. En este sentido, el estudio de la existencia de trayectoria institucional en el poder legislativo federal (Cámara de Representantes y Senado) constituye un elemento clave para analizar el conocimiento real del funcionamiento sobre el proceso de toma de decisiones en el centro federal por parte de un presidente electo o de un candidato derrotado.

Tabla VII. Presidentes electos con experiencia en el Poder Legislativo Federal.

Presidente	Elección presidencial	Partido	Experiencia en el Legislativo Federal	Años
Wilson	1912	Demócrata	No	-
Harding	1920	Republicano	Sí	6
Roosevelt	1932	Demócrata	No	-
Eisenhower	1952	Republicano	No	-
Kennedy	1960	Demócrata	Sí	7
Nixon	1968	Republicano	Sí	3
Carter	1976	Demócrata	No	-
Reagan	1980	Republicano	No	-
Clinton	1992	Demócrata	No	-
G. W. Bush	2000	Republicano	No	-
Obama	2008	Demócrata	Sí	3
Trump	2016	Republicano	No	-
Biden	2020	Demócrata	Sí	36
				Media: 11 años

Fuente: elaboración propia.

Como se puede apreciar la mayoría de los presidentes electos que han protagonizado procesos de alternancia política, no contaban con experiencia en el poder legislativo federal, excepto tres demócratas y dos republicanos. Llama la atención que los presidentes Obama (demócrata) y Nixon (republicano) habiendo sido elegidos senadores no llegan a completar un periodo completo. También es importante señalar que el caso más llamativo es el de Joe Biden (demócrata) que, en el momento de su elección, aunque no ocupaba un cargo público, contaba con 36 años de experiencia en el Senado.

Tabla VIII. Candidatos derrotados con experiencia en el Poder Legislativo Federal.

Presidente	Elección presidencial	Partido	Experiencia en el Legislativo Federal	Años
Taft	1912	Republicano	No	-
Cox	1920	Demócrata	Sí	4
Hoover	1932	Republicano	No	-
Stevenson	1952	Demócrata	No	-
Nixon	1960	Republicano	Sí	6
Humphrey	1968	Demócrata	Sí	15
Gerald Ford	1976	Republicano	Sí	24
Carter	1980	Demócrata	No	-
Bush	1992	Republicano	Sí	4
Gore	2000	Demócrata	Sí	8
McCain	2008	Republicano	Sí	26
H. Clinton	2016	Demócrata	Sí	4
Trump	2020	Republicano	No	-
				Media: 11,3 años

Fuente: elaboración propia.

Este dato contrasta con el de los candidatos derrotados, donde ocho de ellos (cuatro demócratas y cuatro republicanos), es decir más de la mitad, sí contaban con experiencia en el poder legislativo federal. Siendo algunos casos, como los republicanos John McCain (26 años) y Gerald Ford (24 años) o el demócrata Hubert Humphrey (15 años), un ejemplo de dilatadas carreras en el Senado de los Estados Unidos.

4.5. Experiencia política previa en el Gobierno Federal

El estudio de esta experiencia constituye una dimensión complementaria de la trayectoria legislativa, puesto que la experiencia a nivel federal en lo referente a procesos legislativos o de toma de decisiones, no se circunscribe solamente a las responsabilidades parlamentarias, sino que también se puede adquirir en puestos ejecutivos a nivel gubernamental.

Tabla IX. Experiencia política de los presidentes electos en el Gobierno Federal (1912-2020).

Presidente	Elección presidencial	Partido	Experiencia en el Gobierno Federal	Años
Wilson	1912	Demócrata	No	-
Harding	1920	Republicano	No	-
Roosevelt	1932	Demócrata	No	-
Eisenhower	1952	Republicano	No	-
Kennedy	1960	Demócrata	No	-
Nixon	1968	Republicano	Sí	8
Carter	1976	Demócrata	No	-
Reagan	1980	Republicano	No	-
Clinton	1992	Demócrata	No	-
G. W. Bush	2000	Republicano	No	-
Obama	2008	Demócrata	No	-
Trump	2016	Republicano	No	-
Biden	2020	Demócrata	Sí	8

Media: 8 años

Fuente: elaboración propia.

Constituye un aspecto especialmente llamativo que solamente dos de los trece presidentes electos en procesos de alternancia política contaban con experiencia previa en el Gobierno Federal. Se trata del republicano Richard Nixon, vicepresidente durante dos mandatos de Dwight Eisenhower y del demócrata Joe Biden, que ocupó el mismo puesto, también durante dos mandatos, bajo la presidencia de Barack Obama.

En el caso de los candidatos derrotados, la Tabla X destaca que diez de ellos contaban con experiencia en el Gobierno Federal, concretamente perdieron las elecciones presidenciales seis presidentes, cuatro vicepresidentes y una ex secretaria de Estado (la demócrata Hillary Clinton). Solamente tres candidatos presidenciales derrotados, no contaban en el momento de la elección con experiencia en el Gobierno Federal. Se trata de los demócratas Cox (que en el momento de las elecciones presidenciales de 1920 era gobernador de Ohio) y Adlai Stevenson (gobernador del estado de Illinois) así como del republicano John McCain (senador por el estado de Arizona).

Tabla X. Experiencia política en el Gobierno Federal de los candidatos derrotados en procesos de alternancia política (1912-2020).

Presidente	Elección presidencial	Partido	Experiencia en el Gobierno Federal	Años
Taft	1912	Republicano	Sí	4
Cox	1920	Demócrata	No	-
Hoover	1932	Republicano	Sí	4
Stevenson	1952	Demócrata	No	-
Nixon	1960	Republicano	Sí	8
Humphrey	1968	Demócrata	Sí	4
Gerald Ford	1976	Republicano	Sí	1
Carter	1980	Demócrata	Sí	4
Bush	1992	Republicano	Sí	4
Gore	2000	Demócrata	Sí	8
McCain	2008	Republicano	No	-
H. Clinton	2016	Demócrata	Sí	4
Trump	2020	Republicano	No	4

Media: 4,5 años

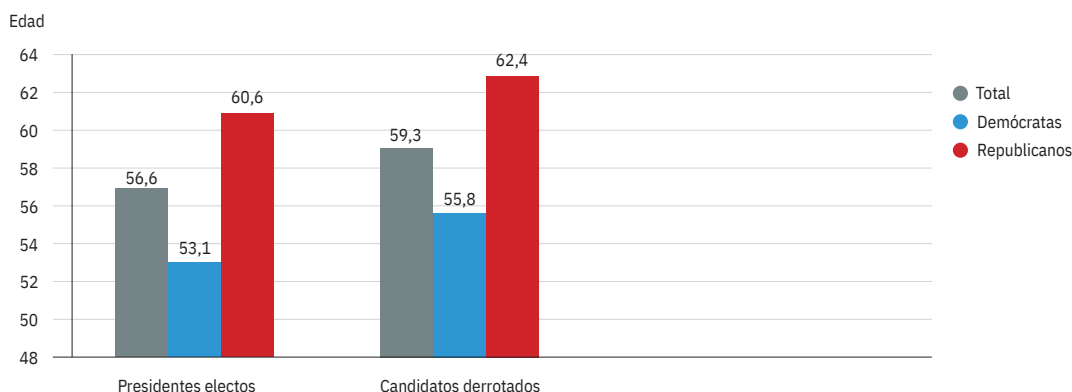
Fuente: elaboración propia.

5. Discusión de resultados

El análisis de los elementos que conforman el perfil político de los presidentes electos en procesos de alternancia política permite obtener cuatro dimensiones previas para explicar los procesos de cambio de partido gobernante en los Estados Unidos.

En primer lugar, que la mayoría de los procesos de cambio político, han sido protagonizados por el Partido Demócrata que, como se aprecia en el Gráfico I, logró arrebatarse la Casa Blanca a los republicanos en siete ocasiones. En segundo término, que la edad media de los presidentes electos, como se indica en la Tabla III, es de 56,6 años, mientras que los candidatos derrotados les superan en casi tres años (59,3), como se aprecia en la Tabla VI.

Gráfico IV. Relación entre la edad de los presidentes electos y los candidatos derrotados en los 13 procesos de alternancia política (1912-2020).



Fuente: elaboración propia.

En este aspecto se puede observar que el factor de la edad tiene un mayor impacto en las victorias electorales del Partido Demócrata cuyos presidentes electos, como se observa en el Gráfico IV, contaban en el momento de su victoria con casi diez años menos de edad (53,1 años) que los candidatos republicanos derrotados (62,4 años). Por su parte esta dimensión no se aprecia cuando el proceso de alternancia se da a la inversa y los republicanos que lograron arrebatar la Presidencia a los candidatos demócratas tenían una edad media (60,2 años) prácticamente cinco años superior a la de los derrotados (55,8 años).

La tercera dimensión analítica está relacionada con el origen político que tenían los presidentes electos en el momento de la votación. Como muestran los Gráficos II y III se observan importantes diferencias entre los candidatos ganadores y perdedores en el momento de la elección. De este modo la mayoría de los presidentes electos no han sido élites políticas surgidas de las instituciones federales y solamente tres de ellos eran senadores en el momento de celebración de las elecciones presidenciales.

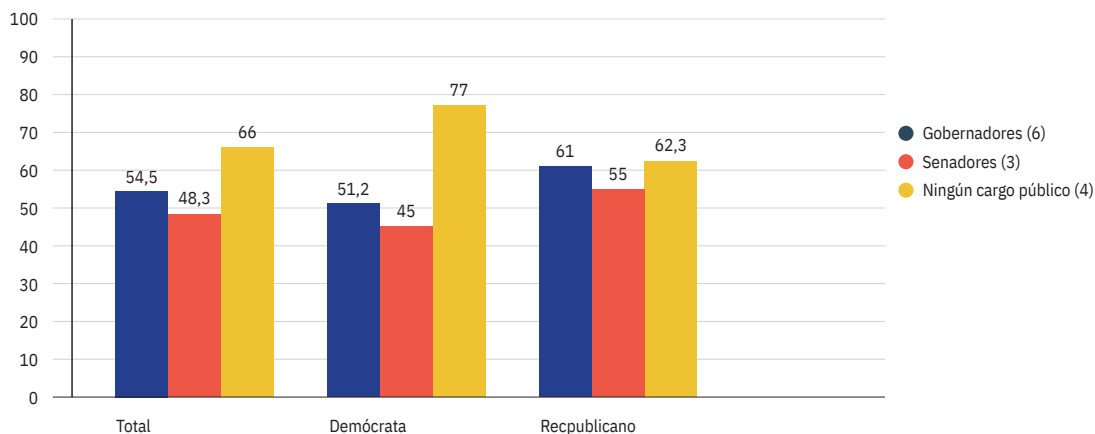
Como se puede observar en una mayoría de ocasiones la alternancia política ha sido protagonizada por gobernadores de estados, seis veces (cuatro demócratas y dos republicanos), o por personas que en el momento de la elección no ocupaban ningún cargo público (tres republicanos y un demócrata).

Tabla XI. Cargo público y edad del ganador en el momento de la elección presidencial (1912-2020).

Presidente	Elección presidencial	Partido	Edad	Cargo público en el momento de la elección
Wilson	1912	Demócrata	56	Gobernador de Nueva Jersey
Harding	1920	Republicano	55	Senador por Ohio
Roosevelt	1932	Demócrata	51	Gobernador de Nueva York
Eisenhower	1952	Republicano	62	No
Kennedy	1960	Demócrata	43	Senador por Massachussets
Nixon	1968	Republicano	55	No
Carter	1976	Demócrata	52	Gobernador de Georgia
Reagan	1980	Republicano	68	Gobernador de California
Clinton	1992	Demócrata	46	Gobernador de Arkansas
G.W. Bush	2000	Republicano	54	Gobernador de Texas
Obama	2008	Demócrata	47	Senador por Illinois
Trump	2016	Republicano	70	No
Biden	2020	Demócrata	77	No

Fuente: elaboración propia.

Gráfico V. Relación edad media, cargo público y partido de los presidentes electos en procesos de alternancia política (1912-2020).



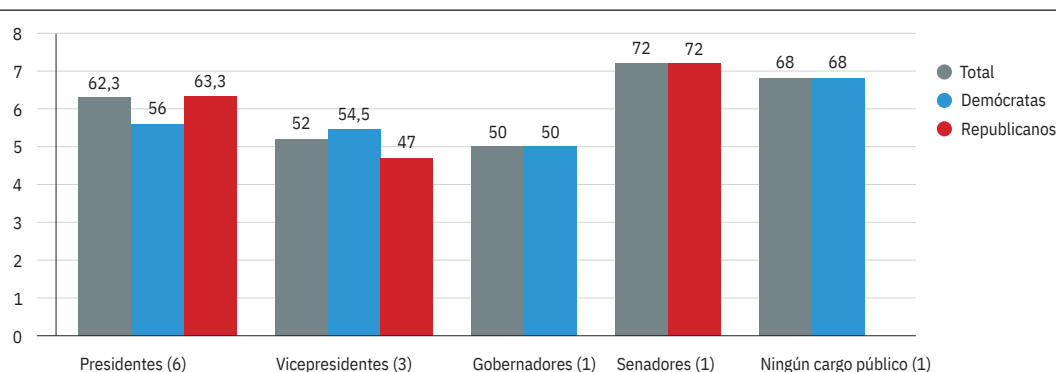
Fuente: elaboración propia.

Si se analiza la relación entre la edad y el cargo público del presidente electo se puede concluir que los seis gobernadores estatales que lograron arrebatarse la Casa Blanca al partido que la ocupaba hasta ese momento, tenían una edad media de 54,5 años (siendo más jóvenes los demócratas con 51,2 que los republicanos con 55) frente a los 56,6 del conjunto de los presidentes electos en el periodo objeto de estudio.

Por su parte, cuando el presidente electo no ocupaba ningún cargo público en el momento de la elección, la edad media sube en 11,5 años hasta alcanzar los 66 (en este caso, son 15 años más jóvenes los presidentes electos del Partido Republicano con 62,3 años, frente a los 77 del Partido Demócrata). Pero constituye un aspecto especialmente relevante que la edad de acceso a la Presidencia es la menor, 48,3 años, cuando se trata de senadores (aspecto en el cual, los demócratas con 45 años tienen edades medias inferiores a las de los republicanos con 55 años).

