

Depósito legal: ppi 201502ZU4635

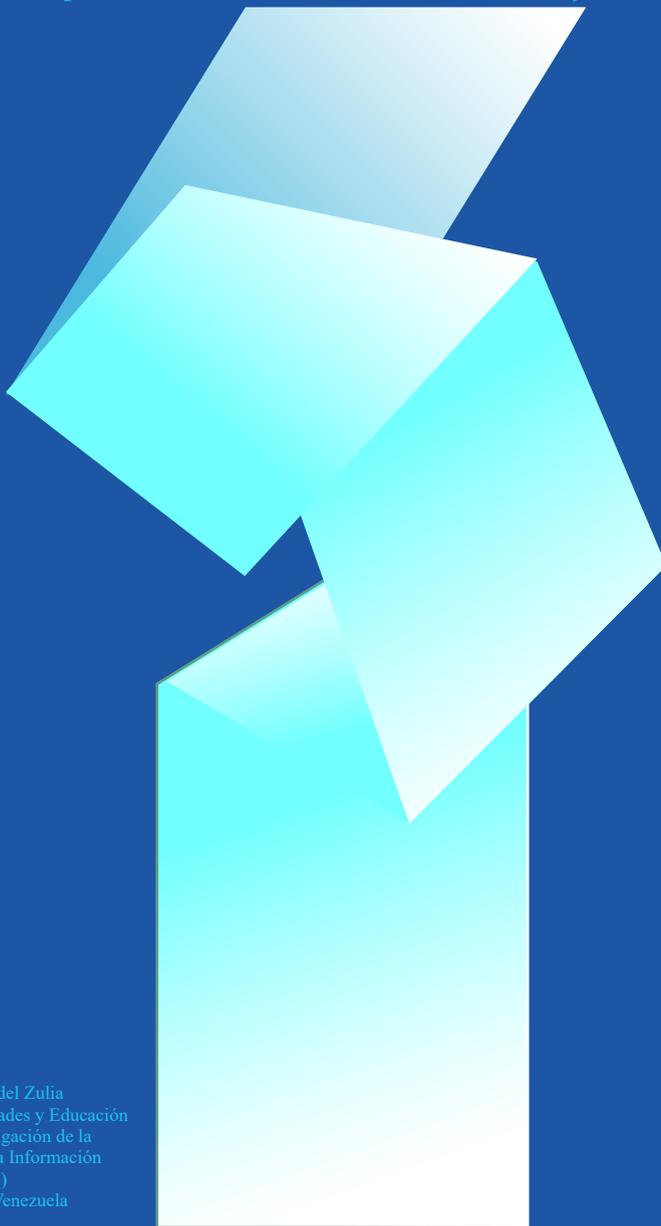
Esta publicación científica en formato digital es continuidad de la revista impresa

Depósito Legal: pp 200402ZU1627 ISSN:1690-7582

QUÓRUM

ACADÉMICO

Revista especializada en temas de la Comunicación y la Información



Universidad del Zulia
Facultad de Humanidades y Educación
Centro de Investigación de la
Comunicación y la Información
(CICI)
Maracaibo - Venezuela



La comunicación política como espacio de enunciación: elucubraciones derivadas de la puesta a prueba en un gobierno local

*Steven Bermúdez Antúnez*¹

Resumen

Este ensayo recorre, a través de mi experiencia, un trayecto en torno a la comunicación política como campo de enunciación pública. Para ello se acude a reflexionar sobre su papel en las democracias occidentales, los tipos básicos desde donde ella opera y las características más resaltantes que le adjudico. Todo ello, visto a través de una experiencia en un gobierno local en Venezuela. Al final, dadas las urgencias históricas, el artículo se dirige hacia la necesidad de creación de otro tipo de comunicación política: la desafiante. Esta tendría como centro (sin descuidar lo aportado desde visiones ya asentadas en este campo) encontrar los canales semiódiscursivos para poder enunciar la comprensión y resolución de nuestros «núcleos problemáticos» históricos.

Palabras clave: Enunciación, comunicación política, gobierno local, democracia occidental, discurso político.