Estos datos contrastan nuevamente con la relación entre la posición institucional y la media de edad de los candidatos que no lograron retener la Casa Blanca para su propio partido.

Gráfico VI. Relación edad media, cargo público y partido de los candidatos derrotados en procesos de alternancia política (1912-2020).



Fuente: elaboración propia.

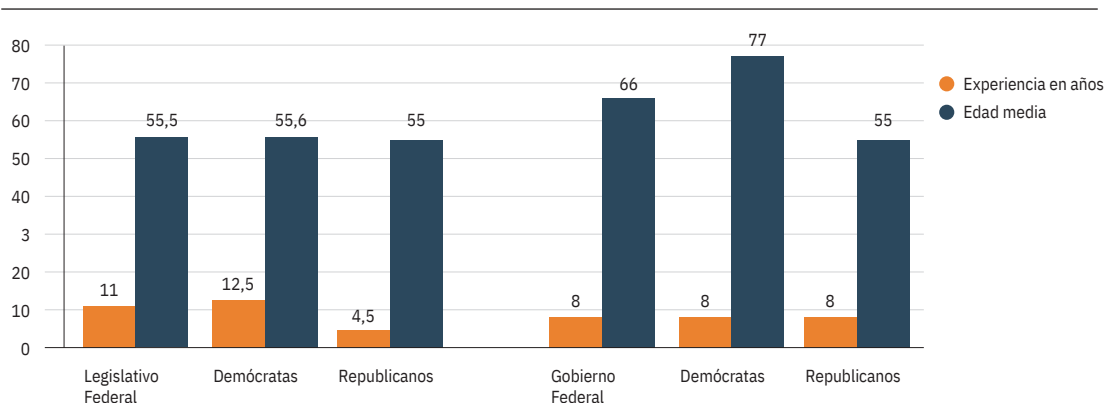
Como indica el Gráfico VI, prácticamente todos los procesos de alternancia política en la Presidencia de los Estados Unidos implicaron la derrota de algún cargo público (seis presidentes, tres vicepresidentes, un senador y un gobernador). Además, es relevante señalar que la media de los presidentes derrotados fue de 62,3 años, siendo los presidentes republicanos derrotados 7,3 años mayores de media en relación al único presidente demócrata que perdió la Casa Blanca, Jimmy Carter con 56 años.

La cuarta dimensión analítica se relaciona con la experiencia política previa de los presidentes electos y el grado de vinculación de su trayectoria con las instituciones federales de los Estados Unidos. Las Tablas VII y IX muestran que en el caso de los ganadores de las elecciones su experiencia en las instituciones federales era menor que la de aquellos candidatos que no lograron retener la Presidencia para su partido (Tablas VIII y X).

En este sentido destaca la mayor experiencia de los presidentes electos como legisladores que como integrantes del Gobierno Federal, solamente dos de los trece presidentes que lograron arrebatar la Casa Blanca al partido que la ocupaba contaban con experiencia ejecutiva previa, se trata de Joe Bi-

den que fue vicepresidente con Barack Obama y de Richard Nixon que lo fue con Dwight Eisenhower.

Gráfico VII. Relación entre experiencia política previa, partido político y edad media de los presidentes electos en procesos de alternancia política (1912-2020).



Fuente: elaboración propia.

Es interesante destacar que la experiencia política previa en el Congreso de los Estados Unidos, es más dilatada entre los vencedores de elecciones pertenecientes al Partido Demócrata que acumulan una mayor experiencia como legisladores (12,5 años) que los republicanos (que con 4,5 años de media no completan ni siquiera un mandato senatorial completo de seis años).

Por tanto, del estudio combinado de estas cuatro dimensiones analíticas se pueden extraer reflexiones previas respecto de cómo han funcionado los procesos de cambio en la Presidencia de los Estados Unidos durante el periodo 1912-2020 donde tras 27 citas electorales en trece de ellas el partido que ocupaba la Presidencia fue derrotado.

La primera reflexión, es que los patrones de alternancia varían sustancialmente en función del partido político. De manera que no se pueden establecer patrones comunes cuando tienen lugar procesos de esta índole en la sociedad norteamericana. La segunda reflexión previa parte de la premisa de que los procesos de alternancia protagonizados por el Partido Demócrata se caracterizan por dos patrones: una edad inferior de diez años (53,1 años) que los candidatos republicanos derrotados (62,4 años) y una mayor experiencia en las instituciones de gobierno tanto estatales (cuatro gobernadores) como federales (dos senadores, un ex vicepresidente y un ex senador). De lo que se puede extraer que el Partido Demócrata es un tipo de organización política con una mayor capacidad de generar élites alternativas más jóvenes, pero con una amplia experiencia institucional en diferentes niveles de Gobierno.

Por su parte, la tercera reflexión que ofrecen los resultados se relaciona con el funcionamiento de la alternancia política protagonizada por el Partido Republicano. A diferencia del otro gran partido norteamericano, el GOP suele arrebatar la Presidencia a los demócratas cuando concurren candidatos

que presentan diversos patrones comunes: una mayor edad (60,2 años frente a los 55,8 del candidato derrotado) así como una menor trayectoria institucional en el gobierno federal, también en el legislativo federal, donde presentan mucha menos experiencia como legisladores que los demócratas (4,5 años frente a más de 12) y en los gobiernos de los estados donde solamente dos gobernadores republicanos (Ronald Reagan y George W. Bush) lograron arrebatarse la Presidencia al Partido Demócrata. Destaca, además, que de tres candidatos republicanos que lograron vencer al partido gobernante en unas elecciones, dos de ellos (Dwight D. Eisenhower y Donald Trump) no contaban con experiencia política previa de ningún tipo. Por lo que se puede señalar que el Partido Republicano protagoniza procesos de alternancia cuando lo lideran élites políticas con mayor edad y menos experiencia institucional, especialmente a nivel federal.

Tabla XII. Perfil de los candidatos vencedores en procesos de alternancia política en los Estados Unidos (1912-2020).

Presidente	Elección presidencial	Partido	Edad	Cargo público anterior	Años	Experiencia Legislativo Federal	Años
Wilson	1912	Demócrata	56	Gobernador	2	No	-
Harding	1920	Republicano	55	Senador por Ohio	6	Sí	6
Roosevelt	1932	Demócrata	51	Gobernador de Nueva York	3	No	-
Eisenhower	1952	Republicano	62	No	-	No	-
Kennedy	1960	Demócrata	43	Senador por Massachussets	7	Sí	7
Nixon	1968	Republicano	55	No	8	Sí	3
Carter	1976	Demócrata	52	Gobernador de Georgia	4	No	-
Reagan	1980	Republicano	68	Gobernador	8	No	-
Clinton	1992	Demócrata	46	Gobernador	9	No	-
G. W. Bush	2000	Republicano	54	Gobernador	5	No	-
Obama	2008	Demócrata	47	Senador por Illinois	3	Sí	3
Trump	2016	Republicano	70	No	-	No	-
Biden	2020	Demócrata	77	No	-	Sí	36

Fuente: elaboración propia.

6. Conclusiones

A partir de la presentación de los resultados de la investigación es imprescindible retomar la pregunta principal de la misma relativa a comprender como funcionan los procesos de alternancia política en los Estados Unidos de América.

En este sentido se puede señalar que la principal conclusión de la presente investigación, es que la alternancia política presenta patrones claramente diferenciados en función de si es protagonizada por el Partido Republicano o, si, por el contrario, la lidera el Partido Demócrata. Como se ha podido observar, existen diferencias sustanciales entre ambos partidos cuando logran hacerse con la Presidencia de los Estados Unidos frente a quien, hasta ese momento la ocupaba.

La segunda conclusión es que los republicanos optan por candidatos más mayores como alternativas y los demócratas valoran más la juventud. Si bien en el Gráfico I se aprecia una tendencia general a que, en los procesos de alternancia política, los presidentes recién elegidos suelen ser más jóvenes que los candidatos derrotados, lo cierto es que los presidentes demócratas tienen una edad inferior (53,1 años) que los candidatos republicanos derrotados (62,4). Pero cuando el proceso es a la inversa son siempre candidatos del Partido Republicano más mayores (60,6 años) los que han logrado hacerse con la Presidencia derrotando a demócratas de menor edad (55,8 años).

La tercera conclusión es que existe un mayor aprecio por la institucionalidad para la construcción de la alternativa desde el Partido Demócrata, frente a la preferencia por perfiles más *outsider* en el caso de los republicanos. Como se puede apreciar en las Tabla XI y los Gráficos II y V, el Partido Demócrata ha logrado hacerse con la Presidencia en siete ocasiones presentando como candidatos a cuatro gobernadores, dos senadores y solo a una persona que no ocupaba cargo público en el momento de la elección. El Partido Republicano se caracteriza porque la mayoría de sus victorias, en procesos de alternancia, las han protagonizado candidatos que en el momento de la votación no ocupaban ningún cargo público.

Este mayor desapego hacia la institucionalidad del Partido Republicano se aprecia también en las Tablas VI, IX y XII, así como en los Gráficos VI y VII, en contraste con las Tablas VIII y X, donde se observa claramente la diferencia entre la amplia experiencia previa de los candidatos demócratas derrotados frente a los presidentes electos republicanos, dos de los cuales, en el momento de la elección ni siquiera contaban con experiencia política de ningún tipo.

Finalmente, la cuarta conclusión que se puede extraer es que los resultados obtenidos permiten realizar una primera aproximación a los procesos de alternancia política, pero que dadas las limitaciones materiales a las que se ve sometido cualquier artículo académico, tendrían que ser completadas en investigaciones futuras con nuevos parámetros analíticos relacionados con otros factores de tipo socioeconómico, territorial, profesional o educativo para detectar elementos de diferenciación o similitud.

Tabla XIII. Modelo-Resumen de alternancia política por partido (1912-2020).

Partido ganador	Características básicas
Demócrata	Juventud: 53,1 años. Cargo político en el momento de acceder al cargo: 4 gobernadores, 2 senadores. Experiencia política federal previa: 8 años de media en la Vicepresidencia/12,2 en el Congreso.
Republicano	Madurez: 60,6 años. No ocupar cargo político en el momento de acceder al cargo: 3 presidentes electos. Experiencia política federal y estatal limitada: 2 gobernadores/8 años de media en la vicepresidencia/4,5 de media en el Congreso.

Fuente: elaboración propia.

No obstante, los resultados alcanzados si permiten comprender cómo se han venido produciendo los fenómenos de alternancia política en los Estados Unidos y completar los interesantes estudios que existen en materia de comunicación política, movilización electoral o liderazgo con el estudio de perfiles políticos siendo de aplicación este método de análisis al sistema político norteamericano pero también a otros modelos de tipo presidencialista existentes en América Latina, Europa o el resto del mundo de manera que su empleo con perspectiva comparada permitiría conocer, en futuras investigaciones, las diferentes vías de acceso a la jefatura del Estado y al Gobierno que se dan en los países que cuentan con este diseño constitucional de su sistema político.

Referencias bibliográficas

- Alcántara Sáez, M. (1995): *Gobernabilidad y crisis*. FCE México.
- Alcántara Sáez, M. (2015): «Los presidentes Latinoamericanos y las características de la Democracia». *Colombia Internacional*, 87: 21-52.
- Anduiza, E (2000): «El sistema político italiano». En M. Alcántara Sáez: *Sistemas Políticos de la Unión Europea*, pp. 357-397. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Barilleaux, R. y Kelley, C. (2010): *The unitary executive and the modern presidency*. Texas A&M University Press.
- Bugh, G. (2010): *Electoral college reform: Challenges and possibilities*. Ashgate Publishing.
- Callabresi, S. y Rhodes, K. (1992): «The Structural Constitution: Unitary Executive in Plural Judiciary». *Harvard Law Review*, 105: 1153-1216.
- Callabresi, S. y Yoo, C. (2008): *The Unitary Executive; Presidential Power from Washington to Bush*. Yale University Press.
- Casal, D. (2016): «La posición política y el estatuto jurídico de los ex Jefes de Estado y de Gobierno. Un estudio comparado: Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Portugal, Francia y Canadá». *Cuadernos Manuel Gimenez Abad*, 11: 151-165.
- Coleman, K. y Cantor, J. (2000): «Presidential Elections in the United States: A Primer». *Congressional Research Service*. The Library of the Congress.
- Dahl, R. (2012): *La Poliarquía*. Madrid: Tecnos.

- Dixon, R. (1950): «Electoral College Procedure». *Western Political Quarterly*, 3: 214-224.
- Fernández Vivas, Y. (2009): «El Régimen Jurídico de las Elecciones Presidenciales en los Estados Unidos». *Teoría y Realidad Constitucional*, 23: 327-360.
- Kagan, E. (2001): «Presidential Administration». *Harvard Law Review*, 8: 2245-2385.
- Kelley, CS. (2005): «Rethinking Presidential Power—The Unitary Executive and the George W. Bush Presidency». *Midwest Political Science Association* :1-60.
- Lijphart, A. (2016): *Modelos de Democracia*. Ariel.
- Linares (2011): «Treinta Años del Debate Presidencialismo-Parlamentarismo. Un balance de las evidencias». *Revista Española de Ciencia Política*, 27: 9-44.
- Linz, J. J. (1994): «Presidential or Parliamentary Democracy: Does It Make a Difference». En J. Linz y A. Valenzuela: *The Failure of Presidential Democracy*. Johns Hopkins University Press.
- Linz, J. J. (2009): *Sistemas Totalitarios y Regímenes Autoritarios*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- López Guerra, L.; Espín, E. y García Morillo, J. (2018): *Derecho Constitucional*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- López Sánchez, E. y Casal, D. (2015): «Las capitales federales del continente americano. Centralidad y status político». *Revista Iberoamericana de Estudios Municipales*, 11: 195-220.
- Nohlen, D. (2013): «El Presidencialismo Comparado». *Revista del Instituto de Altos Estudios Europeos*, 1: 6-23.
- Percival, Robert V. (2001): «Presidential Management of the Administrative State: The Not-So-Unitary Executive». *Duke Law Journal*, 51(3): 963-1013.
- Pérez Alonso, J. (2018): «El tribunal supremo de los Estados Unidos: Historia, organización y funcionamiento. El writ of certiorari». *Gabílex*, 13: 211-232.
- Pérez Royo, J. (1997): *Curso de Derecho Constitucional*. Marcial Pons.
- Ramos Josa, P. F. (2018): «El Colegio Electoral y su historia: de los debates constitucionales a las elecciones de 2016». *Espacio Tiempo y Forma*, 30: 123-142.
- Sartori, G. (1994): *Comparative Constitutional Engineering*. London: MacMillan.
- Sánchez Medero, G. y Sánchez Medero, R. (2014): «El Sistema Político y sus elementos». En: *Sistemas Políticos de Europa*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Shugart, M. y Haggard, S. (2001): «Institutions and Public Policy in Presidential Systems». S. Haggard y M. McCubbín: *Presidents, Parliaments and Policy*. University of California San Diego Press.
- Thieme, A. (2020): «An overview of battleground states in recent presidential elections including recent trends and a 2020 look ahead». *National Journal*.
- Tocqueville, A. (1835): *La Democracia en América*. Madrid: Alianza Editorial.

Comunicación no verbal

La ceja de Rajoy: El control de la expresión facial en las entrevistas y comparecencias públicas

Non-verbal communication

Rajoy's eyebrow: The control of facial expressions in interviews and press conferences



José María Martínez Selva
Facultad de Psicología,
Universidad de Murcia
jmselva@um.es

Resumen

Hace unos años, periodistas españoles observaron que el entonces presidente de gobierno, Mariano Rajoy, mostraba una contracción involuntaria de su ceja izquierda al ser preguntado por temas incómodos. Este trabajo revisa los datos acerca del papel de la expresión facial emocional y otras señales no verbales en entrevistas y, en particular, cuál es la explicación científica más plausible acerca de la señal no verbal observada. La expresividad emocional espontánea es mayor en la parte superior del rostro que en la inferior. Así mismo, el hemisferio derecho está más implicado en desencadenar cambios faciales emocionales que se manifiestan con mayor intensidad y, en algunos casos, con mayor rapidez en el lado izquierdo del rostro. La señal no verbal del presidente indica una reacción emocional espontánea de malestar, no necesariamente de engaño, que puede guiar al periodista hacia temas en los que se encuentra incómodo o en los que oculta algo, y sobre los que conviene indagar más.

Palabras clave

Asimetría hemisférica; comunicación no verbal; detección del engaño; emoción; entrevistas; expresión facial; ruedas de prensa.

Abstract

Some years ago, Spanish journalists noticed that the then Prime Minister, Mariano Rajoy, displayed an involuntary contraction of his left eyebrow when taking difficult questions. This paper reviews the data on the role of emotional facial expression and other non-verbal responses in interviews and, particularly, on the most plausible scientific explanation for this non-verbal reaction of the Spanish politician. Spontaneous emotional expressions are more robust on the upper region of the face. The right brain hemisphere is more involved in those emotional expressions taking place on the left side of the face, that are also more pronounced and swift than those observed on the right side. The non-verbal reaction of the Spanish premier was indicative of a spontaneous reaction of unease, but not necessarily of deception. Uncomfortable questions may evoke non-verbal emotional signals that might be useful for journalists in order to address those subjects that are sensitive, or even those leading to deception or dissimulation, and ultimately worth of further questioning.

Keywords

Emotion; facial expression; hemispheric asymmetry; interviews; lie detection; nonverbal communication; press conferences.

El diario español *El Economista* aseguraba en 2014 que los periodistas se habían dado cuenta de que

*«el presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, en sus comparecencias públicas guiña el ojo izquierdo cuando no es totalmente sincero. Consciente de la importancia que se está dando a este tic, cuida mucho su posición frente al público en sus intervenciones. De hecho, durante su entrevista del pasado lunes en Antena 3, las cámaras de la cadena evitaron sacar su lado izquierdo. La cámara enfocó en todo momento su perfil derecho para evitar que su ojo izquierdo, su propio polígrafo personal, le pudiera jugar una mala pasada, cuando le preguntaron por asuntos espinosos como el aborto o sus promesas incumplidas sobre los impuestos».*¹

Las señales no verbales, como la expresión facial, postura, ademanes y voz, entre otras, son muy importantes en la comunicación interpersonal y, en consecuencia, reciben la debida atención de los asesores de imagen y sus clientes. Periodistas y público en general también observan, con mayor o menor detalle estos elementos en comparecencias y entrevistas. En el caso del presidente de Gobierno español cabe preguntarse qué relevancia tiene la expresión facial, en concreto ese movimiento de cejas asociado a momentos difíciles y, en particular, por qué la ceja y por qué la del lado izquierdo de su rostro. Este trabajo revisa los datos acerca del papel de la expresión facial emocional y otras señales no verbales en entrevistas y, en particular, cuál es la explicación científica más plausible acerca de la señal no verbal observada por los periodistas en el mandatario español.

Para empezar cabe decir que el presidente del Gobierno podría no estar mintiendo, sino simplemente manifestando su temor o su nerviosismo al responder a preguntas comprometidas. Cuando alguien pretende mentir para evitar ser descubierto y sufrir las consecuencias derivadas existen otras emociones relevantes a considerar, como las provocadas por el conflicto entre decir la verdad y mentir. La motivación intensa por salir airoso de la situación o la gravedad de las repercusiones de lo que se transmite facilitan la aparición de indicios de un posible engaño (De Paulo *et al.*, 2003). La principal dificultad para el observador es distinguir cuáles de estas señales no verbales están causadas por el temor o preocupación que inspira el tratar o ser preguntado por temas delicados o comprometedores, cuáles derivan de intentos deliberados de ocultar o mentir y cuáles, por último, surgen de la combinación de las circunstancias anteriores.

1. Señales no verbales de emoción en las entrevistas

Algunas señales no verbales no se pueden controlar a voluntad, tampoco las percibe el emisor pero sí son accesibles a quienes las contemplan. Buena parte de ellas se observan a simple vista y, en todo caso, se pueden

1. *El Economista*, 22 de enero de 2014.

examinar por medio de grabaciones y analizar posteriormente en relación con la narración verbal espontánea o con las respuestas a preguntas concretas. Un entrevistador intenta buscar indicios en el comportamiento del compareciente que delaten su convencimiento en relación con lo que manifiesta, los posibles intentos de ocultación o engaño, o las reacciones emocionales positivas o negativas que la situación le provoca. El hecho de descubrirlos hace más completa y fácil una valoración de lo que se transmite y ayuda a comunicar a la audiencia un relato más cercano a la verdad de lo que sucede. También, por estas razones se utilizan en la detección del engaño, actividad cuestionada no obstante por numerosos especialistas. Por lo apuntado, se ha de ser muy cauto a la hora de evaluar estos indicadores. En general, no somos buenos observadores, ni sabemos valorar adecuadamente las señales no verbales de los demás. La detección del engaño a través de la comunicación verbal y no verbal es bastante ineficaz e, incluso entre profesionales, raras veces supera lo esperable por el azar (Bond y DePaulo, 2006). De hecho, las técnicas de detección del engaño utilizadas por los profesionales de seguridad han basculado en los últimos años desde la preponderancia del análisis de reacciones emocionales, reveladoras de miedo, culpa o conflicto, hacia el empleo de procedimientos basados en conducta verbal y procesos cognitivos en entrevistas activas (Levine *et al.*, 2015).

Las señales no verbales se analizan según el contexto en el que se producen, las preguntas formuladas y lo que se sabe de la persona y de su comportamiento anterior en situaciones parecidas. Los indicadores verbales, no verbales y fisiológicos de emociones encubiertas, disimulos o engaños manifiestos se valoran también agrupados o en conjunto. Se tiene en cuenta así la **congruencia** entre mensajes verbales y no verbales, y la **coherencia** de los mensajes entre sí. Una incongruencia entre lo que se dice y la expresión facial, puede indicar temor, preocupación, engaño o disimulo. Como narra Marcel Proust (1919-1927/1971):

«Resultaba de este desacuerdo entre su mirada y sus palabras un no se qué de falso que no era simpático y por lo que él mismo parecía sentirse tan a disgusto como un invitado en traje de calle en una reunión en que todos visten de etiqueta, o como uno que, teniendo que responder a una Alteza, no sabe a ciencia cierta cómo ha de hablarse y soslaya la dificultad reduciendo sus frases a casi nada».

En las entrevistas, la iniciativa corresponde a quien pregunta que se halla en posición de ventaja para plantear asuntos incómodos. La cuestión molesta o la confrontación directa, sobre todo si es inesperada y repentina, puede provocar indicios no verbales que delaten a alguien que intenta engañar. Ocurre cuando se presentan evidencias de algo que se ha hecho o cuando se hacen preguntas que van al grano sobre el conocimiento o participación del afectado en una decisión o en un acontecimiento. Un ejemplo es lo que sucedió con Mark Felt, el confidente apodado *Garganta Profunda*, que fue decisivo para los periodistas que sacaron a la luz el caso *Watergate* y que llevó finalmente a la dimisión del presidente Nixon por obstrucción a la justicia. Felt compareció ante un tribunal acusado de haber ordenado allanamientos ilegales del FBI. Durante su interrogatorio, añadió como comentario voluntario que visitaba la Casa Blanca con tanta frecuencia que algunas personas

pensaban que él era *Garganta Profunda*. Durante el turno de preguntas del jurado, uno de sus miembros le preguntó inesperadamente:

—¿Lo era?

Felt respondió: ¿Si era qué?

—*Garganta Profunda*.

Según Stanley Pottinger, ayudante del fiscal y uno de los interrogadores, *Felt* se quedó anonadado y lívido.

Felt respondió: No.

Pottinger, sorprendido por la reacción de *Felt*, se dirigió a éste y le recordó que estaba bajo juramento y debía decir la verdad, pero que la pregunta caía fuera del ámbito que se investigaba y le ofreció retirar la pregunta. *Felt* rápidamente y con cierto sonrojo le dijo:

—Retire la pregunta.

Pottinger quedó convencido de que *Felt* era *Garganta Profunda* (Woodward, 2005).

Debe distinguirse el comportamiento no verbal del afectado cuando éste no sabe qué se le va a preguntar y se le pilla por sorpresa, del que corresponde a quien se prepara deliberadamente para ser entrevistado o interrogado. En el primer caso, las señales no verbales surgen con mayor rapidez e intensidad y en ello se basa la táctica de la pregunta impertinente o inesperada, empleada por muchos entrevistadores para valorar el contraste entre la reacción obtenida y las que se manifestaron a preguntas inocuas, usuales o esperadas. Ante la confrontación con un hecho o ante la pregunta incisiva o inoportuna, el comportamiento no verbal difiere notablemente del que se muestra ante otras menos comprometedoras.

En el cara a cara individual el planteamiento suele ser el de acercarse poco a poco a las preguntas temidas o comprometidas, comenzando con cuestiones más fáciles de responder, que creen cierta fluidez, comodidad y confianza en la relación. El contraste con la pregunta inesperada será así mayor. En una comparecencia pública ante los medios puede que se disponga de una sola ocasión para preguntar, lo que complica esta labor. En tal caso, se suele empezar con un breve y amable preámbulo que compense la falta de ese «calentamiento» previo del que goza la entrevista individual. El problema sigue siendo identificar emociones y actitudes, y distinguir así la sorpresa, por ejemplo, de la ira, el temor o el disimulo.

Las expresiones emocionales dependen de la experiencia previa, del contexto y normas sociales. A pesar de ello conservan a menudo, y pueden manifestar, su carácter automático e involuntario; pueden enmascarse pero no siempre. El entrevistador aprovecha esta circunstancia cuando provoca emociones o aumenta la intensidad de las mismas en la persona de interés

para que lleven a escapes o «filtraciones» de información, o a errores que hagan patente la verdad de hechos, actitudes e intenciones. Por ejemplo, cuanto mayor es la emoción que se suscita suele ser más difícil disimular o engañar. Sin embargo, se puede intentar enmascarar una emoción con la sonrisa, que es la expresión facial más practicada, o arrugando la frente y frunciendo las cejas, simulando estar enfadado (Ekman, 2009).

En esta misma línea, los interrogadores en los ámbitos judicial y policial provocan primero una situación cómoda, a través de preguntas aparentemente inocuas, antes de formular la pregunta clave o la acusación directa para pillar desprevenido al sospechoso. Prestan atención a indicadores no verbales de nerviosismo y a los intentos de controlar el comportamiento, entre los que destacan:

- Señales de malestar o ansiedad, como cambios en la dirección de la mirada o si ésta se torna esquiva o huidiza, tragar saliva, suspiros y falta de aire, boca seca y aclararse la garganta, tartamudeo o sudor en la frente, en el labio superior o en las manos.
- Aumento de las «automanipulaciones», como tocarse o rascarse la nariz, la boca, la cabeza, el cuello o la nuca o quitarse pelusa falsa de la ropa. El sudor causa picor y la reacción inmediata es el rascado. Aumenta la frecuencia de parpadeo y la del guiño reflejo, reacciones cercanas al caso que nos ocupa.
- Sonrisa nerviosa o falsa sonrisa, que a menudo no va acompañada de cambios en los ojos, en concreto la contracción simétrica del músculo orbicular de los ojos, y puede parecerse a una mueca. La sonrisa transmite amabilidad y busca posiblemente enmascarar otras emociones.
- Baja el volumen de voz, que se vuelve más aguda y disminuye el rango vocal, o capacidad de modular la voz y vocalizar bien.
- Otras señales más sutiles son las «microexpresiones» faciales descritas por Ekman (2009). Son intrusiones fugaces de una emoción verdadera en el contexto de una emoción fingida y, para este autor, serían uno de los principales indicadores del intento de engaño.