Recibido: Julio 2022 – Aceptado: Agosto 2022

1 Profesor e investigador titular de la Universidad del Zulia, Doctor en Ciencias del Lenguaje y la Literatura por la Universidad Complutense de Madrid. PEII C (máximo nivel) por el Ministerio del Poder Popular para la Ciencia, la Tecnología e Innovación. Premio Regional de Periodismo Alternativo 2017 y Premio Regional de Periodismo de Investigación 2019. Email: sbermudez37@gmail.com



Political communication as a space of enunciation: lucubrations derived from testing in a local government

Abstract

This article shows, from my point of view, political communication as an enthusiastic field of current sociopolitical enunciation. For this purpose, it reflects on its role in western democracies, the basic types of communication it operates from and the characteristics they entail. All this passed through the filter of an experience deployed in a local government in Venezuela. Lastly, I conclude that it is necessary to build another type of political communication (challenging). The challenging political communication would have as its center of the contributions established by other fields, but find the semiodiscourse channels with which to build the understanding of our "problematic nuclei".

Keywords: Enunciation, political communication, local government, western democracy, political discourse.

1. Introducción

Lo primero que advierto es que las ideas siguientes son un producto modesto sobre una tarea que requiere de más aliento. De allí que estos planteamientos solo ofrecen un resultado inicial ante un asunto más complejo y que merece una atención de mayor esmero. Espero terminar de recorrer ese camino en breve.

Hasta hoy, desde Occidente, se sigue insistiendo y promoviendo el empecinamiento de que la democracia liberal² es el mejor sistema de gobierno al que puede aspirar toda sociedad y en todas partes. En este caso, sería el "mejor de los mundos posibles", siguiendo al filósofo alemán Gottfried Leibniz. Su principio fundamental en cuanto a que sean los ciudadanos quienes, a través elecciones "libres" y "transparentes" escojan y deleguen, se postula como regulador y evaluador sistemático de la eficacia de este tipo de régimen. Sin embargo, estas sociedades de la "representatividad democrática" no pueden ocultar sus limitaciones:

2 Hasta ahora, es el único "tipo" de democracia que podemos encontrar que se ha sedimentado plenamente en los países occidentales

"Estas limitaciones *fácticas* se relacionan con la solidificación burocrática de la política en el modelo elitista de la democracia. La gestión política del Estado le ha sido confiada a políticos profesionales agrupados en partidos y sólo acepta la participación política ciudadana en la forma del voto, cualquier otra forma de participación, en este modelo, es inimaginable, caótica y destructiva" (Aguirre Silva, 2019).

Es así como, por un lado, los grupos de poder se intensifican, se reorganizan, se concentran y sus intereses distorsionan otro principio que también debería atenderse en toda democracia: privilegiar el bien común de las mayorías (sin aplastar a las minorías). Es así como, tanto las élites políticas como las económicas (ya sean nacionales o internacionales), actúan como consolidados grupos de presión, siempre anteponiendo sus intereses por encima de todo lo demás. Por otro lado, la representatividad ya no alcanza para mantener el vínculo entre representado y representante. Por el contrario, lo que se ha visto es un paulatino alejamiento pragmático, ético y político entre ambos. Por eso, dichos principios (elecciones, representatividad e intereses de las mayorías) pueden ser necesarios, mas no ya suficientes para estar satisfechos con los regímenes democráticos actuales.

En Venezuela, por ejemplo, con motivo de la Constitución de 1999, se hizo también constitucional no solo la aceptada democracia "representativa", sino que se añadieron otros principios con igual fuerza y obligatoriedad de concurrencia: la democracia "participativa y protagónica". Esto último supone que el Estado, como forma política organizativa, debe abrir un amplio espacio de oportunidades para que el ciudadano tenga mayor control e intervención (de modo directo) en sus decisiones. De allí las diferentes formas de "participación" que se han ido configurando en el sistema jurídico: los diversos tipos de referendos, las asambleas de ciudadanos, los consejos comunales como primera unidad político-administrativa de los territorios locales, los Consejos Locales de Planificación, la obligatoriedad de someter al debate público las nuevas leyes; por nombrar solo algunos casos. La "democracia participativa y protagónica" debe y tiene que estar transversalizando toda la gestión del Estado. Ese es el espíritu de la letra constitucional. Estas nuevas exigencias de la *política* en nuestro país exigían enfrentar los modos en que los sujetos históricos lo puedan hacer y rehacer desde *lo*

*político*³. Es allí donde la "comunicación" entra en escena.

Un gobierno cuya identidad esté enmarcada como «democrática» (sea cual sea su orientación ideológica) requiere de eficaces mecanismos, acertados recursos y específicas estrategias comunicacionales con las que interactuar con sus gobernados. Los contenidos derivados de esta acción se dirigen, por una parte, a que la ciudadanía posea información de la gestión de gobierno y tome postura frente a ella. El conocimiento de lo que el gobierno hace no solo debe emanar de los medios como espacios intrínsecos de la información social de interés, sino que los propios gobiernos requieren de impulsar rutas a través de las cuales sus ciudadanos puedan conocer los marcos que determinan la activación de las decisiones políticas emprendidas. Por otra parte, también se persigue lograr que la sociedad, en general, "comprenda" y "acepte" una decisión política determinada (traducida en política o gestión de gobierno). Esto último es clave para la gobernabilidad. Entonces, comunicar en democracia (y comunicar bien) se convierte en un compromiso ineludible y una necesidad política imprescindible.

A pesar de su muy antigua presencia en la vida de las sociedades, con el devenir de la expansión de los medios de comunicación (los viejos y los nuevos) ha escalado a un sitio de atención admirable nunca antes percibido. Estas reflexiones solo persiguen mostrar la encrucijada y los retos teóricos, metodológicos y prácticos a los que me enfrenté al procurar el sometimiento de un gobierno local a los parámetros que se desprenden de accionar (deliberada y explícitamente) la comunicación política como la ruta de producción de sentidos para la buena gobernanza.

Como se desprende de lo expuesto hasta aquí, he restringido mi exploración de la comunicación política solo al campo en que se manifiesta entre dos actores sociales: gobernantes y gobernados; es decir, la entendida como "comunicación de gobierno". Sin embargo, está claro que su ámbito de actuación es más fecundo, vasto y abarca más actores, escenarios y propósitos. Entonces, sin aspirar a imponer una mirada restrictiva, dejo en claro que, dado que fue en ese campo en donde desempeñé mi experiencia, será sobre ese ámbito (la comunicación de gobierno) desde donde realizaré las afirmaciones que siguen.

3 En esta reflexión, estoy echando mano a la perspectiva de Chantal Mouffe (Mauffe, 2007). Parafraseando y resumiendo a la autora, «la política» se constituye a través de las prácticas que crean y mantienen un tipo de organización social. Para ello, la vía más recurrida es a través de la instauración y mantenimiento de instituciones. Por lo contrario, «lo político» es el campo de la disputa social y debate público, el cual genera o transforma «la política».

2. Reflexión

2.1. Sobre las definiciones y las disputas

La política no opera sin interacción, sin intercomprensión, sin sujetos comprometidos e interconectados en el intercambio de perspectivas del momento histórico que pretenden controlar. Es por ello por lo que la política se materializa, principalmente, a través de prácticas discursivas que actúan para dar forma (sentido) a los eventos que reconfigura. Como sabemos, lo que pasa en el mundo no cobra orientación alguna hasta que no ha sido dispuesto sobre un andamiaje discursivo. En política, el discurso (como lo fijaré más adelante siguiendo a Ernesto Laclau) no puede ser pensado solo como producción verbal y sus entornos de manifestación. Ciertamente es una parte importante y central, pero está lejos de ser su totalidad. La pregunta que surge aquí, entonces, es: ¿en qué medida se sincroniza esta sujeción entre política y comunicación? Puede haber varias respuestas. Voy a concentrarme en estas:

- 1) Los sistemas políticos, dentro de los valores democráticos, requieren del diálogo, la escucha y las mediaciones de los contextos (como principios éticos insoslayables) entre los agentes participantes. Esto supone un diálogo que logre mantener la disputa dentro del respeto a los límites.
- 2) Tanto "la política" como "lo político" (Laclau, 1987; Mouffe, 2009) solo son posibles por y en tanto hay comunicación. Esto es así dado que, tanto una como el otro, se estructuran en las incesantes luchas de puntos de vista entre quienes reconocen lo común en lo público: "¿cómo emerge el bien común de la pluralidad de individuos libres y autodirigidos? Mediante el debate abierto de las opciones políticas que los aspirantes a líderes presentan a los ciudadanos" (Castells, 2009: 257).
- 3) La comunicación posibilita que se conozca (realmente) a los que están adheridos a las mismas perspectivas, a los que defienden las contrarias (adversarios) y a los que no comparten ninguna posición. Esto ocurre, directa o indirectamente, cuando se participa en el debate público.

- 4) Solo a través de la comunicación se pueden conocer y entender las demandas sociales y saber cómo se gestionan su atención y sus soluciones.