Estos signos aparecen en personas que no se han preparado y a quienes las preguntas pillan desprevenidas, pero no en aquellas que intentan disimular deliberadamente. Un político con experiencia puede estar preparado para reaccionar con calma y disimular muy bien sus emociones. Es fácil, pues, que un mentiroso mire a los ojos más de lo normal para que no piensen que está mintiendo. En el entorno judicial se puede detectar a menudo la preparación porque el mentiroso despliega un comportamiento anómalo en alguien que declara por primera vez ante un tribunal en un escenario que impone: muestra una tranquilidad excesiva, verborrea, exceso de palabras y adornos verbales; a veces se adelanta y comienza a responder a las preguntas del fiscal, acusadores o defensa sin dejarles que terminen de enunciarlas. La diferencia con el testigo impresionado por la situación suele ser obvia para el tribunal, el fiscal y ambas partes (Martínez Selva, 2008).

Otro de los indicios no verbales de disimulo o engaño proviene de señales de esfuerzo mental y fatiga al responder a una pregunta. Se manifiesta especialmente en la mentira de falsificación o construcción, en la que se elabora información falsa que se transmite frecuentemente mezclada con información veraz. En estas situaciones el interrogado tiene que hacer un esfuerzo en construir una historia falsa, que cuesta siempre más que exponer simplemente la realidad. El relato tiene que ser compatible y consistente con los datos que se conocen, y en su exposición se presta mucha atención a las señales del oyente para valorar su impacto, posibles contradicciones y realizar cambios, rectificaciones o añadidos. Como las tareas complejas llevan más tiempo que las sencillas, los mentirosos tardan más tiempo en responder, hablan más despacio, y utilizan menos muletillas. La concentración en lo que se dice lleva a reducir los movimientos del cuerpo y a mostrar una calma aparente. Surgen pausas, silencios largos para preparar sus respuestas y una mirada perdida. El esfuerzo mental puede manifestarse a través de otros indicios como las arrugas en la frente. También puede aparecer dilatación pupilar, indicadora de aumento de la actividad mental, pero sólo se puede valorar de forma fiable a través de instrumentación adecuada. Por último, el estrés y la emoción elevada al mentir, incluyendo el miedo a ser descubierto, se manifiesta en un aumento de la actividad fisiológica general, que puede manifestarse a través de las elevaciones en la presión arterial, en la frecuencia cardíaca y respiratoria y en la sudoración (Martínez Selva, 2005).

2. Control excesivo como reacción ante situaciones difíciles

Curiosamente, y aunque el nerviosismo lleva a un aumento de movimientos corporales en especial de manos, piernas y pies, puede darse la inmovilidad y un control excesivo de gestos y postura. Son intentos de fingir naturalidad y evitar escapes o filtraciones, actitud a la que también aludía Proust en la cita anterior. Se regulan las reacciones para disimular el nerviosismo y que se «fugue» información que delate al emisor. Se gesticula menos y se habla más despacio, se intenta disminuir el número de gestos demostradores o «ilustradores», tales como señalar con el dedo o mover las manos para aclarar algo. Esto mismo sucede en muchas situaciones formales y también cuando se espera ser observado o evaluado. Cuando se habla con cuidado se gesticula menos. Las señales no verbales indican en estos últimos casos lo que es más bien incomodidad o tensión, pero no necesariamente engaño.

La facilidad de salir airoso de una entrevista comprometida o de un interrogatorio depende, entre otras cosas, del tiempo del que se dispone para preparar el encuentro y, por tanto, de la capacidad para anticipar preguntas y preparar las respuestas, de la experiencia previa en ser interrogado y del conocimiento del lugar o contexto. Un aspecto importante es la habilidad del entrevistador o interrogador, que puede ser conocida de antemano por la persona de interés. Cuando se sabe que el interlocutor es duro o exitoso, hay más temor y es más probable que aparezcan señales que lo manifiesten. Un periodista incisivo que tenga fama de ir al grano y poner en problemas al político generará con facilidad reacciones de temor y, posiblemente, escapes de información. También conseguirá que se le evite o esquive y que se preparen bien las entrevistas en las que participe.

Un ejemplo de control excesivo se observó en el juicio al jugador de fútbol norteamericano O. J. Simpson, acusado del asesinato de su esposa, cuya contención a lo largo del largo juicio llamaba la atención. Curiosamente protestaba con gestos ante sucesos banales, como cuando un testigo dijo algo falso acerca de dónde se encontraba su gorro de lana en el escenario del crimen. Por el contrario, cuando oía declaraciones en las que se le acusaba directamente de ser el asesino, permanecía callado sin mover un músculo.

No se pueden suprimir, sin embargo, todos los signos de la emoción o del engaño. La conducta no verbal es más difícil de controlar que la verbal y, en general, la emoción intensa dificulta el control voluntario de esta última para crear en los demás una impresión de sinceridad. El control excesivo facilita filtraciones no verbales (Walczyk *et al.*, 2013). Por ejemplo:

- Movimiento sin cesar de las manos. Pueden aparecer signos de nerviosismo como las automanipulaciones antes descritas. El nerviosismo altera la suavidad y precisión de los movimientos de las manos. Según aseguran los expertos, en los jugadores de póker se distingue la calidad de una «mano» no tanto por la inexpresividad, o «cara de póker», sino por la forma más o menos suave o con mayor o menor confianza con la que las manos ponen las fichas para apostar.
- Aumenta la dilatación pupilar, fruto del esfuerzo, y disminuye la frecuencia de parpadeo.
- Limitación del rango vocal y tono de voz más agudo, ya apuntados antes.
- Pausas repetidas, que encajan con la lentitud resultante del control.
- Incongruencia entre los mensajes y señales verbales y no verbales.

En general deben buscarse indicios múltiples en la detección del nerviosismo y del engaño y, con independencia del empleo de técnicas específicas, se tienen que valorar en función de los aspectos descritos: coherencia y congruencia verbal y no verbal, conocimiento previo de la persona, comparación con sus reacciones en situaciones neutras o menos incómodas y contexto de la entrevista. En el caso que nos ocupa, no había un control exitoso del guiño reflejo por parte del presidente Rajoy.

3. Musculatura facial: control voluntario y diferencias hemisféricas

El rostro es el lugar del cuerpo en el que las emociones están más claramente diferenciadas. Las expresiones faciales son fundamentalmente el resultado de contracciones estereotipadas de unos cuarenta músculos, de movimientos de la piel y tejido conectivo en ciertas combinaciones, que crean dobleces, arrugas y líneas, y afectan a lugares diferentes de la cara, tales como las cejas y las comisuras de los labios. En algunas expresiones contribuyen otros cambios, como el rubor, la palidez o la sudoración (Rinn, 1984). Parte del repertorio de respuestas emocionales es innato y de él disponen también los

ciegos de nacimiento. Cada persona tiene sus propios hábitos de despliegue de expresión emocional en los que interviene la educación y la cultura. Hay regiones del planeta donde se da mayor expresividad emocional en público y otras en las que su manifestación delante de los demás, y en especial de desconocidos, no se fomenta o se valora negativamente.

La expresión facial voluntaria e involuntaria se lleva a cabo a través de los mismos músculos, pero las regiones cerebrales que los regulan son diferentes. La mayoría de las expresiones faciales emocionales son espontáneas e involuntarias, su despliegue es rápido, y en varios aspectos están muy influenciadas por las regiones cerebrales implicadas en las emociones. La musculatura facial que revela una emoción negativa es principalmente involuntaria como ocurre, por ejemplo, en la tristeza, pero no siempre en la ira (Ekman, 2009).

Hay diferencias importantes entre la expresión emocional de la parte superior e inferior de la cara, que son más pronunciadas que las existentes entre los lados derecho e izquierdo (Ross, Prodan y Monnot, 2007). La parte superior del rostro despliega las emociones espontáneas con mayor facilidad. Las áreas relevantes son la frente, los ojos y la parte superior de la nariz. Acciones o elementos significativos son las arrugas de la frente, la mayor o menor apertura de los ojos, la dirección de la mirada y la posición de las cejas (Lee y Anderson, 2017). Arrugar la frente y fruncir el entrecejo son reacciones típicas que acompañan a la atención activa, la carga o esfuerzo mental, la preocupación y la fatiga. Para que se produzcan estas acciones faciales no es necesario que se esté sujeto a una emoción desagradable, sino sólo que se dé un esfuerzo mental o físico. Durante una conversación el oyente las observa con facilidad. Un ejemplo es el levantamiento de las cejas, un acto involuntario de atención al interlocutor del que no suele ser consciente la persona que lo manifiesta. Filogenéticamente se relaciona con la elevación del pabellón auricular en otras especies (Rinn, 1984). En general, la mayor o menor apertura de los ojos transmite más información para la identificación de algunas emociones que otros elementos de la parte inferior del rostro (Lee y Anderson, 2017).

La parte superior de la cara está bajo menor control voluntario que la parte inferior. Así, mientras que las cejas se mueven hacia arriba, hacia abajo o hacia el centro, los labios pueden moverse casi en cualquier dirección. La parte inferior del rostro presenta también mayor actividad unilateral, lo que no ocurre tan fácilmente con las cejas y frente: hay personas que no pueden o a quienes cuesta mucho guiñar un ojo. En este mismo sentido, una persona puede no darse cuenta de que su frente está arrugada indicando fatiga o preocupación, circunstancia plenamente visible para quienes lo observan. Esta sería la explicación de por qué algunas expresiones faciales involuntarias se expresan y detectan en la parte superior del rostro, en nuestro caso en el guiño involuntario del presidente Rajoy.

Por el contrario, se tiene más práctica con la musculatura de la parte inferior del rostro: hablar, masticar y sonreír son actividades cotidianas frecuentes. Hay mayor control voluntario sobre ellas y esto explica, en parte, por qué la sonrisa es más fácil de fingir y se emplea a menudo para disimular una mentira. Su utilización frecuente en todo tipo de interacciones hace que sea

rápida y fácil de emitir, lo que refuerza su naturaleza de recurso inmediato para ocultar o enmascarar emociones.

4. Expresiones faciales voluntarias e involuntarias en ambos lados del rostro

Un movimiento involuntario unilateral en el lado izquierdo de la cara indica que ha sido desencadenado por la actividad del hemisferio contralateral, en este caso el hemisferio derecho. Sin embargo, la investigación nos dice que no existe una asimetría cerebral simple en la regulación de la conducta emocional. A diferencia de lo que ocurre en el resto del cuerpo, el rostro posee representación cerebral bilateral, es decir, en los dos hemisferios, por lo que cualquiera de los dos puede provocar en principio cambios expresivos faciales (Gazzaniga, 2010). Aunque ambos pueden producir espontáneamente movimientos faciales, sólo el hemisferio izquierdo es capaz de realizar expresiones emocionales voluntarias con soltura, por ejemplo cuando se pide a una persona que las imite o las reproduzca. Puede afirmarse por ello que la expresión facial voluntaria o fingida depende principalmente del hemisferio izquierdo (Krippel *et al.*, 2015; Ross *et al.*, 2007). Estas expresiones faciales no espontáneas tienden a ser más frecuentes, más pronunciadas y más asimétricas en la parte inferior del rostro, donde la musculatura recibe influencias más intensas del hemisferio contralateral (Kriegstein y Brust, 2013). Al estar más sujetas a control voluntario se emplean más fácilmente en las interacciones con los demás para el disimulo y para expresar emociones complejas, como las llamadas emociones sociales: ironía, sarcasmo o desconfianza, por ejemplo (Ross *et al.*, 2007).

El hemisferio izquierdo está también más asociado a la expresión y experiencia de emociones positivas y a comportamientos de aproximación. En la mayor parte de la población este hemisferio es el dominante para el lenguaje, y en especial para el contenido de lo que se dice.

Por su parte, el hemisferio derecho está más involucrado en la expresión y experiencia de emociones primarias, especialmente negativas, y en el alejamiento o huida de situaciones desagradables. El tono de voz y otros aspectos prosódicos, como la entonación, más relacionados con la emoción dependen también más de este hemisferio (Kolb y Whishaw, 2006). Podría hablarse de una dominancia cerebral mayor o más marcada del hemisferio derecho en relación con las emociones negativas. Por esa razón y al controlar la musculatura facial del lado opuesto, el lado izquierdo de la cara es más expresivo y produce expresiones emocionales más intensas.

Distintos estudios avalan los datos anteriores en relación con las sonrisas espontáneas y con las voluntarias o fingidas. Las sonrisas voluntarias empiezan en la mayoría de los casos en el lado derecho del rostro, controlado por el hemisferio izquierdo, mientras que las expresiones faciales espontáneas comienzan en el lado derecho de la cara, controlado por el hemisferio opuesto (Ross *et al.*, 2007). La sonrisa voluntaria o fingida va acompañada de mayor flujo sanguíneo en el área motora facial primaria del hemisferio

izquierdo, en comparación con la sonrisa involuntaria (Iwase *et al.*, 2002). Estas diferencias se manifiestan también en las asimetrías expresivas. Así, las sonrisas espontáneas tienden a ser más simétricas, en contraste con las voluntarias o fingidas, más asimétricas, que se inician y desaparecen más rápidamente (Guo *et al.*, 2018).

De acuerdo con todo lo anterior, los músculos de la frente y los que provocan movimientos en las zonas alrededor de los ojos están asociados a expresiones emocionales involuntarias, más difíciles de controlar. Esto lleva a pensar que la parte superior de la cara será emocionalmente más espontánea, así como el lado izquierdo del rostro. Las emociones más genuinas e intensas se manifiestan con más intensidad en estos lugares. Por el contrario, la parte inferior de la cara y su lado derecho son más controlables y más manipulables. El guiño de Rajoy era una reacción emocional, espontánea, automática y de difícil, pero no imposible, control voluntario. Indica tensión o ansiedad, pero no es una señal inequívoca de engaño. Para el entrevistador o interrogador experto, el despliegue de estos marcadores de tensión apunta al tema sobre el que hay que insistir y formular, si se puede, preguntas más concretas que revelen las preocupaciones o intenciones auténticas de la persona de interés. Esclarecer el origen de estas señales servirá para que la versión que el periodista transmita y que alcance al público sea más certera y más cercana a la realidad.