Frente a lo anterior, se me impone una dimensión definitoria para la comunicación política. Considero que elegir una delimitación de este concepto recorre dos vías alternativas: una, resolver sobre cuál de los dos componentes ("comunicación" y "política") se hará mayor énfasis. Dos, comprender cómo cada una de estas dimensiones se ubica en un nuevo territorio, pero donde ambas aportan y, a vez, ensanchan su singularidad. Yo optaré por esta segunda opción. Frente a las variadas definiciones orquestadas (Reyes, María; O'Quinn, José; Morales y Gómez, Juan y Rodríguez, 2011) seleccionaré la más útil para mi propósito. Además, marcaré en cursivas las palabras clave de esta definición: la comunicación política es un proceso de *interacción* (intercambio) entre *participantes* de un *sistema político* (gobernantes, instituciones, ciudadanos, partidos políticos, grupos sociales y medios) en el que el *discurso* producido (como un todo estructurado) tiene la finalidad de *articular y posicionar* ciertos sentidos (políticos) en función de obtener, mantener o contener un poder (político).

Figura 1: Categorías claves de la definición

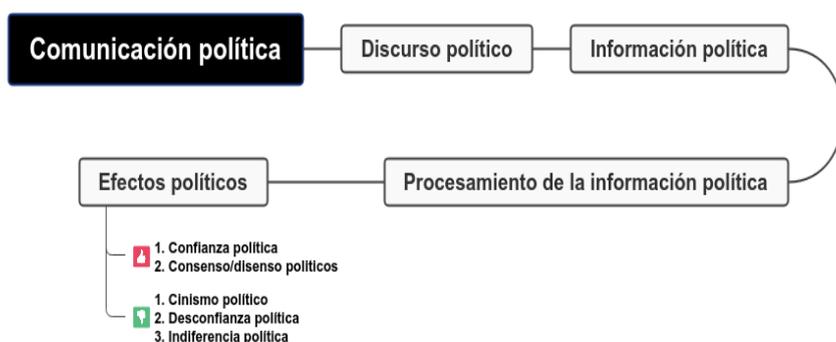


Fuente: Bermúdez (2022)

La definición anterior convoca, a su vez, a proponer un modelo a través del cual se pueda engranar este proceso. Para ello me fue útil verlo a través de la metáfora de *la cascada*. A saber: toda comunicación política se materializa en los discursos (en un sentido amplio) dados en condiciones de producción específicas para ser, socialmente, distribuidos bajo, también, específicas condiciones. De los discursos, la gente selecciona la información

que le interesa, dado que, en política, no todo lo expuesto es aceptado por los receptores. Posteriormente, los sujetos deciden y filtran lo seleccionado a través de sus marcos (valores, creencias, ideología). Una vez procesada la información (aislado lo que se rechaza de lo que se acepta), se producen los diferentes efectos políticos (aptitudes) posibles con los que cada sujeto o grupo se posiciona en cuanto a su acción pública⁴: positivos (confianza y buscar consensos/gestionar disensos políticos) o negativos (cinismo, indiferencia y desconfianza políticos). Tendríamos una secuencia como la siguiente:

Figura 2: Secuencia de la comunicación política



Fuente: Bermúdez (2022)

2.2. La experiencia en un gobierno local: un modelo de trabajo en comunicación política

En este contexto, en febrero del año 2018, inicié un reto profesional: acompañar, sobre la base de mi formación académica previa, a un equipo de trabajo en los desafíos comunicacionales que se planteaba una Oficina de Comunicación e Información de una alcaldía en el estado Zulia (occidente de Venezuela). Para ese entonces, en lo que a mí respecta, había dedicado bastante esfuerzo como investigador a analizar el comportamiento discursivo de los medios, sobre todo, el periodístico. En general, me sentía que ha-

4 En ningún momento debe interpretarse este recorrido como irrenunciable, unidireccional y rígido. Por el contrario, no pretende ser más que un modelo flexible con el cual se intenta, teóricamente, ilustrar las diferentes capas de un proceso complejo.

bía transitado un interesante camino en cuanto a ese campo y (creía yo) esa era mi principal fortaleza. En lo personal, esta nueva responsabilidad la asumía desde una dimensión que denominé "academia aplicada", la cual defino como una labor que se lleva a cabo a partir de la aplicación o implementación de conocimientos adquiridos, desarrollados y fortalecidos a lo largo del desempeño académico. Específicamente, en la identificación y resolución de problemáticas que son el objeto de las políticas públicas. Salvando las distancias y la opción ética, sería algo así como los *Think Tank*⁵ anglosajones (lo que puede traducirse en español como *laboratorios de ideas*), pero en su acepción originaria.

Lo primero que el equipo al cual me incorporé debatió fue desde dónde íbamos a asumir la comunicación que nos planteábamos desplegar. Concordamos en que la oficina no debería restringir sus esfuerzos a la comunicación institucional (tal como se conoce). La opción fue dar un salto cualitativo y cuantitativo considerable. Fue atrevernos a enfrentar el diseño y puesta en acción de un proyecto comunicacional que se abordará como reto desde la comunicación política. Por lo general, todas las instituciones gubernamentales en Venezuela, en lo que respecta a esta área, se conforman con desarrollar las simples rutinas periodísticas para la difusión de sus actividades de gestión. En la actualidad, con la irrupción de las RR. SS., se concentran en inundar con entradas, *tuits* y *reels* sobre cualquier mínima acción realizada. Entonces, ¿por qué arriesgar la zona de confort de lo conocido y lo repetido para involucrarnos en una empresa metodológicamente más cuantiosa?

Para asegurarnos la vía de acción, lo primero enfrentado fue definir el marco en que se produciría la comunicación política. Nuestra revisión y discusión nos llevó a asumir una postura frente a ella y su modo de tratarla. Es así como decidimos pensarla como un fenómeno envolvente. En la acción política (y más en la acción de gobierno) **todo** comunica: *logos*, *ethos* y

5 Los *think tank* (o en español "laboratorios de ideas") son organizaciones de reputados académicos que surgen después de la Segunda Guerra Mundial. Principalmente, en el mundo anglosajón. Su finalidad se concentra en investigar a fondo problemas sociales o políticos de alta complejidad para ofrecer alternativas de solución e influir en la toma de decisión en cuanto a las políticas públicas correspondientes a dichos problemas. Como es de suponer, la elección ideológica de sus participantes tiene una fuerte incidencia a la hora de decidir estas alternativas. Para profundización del tema, consultar: McGann, J. G., *Think tanks and policy advice in the US: academics, advisors and advocates*, Routledge, London ; New York, 2007 y Weaver, K., "The Changing World of Think Tanks", *Political Science and Politics*, Vol.22 (Nº3), 1989, p. 563-578.

pathos. Esta premisa quedaba reforzada al asumir la propuesta posmarxista de "discurso" de Ernesto Laclau (Laclau, 1987; 2004); asimismo, la teoría de la discursividad social (visión sociosemiótica) de Eliseo Verón (Verón, 1987; Verón, 1993; Verón, 1994). Me interesaron estos pensadores porque, desde sus perspectivas teóricas, han entregado un repertorio de ideas para entender la participación del discurso en la política valioso y todavía poderosamente vigente.

Laclau (1987; 2004) aportó un laborioso entramado teórico para entender que el poder político se adquiriría a través de la conquista de la hegemonía y esta, a su vez, en cuanto a su concreción dentro de las prácticas discursivas. Para él, la lucha política se da por la instauración de la capacidad de hacer prevalecer significantes con significados nunca cerrados, por lo que el cisma entre lo lingüístico y lo no lingüístico no tiene cabida. Pensemos en estos momentos, por ejemplo, en la articulación de significados llevada a cabo con el significante "derechos humanos" por parte de los actores políticos occidentales. En definitiva, en la relación social donde la política media, el discurso que la enuncia (que la estructura) está constituido por todos los participantes (verbales y no verbales) que intervienen en ese circuito de interacciones. La comprensión de este tipo de discurso supone discernir la estructuración de su orden, los modos de su intervención y la finalidad de sus participantes.

En el caso de Verón (1987), su teoría de los discursos sociales se presenta con un grupo de premisas, la cual se resume en considerar que todo sentido es social y que todo lo social tiene sentido. Por tanto, el análisis de la semiosis social es el análisis de los fenómenos sociales en tanto y en cuanto procesos de producción de sentido. La posibilidad de todo análisis descansa sobre la hipótesis según la cual el sistema que produce deja su huella en los objetos producidos y que aquel puede ser reconstruido a partir de una manipulación de estos. Así, analizando lo producido, alcanzamos a los procesos que los produjeron. Para Verón (1987), la producción de sentido es discursiva porque en la discursividad el sentido manifiesta sus determinaciones sociales y los fenómenos sociales develan su dimensión significativa.