Referencias bibliográficas

- Bond, C. F. y DePaulo, B. M. (2006): «Accuracy of deception judgements. *Personality and Social Psychology Review*, 10: 214-234.
- De Paulo, B. M.; Lindsay, J. J.; Malone, B. E.; Muhlenbruck, L.; Charlton, K. y Cooper, H. (2003): «Cues to deception». *Psychological Bulletin*, 129: 74-118.
- Ekman, P. (2009): *Cómo detectar mentiras. Una guía para utilizar en el trabajo, la política y la familia*. Barcelona: Paidós.
- Gazzaniga, M. S. (2010): *¿Qué nos hace humanos? La explicación científica de nuestra singularidad como especie*. Barcelona: Paidós.
- Guo, H.; Zhang, X.-H.; Liang, J. y Yan, W.-J. (2018): «The dynamic features of lip corners in genuine and posed smiles». *Frontiers in Psychology*, 9: 202. doi: 10.3389/fpsyg.2018.00202.
- Iwase M.; Ouchi Y.; Okada H.; Yokoyama C.; Nobezawa S.; Yoshikawa E.; Tsukada H.; Takeda M.; Yamashita K.; Takeda M.; Yamaguti K.; Kuratsune H.; Shimizu A.; Watanabe Y. (2002): «Neural substrates of human facial expression of pleasant emotion induced by comic films: A PET study». *NeuroImage*, 17: 758-768.
- Kolb, B. y Whishaw, I. Q. (2006): *Neuropsicología humana*. 5ª Edición. Madrid: Editorial Médica Panamericana.
- Kriegstein, A. R. y Brust, J. C. M. (2013): «The neurological examination of the patient». En E. R. Kandel; J. H. Schwartz; T. M. Jessell; S. A. Siegelbaum y A. J. Hudspeth (Eds.): *Principles of neural science* (pp. 1533-1549). Nueva York: McGraw-Hill.
- Krippel, M.; Karim, A. A. y Brechmann, A. (2015): «Neuronal correlates of voluntary facial movements». *Frontiers in Human Neuroscience*, 9: 598. doi: 10.3389/fnhum.2015.00598.

- Lee, D. H. y Anderson, A. K. (2017): «Reading what the mind thinks from how the eye sees». *Psychological Science*, 28: 494-503.
- Levine, T. R.; Clare, D. D.; Blair, J. P.; McCornack, S.; Morrison, K. y Park, H. S. (2014): «Expertise in deception detection involves actively prompting diagnostic information rather than passive behavioral observation». *Human Communication Research*, 40: 442-462.
- Martínez Selva, J. M. (2005): *La psicología de la mentira*. Barcelona: Paidós.
- Martínez Selva, J. M. (2008). *Manual de comunicación persuasiva para juristas*. 2ª edición. Madrid: La Ley.
- Masip, J. (2017): «Deception detection: State of the art and future prospects». *Psicothema*, 29: 149-159.
- Ormerod, T. C. y Dando, C. J. (2015): «Finding a needle in a haystack: Toward a psychologically informed method for aviation security screening». *Journal of Experimental Psychology: General*, 144: 76-84.
- Proust, M. (1919-1927/1971): *En busca del tiempo perdido 3. El mundo de Guermantes*. Madrid: Alianza.
- Rinn, W. E. (1984): «The neuropsychology of facial expression: A review of the neurological and psychological mechanisms for producing facial expressions». *Psychological Bulletin*, 95: 52-77.
- Ross, E. D.; Prodan, C. I. y Monnot, M. (2007): «Human facial expressions are organized functionally across the upper-lower facial axis». *The Neuroscientist*, 13: 433-446.
- Walczyc, J. J.; Igov, F. P.; Dixon, A. P. y Tcholakian, T. (2013) «Advancing lie detection by inducing cognitive load on liars: A review of relevant theories and techniques guided by lessons from polygraph-based approaches». *Frontiers in Psychology*, 4: 14. doi: 10.3389/fpsyg.2013.00014
- Woodward, B. (2005). *El hombre secreto. La verdadera historia de «Garganta Profunda»*. Barcelona: Inédita.

El debate sobre “lo normal” representa la definición del estado de las cosas

Las metáforas de las nuevas normalidades según el Ministerio de Sanidad de España y la UNESCO

The debate about “normal” represents the definition of the status quo

The metaphors of new normals according to the Spanish Ministry of Health and UNESCO



Francisco Collado Campaña
Área de Ciencia Política y de la
Administración, Universidad de Málaga.
fcolcam@uma.es
@fcolladocampana



Davinia Burgos Narváez
Grupo de Investigación HUM863
(educación, cine y cultura oral),
Universidad de Almería
burgosdavinia@gmail.com

Resumen

Este artículo presenta un análisis exploratorio de lo que ha venido a denominarse la “nueva normalidad” en diferentes discursos políticos. Para ello, se realiza un análisis del marco interpretativo y de los sustantivos y verbos presentes en el corpus textual del *Plan para la transición hacia una nueva normalidad* del Ministerio de Sanidad de España y el video *Next Normal* de la campaña institucional de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) desarrollados en el contexto de la pandemia del covid-19 durante el primer semestre de 2020. De este modo, se muestra como las definiciones de la “normalidad” y la “nueva normalidad” han servido como una estrategia discursiva para proponer estados de las cosas que implican una metáfora de la transición en el primer caso y una metáfora de la ruptura en relación con el pasado en el segundo caso.

Palabras clave

Discurso político; nueva normalidad; UNESCO; Ministerio de Sanidad; covid-19.

Abstract

This article presents an exploratory analysis of what has come to be called the “new normality” in different political discourses. To this end, an analysis is made of the interpretive frame and of the nouns and verbs present in the textual corpus of the Plan for the Transition to a New Normal of the Spanish Ministry of Health and the video Next Normal of the institutional campaign United Nations Education, Science and Culture Organization (UNESCO) developed in the context of the covid-19 pandemic during the first half of 2020. Thus, it is shown as the definitions of “normality” and “new normality” have served as a discursive strategy to propose states of things that imply a metaphor of the transition in the first case and a metaphor of the rupture in relation to the past in the second case.

Keywords

Political discourse; new normal; UNESCO; Spanish Ministry of Health; covid-19.

1. Introducción

La pandemia del coronavirus (covid-19) ha irrumpido en la mayoría de las sociedades del planeta. Esta crisis sanitaria global se ha cobrado más de un millón y medio de fallecidos por esta enfermedad, según los datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS). De esta forma, el virus y sus efectos han provocado crisis de diversa índole en la gestión política, en el ámbito económico y en el social que han supuesto un cambio en la forma en que las instituciones políticas se relacionan con la ciudadanía. Una innovación considerable consiste en la construcción del concepto de «nueva normalidad» que ha sido y está siendo empleado con diversos sentidos, significados y finalidades en la comunicación política e institucional. Este término ha plagado los titulares de la prensa en España desde que el ejecutivo empezó a gestionar el estado de alarma y las sucesivas medidas restrictivas para contener la expansión del virus y ha llegado a convertirse en una expresión habitual en el lenguaje cotidiano. Aún siendo un término polémico y controvertido por las implicaciones simbólicas y el consenso o disenso en torno a su significación, es ahí donde radica el carácter genuino e innovador que su uso está implicando en el discurso y el lenguaje político en todos los niveles de gobierno.

Sin embargo, el concepto «nueva normalidad» no es un elemento discursivo genuino de la comunicación institucional gestionada desde el Palacio de la Moncloa, sino que al contrario ya existían unos antecedentes por parte de otras instituciones y organizaciones en esta práctica. En primer lugar, este concepto empezó a plasmarse en diversos informes de las organizaciones internacionales y de la prensa estadounidense en el ámbito económico para referirse a la situación posterior a la crisis financiera de 2008 hace una década (El-Erian, 2010). En segundo lugar, el ejecutivo chino también usó este término en su discurso político para explicar el proceso de moderación de su crecimiento económico unos años más tarde (Saggu y Anukoonwattaka, 2015). En ambos casos, el término «nueva normalidad» fue empleado por las instituciones y la prensa como un concepto con un determinado significado en el ámbito económico y una definición ambigua que alude al final de una etapa y el comienzo de otra distinta.

La «nueva normalidad» ha dejado de ser un concepto exclusivo del ámbito económico para popularizarse en el ámbito político e institucional, llegando a ser empleado en campañas de comunicación institucional de las entidades que componen Naciones Unidas. La investigación aquí desarrollada mantiene como objetivo conocer cuál es el sentido y el significado que se le ha asignado a este término en el contexto de la pandemia del coronavirus en el espacio estatal en España y en el plano internacional durante el comienzo de la crisis en 2020 con un carácter exploratorio. Para ello, nos centramos especialmente en la comunicación política del propio Gobierno de España y de una entidad como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) como actores especialmente relevantes para imponer un significado frente a un público como puede ser la sociedad española y la sociedad global, respectivamente.

Teniendo en cuenta estos criterios, hemos seleccionado como período temporal el primer semestre de 2020 y dos documentos referentes a dos campañas de comunicación institucional desarrolladas por estos agentes. En el caso de España, hemos decidido analizar el *Plan para la transición hacia una nueva normalidad* que estableció las directrices básicas del proceso de desescalada en la última fase del confinamiento encuadrado en el primer estado de alarma decretado a raíz del covid-19. En el caso de la UNESCO, hemos enfocado nuestro interés en la campaña *Next Normal* (Nueva Normalidad) en redes sociales y dirigida a la sociedad global¹. En este sentido, la pregunta de investigación que planteamos es: ¿Cuál es el sentido y/o significado de la «nueva normalidad» y cuál es su configuración semántica en el discurso oficial del Ministerio de Sanidad y en la campaña de comunicación institucional de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura ante la crisis nacional y global del covid-19 respectivamente durante el primer semestre de 2020?

A raíz de esta pregunta también cabe preguntarse si es un término unívoco o si por el contrario presenta un carácter polisémico. En caso de que hubiese un significado compartido de la «nueva normalidad» por parte de ambos agentes cabría una comparación entre los propios elementos internos de ambos mensajes. En caso contrario, la única comparación posible sería entre los elementos externos del mensaje (emisor, receptor, etcétera.). Esta situación implica que previamente debemos conocer cuál es el marco interpretativo y cuáles son las categorías de sustantivos y verbos que componen la «nueva normalidad» en un caso y otro, observando su semejanza o su divergencia a partir de un acercamiento previo a ambos discursos.

De esta forma, este artículo está organizado en este primer apartado introductorio que presenta el contexto y las preguntas de investigación en torno a la «nueva normalidad», el segundo que recoge el enfoque y la metodología planteada para analizar este concepto, el tercero que presenta el marco interpretativo y los campos semánticos expresados en los cuerpos textuales estudiado y las conclusiones finales.

2. Enfoque y metodología para diseccionar la «nueva normalidad»

Siguiendo el argumento anterior, este artículo realiza un análisis del discurso y un análisis de categorías sustantivas y verbales aplicado al documento elaborado por el Ministerio de Sanidad (2020) para organizar la desescalada del estado de alarma —que se ejecutó a partir de mayo del año pasado— y al video titulado *Next Normal* —con subtítulos en castellano— presentado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, en el primer semestre del mismo año (UNESCO, 2020). Para ello, se recurre a una postura constructivista desde la cual consideramos que las ideas, los conceptos y los elementos que impregnan la realidad social son objetos artificiales creados subjetiva e intersubjetivamente por los grupos y las per-

1. La campaña *Next Normal* de la UNESCO ha tenido como mensaje central un video que se puede ver en el siguiente enlace y el cual está indicado entre las referencias bibliográficas: <https://es.unesco.org/campaign/nextnormal>

sonas y siendo estos actores quienes les otorgan diversos significados como resultado de la vida en colectivo (Lakoff y Jhonson, 2001; Martín, 2014; Parsons, 2010). De esta forma, la realidad cotidiana que se ha venido en definir como «nueva normalidad» tendría un carácter interpretativo según el entorno en el que se haya construido y es necesario conocerlo a partir del contexto en el que es reproducido (Berger y Luckmann, 2019). Al respecto, se debe puntualizar que esta construcción colectiva de los discursos y sus significados son el resultado de procesos subjetivos e intersubjetivos, especialmente a través de las interacciones sociales que tienen un carácter comunicativo.

El análisis interpretativo y simbólico presentado a continuación recurre a una metodología interdisciplinar de enfoques y técnicas procedentes de las Ciencias Políticas y la Lingüística para profundizar en el discurso público (Collado, Jiménez y Molero, 2010: 32). Nuestra postura teórica-empírica combina el análisis de discurso en lo referente a las prácticas socio-discursivas y la Lingüística Pragmática con respecto a la construcción de la tematización y de la dimensión informativa del enunciado (Sánchez García, 2009: 46-47). Partiendo del análisis del discurso, se emplea la teoría de enfoque y/o el análisis del marco (*frame*), entendiendo que el enmarcado define un espacio de la experiencia subjetiva e intersubjetiva dotado de unos contenidos que conceden sentido y significado a la realidad, permiten establecer grados de prioridad y evaluar la realidad (Goffman, 2006; Wehling y Lakoff, 2016). Por tanto, enmarcar un discurso consiste en establecer un conjunto de ideas y valores que funcionan como palabras-clave en la construcción de un sentido y que orientan la macroestructura semántica sobre un determinado asunto político. Desde la metodología de la Lingüística Pragmática (Bernárdez, 1982; Fuentes, 2017) el procedimiento parte del análisis de sustantivos y verbos con el objetivo de conocer la intencionalidad del emisor y de la funcionalidad persuasiva. De esta forma, pretendemos analizar cómo el emisor político expone sus propias convicciones como si fueran el fruto de una organización estándar del mundo. En esta lógica, el discurso político evita recursos que tengan un coste de interpretación elevado para los receptores y garantiza un mensaje directo, según Alcaide (2016). Sin embargo, nunca se renuncia a la consideración que los seres humanos necesitan las metáforas para organizar su mundo conceptual (Cabezas y Guerrero, 2002).