Ahora bien, este espeso marco teórico posibilitaba enfrentar un modo de comunicación política distinto a la visión de marketing recalcitrantemente extendida del mundo anglosajón (Martín Salgado, 2002; Maarek, 2009;

Baena Paz, 2012; Herrero, 2019). Sin embargo, no nos ponía en un camino exento de paradojas. Una cosa es aceptar que en política todo comunica y otra la posibilidad material y práctica de que todo pueda (o deba) ser comunicado. En el plano existencial, los actores sociales singulares (sean sujetos o instituciones), ubicados en un desempeño político determinado, no pueden o no tienen capacidad para comunicarlo todo. La comunicación política (como cualquier otra) se materializa a través de un acto de enunciación finito, que requiere, pide y exige organización y elección limitados. A pesar de ello, con cada acto singular de comunicación emprendido y que se pone a circular en la sociedad, sus receptores (sean prodestinatarios, paradesinatarios o contradestinatarios⁶) lo reciben como totalidad comunicacional envolvente. Esto es así porque, en política, tienen preponderancia el *ethos* y el *pathos* como regiones de mayor relevancia comunicativa. Para estas zonas, en primera instancia, no suelen preocuparse sino por la totalidad de lo percibido.

2.3. La ruta metodológica para un plan de comunicación política

Con todo lo anterior a cuestas, nos dedicamos a la tarea de diseñar un plan que orientara el despliegue comunicacional de la institución. Lo central fue pensarlo desde el control epistemológico presentado en la figura 2. Me gustaría ofrecer ahora, muy brevemente, en qué consistió cada uno de los aspectos incorporados al esquema. Ahí se pueden detectar cada uno de los contenidos seleccionados en relación con el propósito planteado. Para aumentar la precisión del trabajo, hubo el apoyo en preguntas claves como:

- ¿Quiénes son los responsables del mensaje?
- ¿Cuál es el clima emocional del territorio?
- ¿Qué está, políticamente y comunicacionalmente, en juego?
- ¿Con quiénes queremos conectarnos?
- ¿Cuál es el mensaje más apropiado según los propósitos?

El esquema surgido fue el siguiente:

6 Estas categorías las ofrece Eliseo Verón (1987). Resumido, se entienden así: el destinatario se concibe como aquel para quien se produce el mensaje. El paradesinatario, aquel que lo recibe de modo contingente. El contradestinatario se refiere al receptor que, por diversas razones, estaría originalmente en desacuerdo. 11

- a) **Marco introductorio:** aquí se declararon las razones por las cuales era imperante actuar sobre la base de un plan. Nuestra exploración del estado del arte había dado como resultado la poca o casi inexistente práctica institucional al respecto. También se anunció, *grosso modo*, los retos ante la situación en que se encontraba el espacio sociocultural en el cual se pretendía incidir. La pregunta orientadora que estuvo presente fue: ¿por qué es necesario (se justifica) este plan?
- b) **Identificación del contexto situacional:** en este momento se dedicó a examinar, con detalle y profundidad, la situación del espacio social de los sujetos sociales y sus relaciones, su historia inmediata y los problemas locales (sociales, ambientales, económicos, culturales). La concentración se volcó a esos (los más urgentes), a los cuales, este plan, debía enfrentar. Sobre todo, interesó determinar el clima emocional más recurrente que se podía detectar en el territorio y, desde él, qué había que introducir.
- c) **Ocho principios orientadores:** aquí pusimos sumo cuidado en cuanto a asentar bien las bases conceptuales para el trabajo. Con estos principios marcamos los límites teóricos, metodológicos, técnicos y éticos del modelo de comunicación que se iba a acoger. Los «límites» pertenecían a ámbitos tan diversos como la historia, las ciencias políticas, el análisis del discurso, la filosofía, el análisis antropológico-cultural, el periodismo, la gestión pública, etc.
- d) **Dos objetivos generales:** se decidió trabajar en dos objetivos. Sin embargo, está claro que la cantidad y la elección surge a partir de cada realidad particular. Como todo objetivo(s) dentro de un plan, su manifestación busca precisar metas aspiradas y alcanzables, en consideración al marco situacional para el cual ha(n) sido formulado(s).
- e) **Cuatro estrategias generales:** como sabemos, las estrategias marcan las lógicas que aparecían como más favorables para obtener los objetivos. Por eso representan el cómo y a través de qué se quiere obtener ese algo que debería seguirse para conquistar los objetivos.
- f) **Dos ámbitos de aplicación:** estos ámbitos pueden considerarse como los niveles propios del accionar. Estaban constituidos por dos líneas de acción y de estas últimas se concretaban en planes de acción

específicos.