A continuación, exponemos la metodología empleada a partir de estos planteamientos. En primer lugar, el análisis del marco se ha realizado mediante la identificación del emisor, el potencial receptor o público objetivo y la finalidad del mensaje desde una posición sociológica en el contexto del proceso de comunicación (Sabada, 2001: 160-161). A partir de este esquema inicial y atendiendo especialmente al objetivo, hemos establecido una interpretación sobre los sentidos y los significados presentes en la interacción entendida simultáneamente como un acto comunicativo y social (Fisher, 1997: 21). De entre todos estos marcos, hemos destacado aquel que por su relevancia se impone como marco primario o interpretación que define el sentido primordial de dicho intercambio. Por su parte, la aplicación de la metodología procedente de la Lingüística Pragmática se ha aplicado mediante un procesamiento manual de la siguiente forma (Alonso *et al.*, 2012: 6). En primer lugar, hemos seleccionado y contabilizado la totalidad de sustantivos y de verbos en cada uno de los cuerpos textuales mediante la herramienta «buscar» de Acrobat Reader. Posteriormente, hemos elaborado categoriza-

ciones a partir de la densidad de repeticiones de los sustantivos en singular y plural y de los verbos en todos sus tiempos y modos. En tercer lugar, hemos seleccionado los sustantivos y los verbos que comparten un mismo núcleo de significación para establecer los distintos campos semánticos presentes en cada texto.

3. Las nuevas normalidades definidas por el Ministerio de Sanidad en España y por la UNESCO en un mundo global

La «nueva normalidad» es un concepto con una significación variable en los mensajes estudiados. Por tanto, debemos puntualizar que el análisis presentado impide establecer una comparativa en cuanto a sus características internas entre los dos cuerpos textuales (*corpus*) estudiados al no existir univocidad en torno a su definición de la normalidad.

En este apartado, se presentan los resultados del análisis del marco y de categorías sustantivas y verbales aplicados respectivamente al *Plan para la transición hacia una nueva normalidad* elaborado por el ejecutivo español y el video institucional titulado *Next Normal* de la UNESCO.

3.1. El Plan para la transición hacia una nueva normalidad

El análisis del marco del plan elaborado por el Gobierno de España en abril del año pasado se realiza concibiéndolo como un texto que pretende exponer el proceso de abandono del confinamiento iniciado en el primer trimestre (Ministerio de Sanidad, 2020). Por tanto, se trata de un documento de comunicación institucional explicativo del diseño y la puesta en marcha de las actuaciones públicas que se acometerían durante esa etapa de tránsito desde el estado de alarma decretado a raíz del coronavirus hasta un nuevo escenario en el que se mantendrían medidas excepcionales. Para ello, el discurso oficial de la Moncloa recurre a establecer un relato o historia que ya se había ido construyendo a partir de anteriores intervenciones de las autoridades, basado en la «nueva normalidad». Este relato se encuadra dentro de la técnica por la cual los gestores y los implementadores de políticas públicas recurren al *storytelling* para hacer comprensibles sus actuaciones ante la sociedad (Salmon, 2008). Esta «nueva normalidad» se refiere al escenario o momento posterior a la finalización del estado de alarma y el cual se iniciaría a distintos ritmos siguiendo las fases de desescalada establecidas en dicho documento. El enmarcamiento de ese escenario, el cual se manifiesta principalmente en la introducción, define la pandemia del covid-19 como un problema que está sufriendo la sociedad española al igual que otros países del resto del mundo y una fractura grave con efectos perversos en distintos ámbitos, es decir, es un problema glocalizado y una crisis que tendrá una amplia variedad de consecuencias en el corto y largo plazo. Una vez establecido este *frame* en la interacción entre el ejecutivo y la sociedad, se explicita que no existen los medios técnicos en ese momento para suprimir la pandemia y que, por tanto, se intentará alcanzar una «nueva normalidad» o estado de las cosas. Esta nueva etapa sociopolítica mantiene como rasgos definitorios el

mantenimiento de restricciones con fines sanitarios que afectarán a los ciudadanos junto con la búsqueda de una recuperación de la actividad económica y social. Por tanto, la «nueva normalidad» supone la búsqueda de un equilibrio entre la salud pública y la economía en un momento de incertidumbre, ya que se desconoce su finalización, hasta que se disponga de la capacidad técnica y logística para revertir la pandemia. Entre las prioridades que establece, se debe destacar la exigencia del respeto de las restricciones, la capacidad de adaptación y el sacrificio por parte del conjunto de la sociedad durante la «nueva normalidad». De esta forma, se mantendrá el carácter de excepcionalidad que implica para las prácticas económicas y sociales que se inició con el estado de alarma, aunque en términos jurídicos este concluyese en el primer semestre de 2020. Finalmente, se definen las «fases» de tránsito desde el estado de alarma hacia esa «normalidad» que serán coordinadas por los poderes públicos, pero tendrán un carácter asimétrico en función de cada comunidad autónoma y será gradual de una etapa a otra.

Tabla I. Sustantivos y verbos más habituales en el *Plan para la transición hacia una nueva normalidad*.

Sustantivos	N
Medida/s	67
Desescalada	47
Capacidad/es	33
Proceso	32
Indicadores	28
España	15
Comunidades Autónomas	13
Ministro de Sanidad	13
Transición	13
Entidades y autoridades locales	6
Dimensión nacional, autonómica y local	5
Ministro de Sanidad	4
Presidente de Gobierno	3
Administraciones autonómicas y locales	1
Verbos	N
Garantizar	15
Se requiere	7
Permitir	5
Conocer	4
Disponer	4
Mantener	4

Fuente: elaboración propia.

Siguiendo con este documento, se expone el análisis de sustantivos y verbos en el discurso del Ministerio de Sanidad (Tabla I). De los 1.741 sustantivos analizados habría que destacar los siguientes en función de su frecuencia de repetición con respecto al corpus: «medidas» en 67 ocasiones, «desescalada»

con 47 repeticiones, «capacidad» y «capacidades» en 33 casos, el sustantivo «proceso» con 32 repeticiones, y, por último, «indicadores» en 28 ocasiones. Este campo semántico mantiene un 11,88% sobre el total de sustantivos presentes en el documento. Todos estos sustantivos aportan un campo semántico que marca un significado en relación a la gestión y organización por parte del Gobierno en lo que respecta a las medidas para contener el covid-19 (Tabla II). Asimismo, se encuentra un segundo campo semántico referente a la gestión de las políticas intergubernamentales en materia del coronavirus.

Tabla II. Campos semánticos en el Plan para la transición hacia una nueva normalidad.

Campos semánticos	Componentes del campo semántico
Gestión y organización del Gobierno para la contención de covid-19	«medidas», «desescalada», «capacidad», «capacidades», «proceso», «indicadores»
Gestión de las políticas intergubernamentales en materia de covid-19	«España», «comunidades autónomas», «entidades y autoridades locales», «Administraciones autonómicas y locales», «dimensión nacional, autonómica y local»

Fuente: elaboración propia.

Siguiendo con el segundo campo semántico, es importante destacar la importancia otorgada al concepto de país fuertemente descentralizado en el cual las comunidades autónomas mantienen amplias competencias en materia sanitaria. Y esto queda latente en el análisis del corpus, mientras que «España» se repite 15 veces, el concepto de «comunidades autónomas» aparece en 13 ocasiones, «entidades y autoridades locales» en seis casos, «Administraciones autonómicas y locales» una única vez y «dimensión nacional autonómica y local» en cinco ocasiones. Por tanto, el campo semántico referido a las políticas intergubernamentales representa un 2,3% sobre el total de sustantivos. Dentro de dicho campo semántico, se debe destacar la densidad de sustantivos referentes a la administración local en contraposición al sustantivo «España» que aporta un grado de responsabilidad que el Gobierno le otorga a las administraciones autonómicas y locales en la toma de decisiones en el ámbito sanitario. Es importante señalar que el agente presente como representante del Gobierno es el «Ministro de Sanidad» que tiene una frecuencia de 13 veces, junto al «Ministerio de Sanidad» que aparece en cuatro ocasiones. En cambio, el «presidente de Gobierno» solo se menciona una vez en el texto.

3. El video *Next Normal* de la UNESCO

Por su parte, la campaña institucional *Next Normal* («nueva normalidad» en castellano) de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura emplea este término para mostrar diferencias entre la etapa anterior a la pandemia del coronavirus y el momento posterior (UNESCO, 2020). El marco consiste en una valoración negativa o pesimista del estado de las cosas antes del surgimiento de la crisis sanitaria global y una valoración positiva de los cambios acontecidos durante y tras esta coyuntura en distintos ámbitos mediante la exposición de fragmentos de noticias de

prensa y datos oficiales. Al respecto, esta organización muestra los siguientes relatos que comparan la anterior y la «nueva normalidad»: la reducción del uso de transportes ha beneficiado a la atmósfera, la crisis sanitaria ha favorecido el desarrollo y la cooperación científica entre los Estados, el aumento del prestigio social de los médicos frente a los *influencers* en redes sociales, el fomento de la alfabetización digital mediante el teletrabajo aplicado al ámbito educativo, el crecimiento del periodismo independiente frente a la persecución de los informadores por parte de Estados no-democráticos, la mejora de la fauna y la reducción de conflictos bélicos debido a la priorización de la situación sanitaria en la agenda política. La prioridad que fija este enmarcamento es la construcción de una «nueva normalidad» por parte de la sociedad global mediante el fomento de la educación, la ciencia y la cultura. La paradoja de esta comparación entre la definición de «lo normal» es que la UNESCO no establece una interpretación nítida y compacta de la «nueva normalidad», sino que pretende orientar a las personas a que definan el nuevo momento mediante una concienciación en relación a la ciencia y la cultura. En síntesis, se presenta la crisis del covid-19 como una oportunidad para favorecer cambios positivos para la sociedad global en el ámbito político, social y cultural frente a un momento anterior que es valorado de forma pesimista.

Tras el análisis de categorías referentes a sustantivos y verbos de los subtítulos (Tabla III) del video de la UNESCO se registra un total de 73 sustantivos, entre los cuales el más repetido es «año/s». Se puede apreciar en el relato el sustantivo «año» en singular en una ocasión y en plural «años» en tres menciones que se relaciona como un concepto de futuro. Es destacable el orden de los campos semánticos en número de sustantivos, siendo respectivamente: las tecnologías de la información y la comunicación, la ciencia y la educación (Tabla IV).

En primer lugar, merece especial atención el campo semántico relacionado con las tecnologías de la información y de la comunicación. Los sustantivos «compañías», «telefonía», «móvil», «acceso», «línea», «periodistas», «periodismo», «datos», «compañías», «telefónicas», «licencias», «códigos», «influencers», «publicación», «redes», «portada», «revista» y «New York Times» registran 18 apariciones, representando este campo semántico un 24,65% sobre el total de sustantivos que conforman los subtítulos del video de la UNESCO. En segundo lugar, se debe destacar el papel otorgado a la infancia, ya que la palabra «niño» está presente en dos ocasiones. Este dato debe ponerse en relación con el campo semántico de la educación conformado por los siguientes sustantivos: «colegio», «centros educativos» y «escuelas» con un 4,10% con respecto al total de sustantivos.

Por último, el campo semántico de la ciencia: «especies», «ballenas», «investigadores», «genoma», «coronavirus», «científicos», «contaminación», «pandemia», «covid-19», «neumonía», «vacuna», «patentes», «coronavirus» y «enfermera» con un total de 15 sustantivos registrados y siendo un 20,54% sobre el total. Entre ellos destacan la referencia a la pandemia que aparece mencionada en una ocasión para «coronavirus» y otra para «covid-19», y el agente que representan los «científicos» se menciona en dos ocasiones. La abundancia de sustantivos en el corpus da relevancia a la intención descriptiva del mensaje, además de acumulación de nombres concretos que otorgan una visión realista el destinatario al cual va dirigido el video.

Tabla III. Sustantivos y verbos más habituales en el video de *Next Normal* de la UNESCO.

Sustantivos	N
Año/s	4
Científicos	2
Compañías	2
Día/s	2
Niño	2
Telefonía/s	2
Verbos	N
No es	19
Es	2
Hace	2
Resolverse	1
Aumentado	1
Avistan	1
Declarado	1
Construir	1
Hacer	1
Fueron visibles	1
Ofrezcan	1
Ganan	1
Va	1
No hay	1
Hay	1
Siguen	1
Se extinguen	1
Secuenciaron	1

Fuente: elaboración propia.

Tabla IV. Campos semánticos en *Next Normal* de la UNESCO.

Campos semánticos	Componentes del campo semántico
Tecnologías de la información y la comunicación	«compañías», «telefonía», «móvil», «acceso», «línea», «periodistas», «periodismo», «datos», «compañías», «telefónicas», «licencias», «códigos», «influencers», «publicación», «redes», «portada», «revista», «New York Times»
Ciencia	«especies», «ballenas», «investigadores», «genoma», «coronavirus», «científicos», «contaminación», «pandemia», «covid19», «neumonía», «vacuna», «patentes», «coronavirus», «enfermera»
Educación	«colegio», «centros educativos», «escuelas»

Fuente: elaboración propia.

Los subtítulos del video definen a los protagonistas de esta transformación, que supera a la normalidad anterior, los cuales son los «niños», los «científicos», los «periodistas» y la referencia una «enfermera». Desde esta visión, el futuro recae en estas profesiones como agentes activos en el proceso de transición.

En el análisis de categorías referente a verbos contamos con un total de 39 verbos, entre los cuales el verbo «hace» en modo de presente de indicativo expresa la descripción de experiencias o hechos, así como su facilidad de acercamiento al público. Además, es destacable acentuar una amplia mayoría de verbos en presente de indicativo. Este tiempo verbal indica acción en el futuro próximo ante las situaciones de «no normalidad» que presentan los subtítulos en el video. Estas acciones formarán parte de las rutinas cotidianas en nuestro presente y futuro cercano. La mayor parte de ellos marcan un significado positivo y de movimiento que aumentan la sensación de dinamismo. Entre estos verbos se incluyen: «resolverse», «aumentado», «avistan», «declarado», «construir», «hacer», «fueron visibles», «ofrezcan», «ganan», «va», «no hay», «hay», «siguen», «se extinguen» y «secuenciaron». Estos verbos constituyen un marcador en el discurso en referencia a lo que «no es normal» contrapuesto a la «nueva normalidad».

4. Conclusiones: la metáfora del tránsito y la metáfora de la ruptura

El sentido de la «nueva normalidad» establecido en el *Plan para la transición hacia una nueva normalidad* se refiere a una etapa intermedia o de transición en la vida política, económica y social con efectos en las dimensiones macro y micro. Esta etapa de transición se sitúa temporalmente entre la «normalidad» que finalizaría con el inicio del estado de alarma en marzo de 2020 y una nueva etapa sin una denominación y un sentido explicitados que comenzaría tras la erradicación de la pandemia en una fecha aún indeterminada. El Gobierno de España establece un equilibrio entre el funcionamiento de la economía y el respeto de las medidas de sanidad pública relativizadas al nivel de gravedad de la pandemia como objetivo político. Por lo que supone el mantenimiento de la excepcionalidad en el ámbito político, económico, social y cultural con la posible minimización de las intervenciones públicas. Para alcanzar esta meta política, se concede una responsabilidad mayor al Ministerio de Sanidad frente al presidente del Gobierno y a las administraciones subestatales frente a la Administración Central en su dimensión discursiva. Aunque existe una profunda labor de descripción de esta «nueva normalidad», no se produce una abundante explicitación de la misma que sólo se menciona en 12 ocasiones. A través de la adición de los sustantivos «proceso» o «procesos» y «transición» se producen nuevas configuraciones de sustantivos que intentan explicar el concepto de «nueva normalidad». Estas combinaciones son: «proceso de desescalada» en doce ocasiones, «proceso de transición» en seis casos y «proceso de transición a la nueva normalidad» con dos menciones.

En cambio, la «nueva normalidad» expresada en el video de la campaña *Next Normal* de la UNESCO establece una ruptura entre un momento anterior al surgimiento de la pandemia y otro posterior. Esta fractura temporal

se manifiesta mediante la comparación entre los cambios positivos que ha producido el covid-19 frente a situaciones anteriores que son valoradas negativamente en el ámbito de la ciencia, la información, la cultura, la sanidad, etc. En cierto modo, se puede afirmar que estas comparativas del discurso construyen dos momentos históricos en su dimensión simbólica, pero aún no se puede sostener que exista una ruptura histórica como una afirmación firme en el ámbito de la Historia como disciplina académica. No existe una transición de una etapa a otra, sino que supone el punto de partida para orientar y guiar la construcción de un nuevo estado de las cosas por parte de la audiencia que es la sociedad global. La UNESCO no define nítidamente como debe ser este nuevo momento, pero sí explicita que los agentes y los instrumentos del cambio deben ser la infancia mediante la educación, los científicos a través de la investigación y los profesionales de la información mediante las nuevas tecnologías. En este video, no aparece una referencia a la «nueva normalidad» (a excepción del título) y en su lugar se encuentra un paralelismo que alterna la comparación entre «normal» y «no es normal».

La semejanza entre la «nueva normalidad» definida por el Gobierno de España y la UNESCO radica en que aluden a espacios temporales que implican una redefinición del status quo en la dimensión simbólica. Esta situación tiene una conexión con la realidad efectiva porque demuestra el carácter global que esta crisis mantiene en los distintos niveles geográficos al igual que otras crisis anteriores (Sassen, 2007). Ahora bien, en el primer caso esa etapa es un momento intermedio entre una «normalidad» que ha acabado y un nuevo escenario indeterminado que se iniciará cuando finalicen los efectos de la pandemia. Este momento supone una fractura con la cotidianeidad política, económica, social y cultural e implica una perspectiva negativa en el plan elaborado por el Ministerio de Sanidad. En el segundo caso, no existe dicha etapa intermedia o de tránsito, sino que se busca abiertamente una ruptura con el pasado y con lo que se consideraba «normal». Bajo el lema «ahora es el momento de construir algo mejor que lo normal» se produce una deconstrucción del concepto «nueva normalidad».

En definitiva, el Ministerio de Sanidad emplea una metáfora de la transición y la UNESCO recurre a una metáfora de la ruptura para definir el nuevo status quo en la cotidianeidad de sus audiencias (Lakoff y Johnson, 2001). Aunque son metáforas divergentes en sus contenidos, mantienen dos elementos en común. En primer lugar, la lógica que ampara la definición del problema por parte de los poderes afecta directamente a la extensión que alcanza el mismo (Kahn, 2005). Por lo que, la gradación del problema desde el discurso institucional permite modular, ya sea aumentando o disminuyendo el proceso de cambio político y social que implica la «nueva normalidad». Y, en segundo lugar, la redefinición dialéctica del estado de las cosas está directamente vinculada con la introducción de importantes transformaciones en el ámbito global producidos por la propia pandemia (Zibechi, 2020). Por último, esta investigación con un carácter inicial ha permitido desgranar dos metáforas que están siendo usadas para interpretar la crisis producida por el coronavirus y que van formando parte del imaginario colectivo. A partir de aquí, consideramos necesario analizar los mensajes que construyen significados y metáforas explicativas de esta coyuntura.

Referencias bibliográficas

- Alcaide, E. del Rocío. (2016): «La metáfora y la metonimia como formas de «mostrar el mundo» en el discurso político». En C. Fuentes: *Estrategias argumentativas y discurso político*, pp. 273-311. Madrid: Arco Libros.
- Alonso, S.; Volkens, A. y Gómez, B. (2012): *Análisis de contenido de textos políticos*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Berger, P. L. y Luckmann, T. (2019): *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bernárdez, E. (1982): *Introducción a la lingüística del texto*. Madrid: Arco Libros.
- Cabezas, E. y Guerrero, S. (2002): *El lenguaje político español*. Madrid: Cátedra.
- Collado, F.; Jiménez, J. F. y Molero, J. A. (2010): «El estudio del discurso político: una aproximación desde la Sociología y desde la Lingüística». En R. Cremades; C. González y S. Guerrero: *Estudios actuales sobre Lengua, Literatura y su Didáctica: en Homenaje a Emilio A. Núñez Cabezas*, pp. 23-46. Málaga: Universidad de Málaga.
- El-Erian, M. (2010): *Navigating in the New Normal in Industrial Countries* (en línea). Recuperado de: <https://www.imf.org/en/News/Articles/2015/09/28/04/53/sp101010>, último acceso 15 de enero de 2020.
- Fisher, K. (1997): «Locating frames in the discursive universe», *Sociological Research Online*, 2(3):1-24.
- Fuentes, C. (2017): *Lingüística pragmática y análisis del discurso*. Madrid: Arco Libros.
- Goffman, E. (2006): *Frame analysis: los marcos de la experiencia*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Kahn, M. E. (2005): «The Death Toll from Natural Disasters: The Role of Income, Geography, and Institutions». *Review of Economics and Statistics*, 87(2): 271-84.
- Lakoff, G. y Johnson, M. (2001): *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.
- Martín, E. (2014): «Describir, explicar, participar en el debate público: la necesidad de la investigación cualitativa». *Arxius*, 31: 85-96.
- Ministerio de Sanidad (2020): *Plan para la transición hacia una nueva normalidad* (en línea). Recuperado de: <https://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/resumenes/Documents/2020/PlanTransicionNuevaNormalidad.pdf>, último acceso 15 de enero de 2020.
- Parsons, C. (2010): «Constructivism and interpretative theory». En D. Marsh y G. Stoker: *Theory and Methods in Political Science*, pp. 75-91. London: Macmillan.
- Sadaba, M. T. (2001): «Origen, aplicación y límites de la «teoría del encuadre» (framing) en Comunicación». *Comunicación y Sociedad*, 2: 143-175.
- Saggu, A. y Anukoonwattaka, W. (2015): «China's «New Normal»: Challenges Ahead for Asia-Pacific Trade». *United Nations. Economic and Social Commission for Asia and The Pacific. Trade Insights*, 11: 1-10.
- Salmon, C. (2008): *Storytelling: la máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Península: Barcelona.
- Sánchez García, F. J. (2009): *Estudio pragmático del discurso periodístico político español: a propósito de los debates sobre el estudio de la nación*. Granada: Universidad de Granada.

Sassen, S. (2007): *Una sociología de la globalización*. Buenos Aires: Katz Editores.

UNESCO (2020): *La nueva normalidad* (en línea). Recuperado de: <https://es.unesco.org/campaign/nextnormal>, último acceso 15 de enero de 2020.

Wehling, E. y Lakoff, G. (2016): *Your Brain's Politics: How the Science of Mind Explains the Political Divide*. Andrews UK Limited.

Zibechi, R. (2020): «A las puertas de un nuevo orden mundial». En AA.VV.: *Sopa de Wuhan. Pensamiento contemporáneo en tiempo de pandemias*, pp. 113-118. Ciudad de la Plata: Editorial ASPO.



La Política en Escala Do: Interconexiones entre la música y la política

Víctor Teraza Chamorro

España: Libros.com

Año: 2020

Páginas: 174

ISBN: 978-8418261480

Por Jesús Sánchez-Rodríguez

Universidad de Sevilla, España

Las estrechas relaciones de la industria cultural con la política ha sido desarrollada por muchos y variados autores, no obstante, *La Política en Escala Do: Interconexiones entre la música y la política* (2020), se distingue en esta línea por presentar un pormenorizado estudio de la música y su interconexión con la política y los movimientos sociales de corte emancipador. Este ensayo realiza el análisis a través de la revisión histórica de tres grandes géneros musicales que han hecho de la política un habitual objeto de sus canciones: el blues, el rock y el punk.

La introducción comienza con la merecida mención a «Strange Fruit», publicada en 1939 y conocida por ser la primera canción abiertamente protesta sobre el racismo de la historia de la música norteamericana. Interpretada por Billy Holiday y basada en un ahorcamiento de dos jóvenes afroamericanos en Indiana, marcó tendencia en las melodías populares con conciencia racial.

En el segundo capítulo, el autor reflexiona sobre la dimensión política del blues, género de música popular, estudiando sus orígenes en los colectivos afroamericanos post-esclavistas, su resistencia cultural durante el Jim Crow, y realizando un repaso sobre el contenido de sus canciones más significativas. El tercer capítulo estudia la incidencia del rock, como impulsor de ideas y deseos, en los movimientos sociales de la contracultura estadounidense que supuso el «movimiento hippie». Tras un repaso a las canciones más emblemáticas y políticas del rock, termina con la referencia de la canción «Won't get Fooled Again» del famoso grupo *The Who*, la cual expresa eficazmente el malestar de la sociedad frente a la corrupción política, las mentiras y los ataques a la libertad.

El desarrollo de la vocación ideológica del punk como categoría musical se ofrece en el capítulo cinco en el cual se define el género en torno a los elementos del caos y la deformación. El autor realiza en este capítulo un estudio de las influencias artísticas previas del punk y explica la vinculación del mismo con el anarquismo y los movimientos de lucha de izquierda.

En definitiva, a lo largo de los cinco capítulos que la componen, esta obra realiza un análisis riguroso de la ideología política del blues, el rock y el punk. La música, como apunta Terrazas en la introducción, «subsiste como nece-

idad social, de libertad expresiva y comunicativa», y examinar su contenido ideológico es fundamental para conocer nuestra historia. El ensayo termina con una reflexión y una declaración de intenciones con la que invita a los artistas a continuar con esa actitud crítica que refleje, a través de las letras y las formas, los problemas, las aspiraciones y los deseos de la población.



Comunicación política. Nuevas dinámicas y ciudadanía permanente

Rubén Sánchez Medero (director)

Madrid: Editorial Tecnos

Año: 2016

Páginas: 442

ISBN: 978-8430968909

Por María Isabel López Palazón y Antonio Cánovas Pinto

Universidad de Murcia. España

Dirigido por Rubén Sánchez Medero, de la URCJ, el elenco de autores que se dan cita en *Comunicación Política. Nuevas dinámicas y ciudadanía permanente* presenta un compendio dinámico y fructífero acerca de las diversas ramificaciones que la obra ofrece.

Así, en un primer lugar, Sánchez Medero nos permite observar un proceso evolutivo que vira desde el ciudadano que inicialmente se incorpora de manera activa en el proceso político e interacciona con el resto de actores directamente gracias a las nuevas redes sociales hasta la *democratización de la comunicación política*, siendo posible generar una mayor movilización e independencia a través de nuevos espacios y canales no convencionales que han permitido la incorporación de nuevos actores. Persiste la influencia de la *mediocracia* de la política exportada desde Estados Unidos, caracterizada por centrar la comunicación en los medios y no en el parlamento, la pérdida de identidad partidista y la primacía del líder, el descenso de la militancia en los partidos o la menor caracterización ideológica de los programas electorales.

La comunicación política se ha convertido en un constante *feedback* entre los partidos (o el partido gobernante) y los ciudadanos, cuyo comportamiento se ha transformado en un *consumismo político* tal que la campaña electoral es más bien algo permanente: los partidos y, más aún, sus líderes, procuran ganar el apoyo ciudadano durante el transcurso de la legislatura y sostenerlo en los comicios, mientras que la identidad partidista desciende por momentos. En suma, el individuo se encuentra *atrapado* en un doble rol a causa de la *mercantilización de la política*: es ciudadano y es consumidor.

En otro orden de cuestiones, Crespo y Moreno exponen cronológicamente la transformación de los efectos de la comunicación política en el comportamiento electoral. Así, si en la primera mitad del siglo XX primó el *conductismo* y la *teoría de la aguja hipodérmica*, el debilitamiento de los factores tradiciona-

les del comportamiento electoral dio lugar a nuevas teorías en la década de 1960, como la *teoría de los efectos mínimos*, la del *priming* o la del *framing*, que se conjugan con la propia evolución de las campañas electorales, que tornan desde activar, reforzar y convertir a los votantes hasta la *personalización de la política*, influida por el estilo estadounidense, pasando por la teoría del *two-step flow of communication*, los líderes de opinión y la influencia de la socialización primaria, los atajos cognitivos, las teorías del malestar o el *storytelling*, teniendo siempre presente a los medios de comunicación y las incipientes redes sociales como actores fundamentales.

La obra se completa de una manera singular con capítulos que versan sobre la ética de la comunicación política, la comunicación de crisis o la comunicación social o *grassroots organizing*. Conjuga, además, cuestiones que involucran a actores como los lobbies y las redes sociales como medios de movilización masiva y comunicativa al alcance de la práctica unánimidad de los ciudadanos.