Figura 3: Esquema desarrollado para el plan comunicacional general



Fuente: Bermúdez (2022)

2.4. Los tipos de comunicación política según los desafíos en la disputa política

Si algo podría objetarse a estos anhelos iniciales, luego de haber obtenido el producto del proceso anterior, fue el hecho de que, al momento de pensar su implementación con decisiones singulares (llevadas a cabo a través de "planes de acción"), no se lograba su pleno o continuo desarrollo. Una revisión exhaustiva mostró que dos límites aplicaban en estos casos: por una parte, ocurría que se le otorgaba preponderancia a las coyunturas políticas con acciones de emergencias, en contra de las acciones planificadas. Y esto ocurría antes de valorar si tales "coyunturas" eran o podían llegar a ser una "crisis comunicacional". Por otra, los decisores solían imponer sus "ocurrencias" (en cuanto a acciones comunicacionales) basadas en necesidades singulares o en intuiciones sin fundamento empírico. Lo cierto es que ambos comportamientos surgían como interruptores de los procesos comunicacionales planificados estratégicamente con anterioridad.

Todo lo anterior generaba que el desafío era no solo el hecho de enfrentar la planificación a partir de prever varias alternativas (un plan A, B, C, etc.). Eran también los *vaivenes* menos catastróficos, pero con igual inciden-

cia y que, al final, empujaban al incumplimiento y a la falta de acatamiento de lo previsto. Ciertamente, el impacto que tiene (en toda su magnitud) la incertidumbre no puede soslayarse. Esto no quiere decir que no se evaluara con antelación cuáles eran los elementos controlables y cuáles no. Más era el descubrimiento de la escasa comportamiento político ante el acatamiento de lo planificado. Por tanto, y partiendo de la evidencia con la confrontación empírica, pude evidenciarse que la comunicación política (dependiendo de las oportunidades, factores, variables, intereses y propósitos) se podía desarrollar dentro de estas fronteras:

2.4.1. La Comunicación Política Táctica (CPT): atender las contingencias, pensar en inmediato

Es un tipo de desarrollo de la comunicación política que se caracteriza por los continuos ajustes de las elecciones comunicacionales. Esto se hace con el fin de atender situaciones inesperadas o cambios repentinos. Sería análoga al comportamiento propuesto por Patrick Cadell (el experto en opinión pública de expresidente estadounidense, Jimmy Carter) con su noción de «campana permanente». Aquí correspondería pensar en comunicar desde «la crisis comunicacional permanente». Así, la comunicación táctica supone poner, en primer plano de atención, cada evento en sí mismo y, en el marco de su control inmediato, se producen acciones comunicacionales que lo domestique y aquiete. Tiene, por tanto, un enfoque parcial. Por ello:

11. Se desarrolla a través de soluciones dominadas por las contingencias; esto es, por lo que va sobreviniendo en el devenir de las dinámicas en que se encuentran involucrados sus participantes. Sobre todo, en aquello que los agentes sociopolíticos valoran como urgentes. En definitiva, solo se enfoca en superar (sea como sea) "coyunturas tras coyunturas".
2. Su lugar de enunciación son las necesidades, impresiones o evaluaciones inmediatas de quienes tienen el control sobre la política comunicacional que se despliega.
3. Dado lo anterior, es una práctica comunicacional reactiva: se propone con posterioridad a los embates de los procesos a los cuales quiere enfrentar, en tanto se interpretan como antagonicos o contrarios a los objetivos pensados.
4. Es una comunicación que procura contener los efectos generados de otros procesos comunicacionales antagonicos. De allí que sus produc-

- tos no busquen transformar ni instaurar nada, solo evitar los desbordamientos.
5. Sus objetivos son limitados dada la mera dimensión de ajuste con la contingencia sobre la que se enfoca.
 6. Da como resultado respuestas muy locales a problemáticas harto específicas.
 7. Busca tener un efecto a corto plazo. No se apega a un plan al cual dar prosecución ni tiene en la mira alcanzar metas superiores y globales.
 8. No es sistemática, esto es, las acciones implementadas no están previstas con una línea de desarrollo semiótico definido con anterioridad. Por eso puede ser sustituida según se considere su efectividad o no. Es necesario no confundirse: lo anterior no anula su innegociable rigurosidad. Por tanto, debe apoyarse en un alto escrutinio en la selección de los mecanismos, las rutas que mejor respondan y de cómo estas podrían atenuar o anular las prácticas a las cuales se enfrenta.
 9. Da poco margen para la evaluación. Esto se debe a que no se puede calcular el todo (no hay un todo), sino solo los fragmentos producidos. Se valora en función de que sea útil. Los niveles de impacto únicamente deben satisfacer la instrumentalidad del fin. Por eso se agota en su aplicación.
 10. Su articulación presenta un muy bajo nivel de cohesión. Esto se debe a que como se responde a cada acción antagónica de modo aislado, conlleva a que cada respuesta sea vista en función de las prácticas antagónicas específicas a que se quieren enfrentar y no dentro de una visión más holística.
 11. Sus niveles de efectividad son directamente proporcionales con la dirección de trabajo con que se desarrolla: requieren de una metodología y técnica de acción en revisión constante, diseño y aplicaciones instantáneos, niveles de alerta rápidos, equipos de trabajos en constante intercambio, contacto, reunión, discusión y debate.