La Comunicación Política en la era de la mediatización

Antón R. Castromil, María Luisa Humanes y Luis García Tojar (editores)

Salamanca: Comunicación social, ediciones y publicaciones

Año: 2020

Páginas: 248

ISBN: 978-8417600327

Por José Miguel Rojo

Universidad de Murcia, España

A lo largo de ocho capítulos, destacados expertos en comunicación política tratan las más actuales cuestiones de la disciplina con el concepto de «mediatización», tal y como lo analiza Enric Saperas en el primer capítulo, como marco analítico que une todas las aportaciones. La ciberpolítica y la ciberdemocracia, parcelas de lo que José Luis Dader define en este libro como «república digital», nos obligan a reflexionar sobre la nueva ordenación del sistema mediático, cuestión tratada por Luis García Tojar en el capítulo cuarto, pero también renueva, a propósito de las particulares lógicas de funcionamiento de internet, conceptos clásicos como el de exposición selectiva (sobre el que trabaja María Luisa Humanes en el capítulo quinto) o el de *agenda-setting*, que se revisa a partir de la eclosión de los llamados «medios horizontales», un asunto que Iván Soto San Andrés y Antón R. Castromil apuntan en el capítulo segundo en el siguiente sentido: «frente a la oferta restringida de contenidos de los medios verticales —industria periodística tradicional—, los canales horizontales amplían la gama de enfoques y temas a los que los individuos pueden acceder de acuerdo a sus preferencias» (2020: 117). La llamada descentralización informativa crea un ecosistema digital de medios hiperfragmentado en un tiempo que Fermín Bouza denomina en el capítulo sexto como de «telenovelización de la política».

Sin duda, estas nuevas dinámicas obligan a detenerse en prácticas comunicativas especialmente extendidas en la arena política reciente como son aquellas propias del negativismo (comunicación política negativa), debate que remite directamente a las implicaciones éticas y a la afectación que determinados enfoques estratégicos puedan tener sobre la calidad democrática de nuestros sistemas políticos, asunto que ocupa el capítulo séptimo de la mano de Antón R. Castromil.

Finalmente, José Manuel Sánchez Duarte y Raúl Magallón Rosa aportan un broche de oro a la obra centrándose en la dimensión social de la comunicación digital. Los autores examinan conceptos que están centrando recientemente y centrarán en el futuro la investigación académica en la materia: polarización, nuevos lenguajes y códigos digitales, nuevas formas de participación política o desinformación y militancia digital, por citar algunos. Concluyen acertadamente Sánchez Duarte y Magallón Rosa que «la red favorece la creación de guetos homogéneos (...) por la hiper-atención selectiva» y que ello desemboca en una creciente polarización (2020: 239). Lo realmente sorprendente es que aprecian tendencias convergentes derivadas del mundo *online* que homogeneizan la acción digital de partidos políticos y movimientos sociales, por diferentes que sean sus objetivos o culturas organizativas.

Con la lectura de *La Comunicación Política en la era de la mediatización* se accede a una cuidadosa selección de temas y bibliografías que permite aproximarse con rigor a los más importantes retos que la esfera digital plantea sobre el ámbito político. Los cambios en los campos mediáticos, en las agendas y en los instrumentos de participación son solo algunos síntomas de una nueva era.



Fake News, trolls y otros encantos.
Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales.

Ernesto Calvo y Natalia Aruguete

Buenos Aires: Siglo XXI Editores

Año: 2020

Páginas: 237

ISBN: 978-9876299985

Por Patricia María Nigro

Universidad Austral, Argentina

Ernesto Calvo es profesor de la Universidad de Maryland y director del Laboratorio Interdisciplinario para las Ciencias Sociales Computacionales (ILCSS). Natalia Aruguete se desempeña como investigadora del CONICET y profesora de la Universidad Nacional de Quilmes y de la Universidad Austral.

El libro surge de las amplias y variadas investigaciones que, individualmente o en conjunto, realizaron los autores de un tema de actualidad, de

importancia clave para la vida democrática y de una coherencia y claridad, que facilita la lectura del no especialista. Asimismo, sistematiza y ordena con rigor toda la información, basada en trabajos estadísticos y en trabajos bibliográficos esenciales, que nutren también a los y las colegas investigadores.

La obra se estructura en: una introducción y tres partes. La parte I se titula «Usuarios», posee 6 capítulos y, como su nombre lo indica, se centra en las características de los usuarios de las redes sociales que producen el fenómeno de las noticias falsas; la parte II «Encuadres» profundiza en el fenómeno del *framing* y, para esto, lo aplica a dos casos conocidos: la muerte de Santiago Maldonado y el llamado «tarifazo» de la presidencia macrista. La tercera y última parte se llama «Redes» y tiene tres capítulos. En los dos primeros, se analiza cómo funcionan las redes sociales digitales —concentrándose sobre todo en Twitter— en los casos de la elección de Jair Bolsonaro en Brasil y en la discusión sobre el aborto legal, también en la era Macri. Finalmente, se incluyen vastas referencias bibliográficas.

En la «Introducción», Calvo y Aruguete se preguntan cómo se ha pasado de una concepción de las redes como espacios horizontales y democráticos a espacios de conflictos, polarización y distorsiones comunicacionales. Enseguida, plantean la paradoja que todos los usuarios de redes se hacen y que consiste en la pregunta de por qué no podemos dejar de odiarlas (tal vez odio es un sentimiento demasiado fuerte, en este caso) pero tampoco estamos dispuestos a abandonarlas. Así también se reconoce que las redes se han transformado en el principal acceso a las noticias, en un punto de encuentro para la socialización, aunque también en terreno fértil para la discusión y la polarización política, para el enfrentamiento y las mentiras. Los autores señalan que el punto de partida del libro fue explicar cómo funcionan las redes sociales. Miran las redes como productoras de división pero también como motores de reivindicaciones de derechos o de protestas contra las acciones erróneas o injustas de los funcionarios de turno. Es importante destacar que la diferencia de este texto con otros de acercamientos temáticos semejantes es que se basa en la estadística, es decir, se nutre de datos experimentales y combina comunicación, ciencia política y estadística.

El primer capítulo de la primera parte del libro analiza la relación usuario, mensaje y red, a partir de un caso paradigmático. Un seguidor del presidente Trump había visto una foto con micros que creyó eran de partidarios demócratas en las cercanías de una protesta contra el Presidente. Sacó una foto, la tuiteó y acusó a sus adversarios políticos de haber llevado gente a la protesta. Pronto comprendió su error. Se trataba de ómnibus que transportaban empleados de una empresa de software a una conferencia. Quiso enmendar su error pero el tuit que se viralizó fue el primero y por el segundo, que casi pasó ignorado, recibió quejas de los propios republicanos. Este ejemplo les sirve a los investigadores para explicar el concepto de «preactivación» en el pensamiento del tuitero equivocado. Se trató de un caso, muy común en las redes, de «razonamiento motivado», es decir, el que tiende a aceptar evidencia que sostenga nuestras conclusiones previas. Ha sido estudiado ya que los sesgos cognitivos de los seres humanos, muy polarizados por sus creencias previas, parten de las respuestas que creen ya poseer para buscar los datos que las apoyan (sin tener en cuenta las objeciones), al revés de cómo funciona el pensamiento científico, en que se realiza una pregunta de investigación

y se van desechando las respuestas que no la satisfacen, en función de la experimentación y las evidencias obtenidas.

El segundo capítulo se centra en las fake news. Los autores distinguen entre *fake news* (que están políticamente generadas por organizaciones que les dan apariencia de legítimas pero que no pasan una prueba de validez o credibilidad) y las noticias falsas (*false news*), cuyo objetivo no es dañar a un oponente político. Para los investigadores, las *fake news* constituyen un acto de *bullying*. También, en este capítulo, se discute cómo influye la opinión de los que reconocemos como miembros de nuestra comunidad de amigos en los que creemos. Otro concepto introducido aquí es el de troll, entendido como el que busca estratégicamente un cambio en el comportamiento político de su «víctima».

El tercer capítulo de esta primera parte se centra en el fenómeno de la viralización o retuiteo/reposteo/reenvío de mensajes —como mínimo dudosos— mediante las redes sociales. Se parte del concepto de polarización afectiva («...el aumento en la distancia en gusto, odio, asco o alegría...» p. 56). Esto significa que respondemos con un agravio, si el mensaje ofende nuestras creencias o lo hacemos circular, siempre que las refuerce. Obviamente, en este mecanismo, no se tiene en cuenta ningún aspecto racional. Este es afectivo e imperceptible para la gran mayoría de los usuarios.

El capítulo cuarto explica que compartimos tuits no solo por su contenido sino también por la intención afectiva del autor. Compartir mensajes es, en definitiva, un acto afectivo. Leemos en la página 70: «La relación cognitiva y afectiva que establecemos con los mensajes políticos afecta la frecuencia y la velocidad con los que los propagamos». Por ello, la interpretación de esos mensajes se verá afectada por la valoración de la fuente de la que proceden. Hay fuentes que reconocemos como autoridades, porque dicen lo que nosotros creemos que es. En el capítulo 5, se profundiza en el concepto de polarización y se usa como ejemplo el llamado «tarifazo» de la presidencia macrista. Cito de la página 84 una afirmación clave: «Aun cuando es difícil que esos mensajes produzcan cambios en nuestras creencias, sí pueden influir en la percepción de lo que es relevante (agenda setting) y reforzar la idea de una mayor polarización.»

El capítulo 6 estudia cómo nombramos las cosas que nos rodean y universalizamos algunas en desmedro de otras. Usuarios y algoritmos en las redes conforman «el mundo de la vida virtual». Etiquetamos a los diferentes grupos, bautizamos el tipo de interacciones y establecemos expectativas. Un nuevo concepto se introduce aquí «la fusión de agenda», o sea, el proceso por el que evitamos la disonancia social ajustando nuestra conducta a las expectativas de los miembros de nuestra comunidad.

Pasemos a la parte II. Calvo y Aruguete aseveran que compartimos publicaciones de los usuarios conectados con nosotros. El resultado consiste en la «activación en cascada», es decir, en la viralización a partir de nuestros contactos. Otros conceptos que colaboran al desarrollo del encuadre son las «autoridades»: aquellos usuarios que poseen muchos seguidores pero que siguen a pocos, es decir, políticos, grandes empresas o *celebrities* y que, por lo tanto, son muy retuiteados. Finalmente, leemos en la página 120: «Encua-

drar supone definir efectos o condiciones como problemáticas, identificar sus causas, transmitir un juicio moral y promover un remedio o emitir un pronóstico».

El capítulo siguiente estudia el caso Maldonado y se centra en la cobertura mediática y en las redes de los dos meses, en que el joven estuvo desaparecido. Los autores consideran que este caso demuestra que, por más que los políticos intenten controlar la agenda, los usuarios de las distintas comunidades de las redes alteran su intención y se diferencian en sus narrativas. El último capítulo de la parte II vuelve al análisis del caso tarifazo. Los investigadores analizan la brecha de noticias en las redes sociales, cómo manejan sus narrativas los medios tradicionales, el factor algoritmo como filtro de las noticias que consumimos. En resumen, en la página 163, se declara: «Las redes sociales no eliminan los intermediarios tradicionales, los reemplazan por otros».

Parte III. En el primer capítulo se analiza el caso Jair Bolsonaro como *outsider* mediático. Comienza con la explicación del concepto de *astroturfing*, que implica crear la percepción de que hay una comunidad que apoya o se opone a un candidato o a un partido. Este capítulo merece una especial lectura atenta. Los investigadores logran describir el fenómeno político brasileño con estadísticas, con claridad y rigor metodológico. El siguiente capítulo considera a las redes como agentes movilizados de grupos que manifiestan su descontento o su apoyo en las calles mediante una campaña que surge casi «naturalmente» (aun cuando nada es natural en las redes). Se utiliza el caso del movimiento a favor del aborto legal durante el año en que, por primera vez en la historia argentina, pudo debatirse ese tema en el Congreso Nacional.

El libro concluye en el capítulo 12 (el tercero de la parte III). Se realiza un brevísimo resumen de lo tratado y se abre una nueva línea de investigación que se relaciona con el Internet de las cosas. Esto llevará a la entrega voluntaria y no voluntaria de nuestros datos privados a su máxima potencia. Los autores cierran el libro con una mirada esperanzada que convoca a salir de nuestras burbujas informativas y a conocer lo que sucede en las otras. Para esto, ejemplifican con temas que despolarizan la red como el problema de la violencia de género.

La lectura de este texto no se agota para nada en una breve reseña. Es encomiable el trabajo de investigación pero también de transmisión de los saberes que realizaron sus autores. Cierro con las últimas líneas del libro (pp. 227-228): «Si hiciéramos el ejercicio de observar nuestro muro y ver qué mensajes políticos reciben mayor exposición, quizá descubriríamos que todos somos trolls. Los mensajes políticos más retuiteados, con toda probabilidad, serán los más sarcásticos, punzantes y entretenidos. Nuestra propia violencia, por tanto, está sobrerrepresentada en los datos que surgen de las redes sociales». La esperanza está en que la red cobre más fuerza para enfatizar nuestros acuerdos y las causas justas para todos y todas. Depende nada menos que de nosotros.

Las opiniones vertidas en los artículos y otros trabajos publicados en la Revista Más Poder Local, y en la web de la misma, son de exclusiva responsabilidad de sus autores, así como la credibilidad y autenticidad de sus trabajos. Se ruega a los autores que especifiquen los posibles conflictos de intereses y adopten un comportamiento ético en su proceder. EL equipo editorial de la Revista y la Asociación ALICE declinan cualquier responsabilidad sobre posibles conflictos derivados de la autoría de los trabajos que se publican en la misma. Los autores pueden encontrar información detallada sobre las normas de publicación en las páginas finales de cada número y accediendo a la página web de la revista.

The statements and opinions expressed in the articles published by Más Poder Local Magazine and its website are the sole responsibility of the author(s), as are their credibility and authenticity. Authors are requested to inform us of any possible conflicts of interest and to adopt ethical behaviour. The Magazine's editorial team and the ALICE Association accept no liability for possible conflicts or problems resulting from articles published in the journal. Authors can find detailed information about our publication guidelines in the final pages of this issue and on the journal's webpage.



El contenido es de acceso abierto bajo la licencia Creative Commons. *This is an open access article under the CC BY license.* <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>