2.4.2. La Comunicación Política Estratégica (CPE) en diez posturas caracterizadoras

La CPE se desarrolla a contracorriente de la táctica. Aunque pueden correr en paralelo, en cuanto a búsquedas y metas, son procesos accionales discrepantes. La visión de estrategia dentro de esta comunicación se configura como "perspectiva y visión", tal como la plantea Pérez González (2001). En esa medida, se compromete con las siguientes causas:

- 1) La CPE parte de analizar, cuidadosamente, la situación (material y simbólica) en la que será implementada.
- 2) Selecciona problemas para modificar su percepción. Esta incidencia puede estar dirigida a influir, contener o mantener las actitudes políticas de los ciudadanos hacia eventualidades específicas.
- 3) Se hace de forma sistemática sobre metas y acciones que, se suponen, son las más óptimas.
- 4) Es así como la CPE busca alcanzar una visión ideal de cómo generar efectos de sentidos compatibles con la visión que se desea posicionar.
- 5) Se elabora considerando la situación en que se quiere incidir y su impacto a corto, mediano y largo plazo.
- 6) Se concentra en lo importante. El surgimiento de lo urgente es domesticado a través de los nudos centrales que lo importante impone.
- 7) Establece, con claridad, cuál es el estado deseado al cual se pretende alcanzar y, a partir de la evaluación situacional en que se produce la comunicación, selecciona los nudos articuladores que desarrollará para acercarse a él.
- 8) La evaluación es un ejercicio permanente que permite los reajustes debido a las contingencias.
- 9) Trabaja afanosamente por mantener la cohesión entre los objetivos planteados, las rutas metodológicas elegidas, los productos desarrollados y la verificación de los efectos obtenidos.
- 10) Es cuidadosa de constatar la efectividad (los efectos causales) sobre la recepción. De allí que la atención y estudio (investigación de campo) de las consecuencias sobre sus resultados es un pilar fundamental para medir los niveles de satisfacción de las metas.

2.4.3. En busca de la comunicación que está perdida: la Comunicación Política Desafiante (CPD)

Las anteriores caracterizaciones solo pretendieron realizar un boceto de las demandas con las que pulsean estos tipos de comunicación política. Como puede notarse, cada una supone un tipo de planificación, de seguimiento y de cálculos racionales. Su cuidada elaboración e implementación es el único itinerario, desde cada marco, para su éxito. No obstante, pienso que puedo vislumbrar una tercera forma de enfrentar comunicación política, sobre todo, de un gobierno que busque superar (en lo deseable) los límites de la democracia liberal burguesa. Propongo sea una que tome lo más provechoso de estas dos, pero que se sostenga en una ruta epistémica y teleológica aparte. Que se pueda erigir sobre la base de una enunciación pensada de y para enmascarse del marketing y del interés mezquino por el poder.

En 2013, el filósofo crítico boliviano Juan José Bautista (2014) lanzó una pregunta que tenía aroma de reto al pensamiento latinoamericano. Su respuesta podría resultar incómoda, según la posición simbólica desde donde se ubiquen. Bautista (2014) declaraba que la preponderancia para que Latinoamérica logre repensarse está en enfrentar los "núcleos problemáticos contenidos en nuestra propia realidad" (Bautista, 2014: 12). Al respecto, apuntaba que estos se concentraban en "la especificidad del problema del subdesarrollo, la dependencia, la opresión, el colonialismo, la miseria, la ignorancia, la negación, el sufrimiento y la exclusión latinoamericanos" (Bautista, 2014: 12).

Así las cosas, si se quiere intentar la edificación de otra comunicación política, esta debería ser desafiante (CPD). Una que pueda proponer modos de enunciación con que dar sentido y comprensión a estos nudos críticos. Para ello se requiere convocar a la política (lo instituido como instituciones) y a lo político (lo instituyente en la imaginación radical) como componentes enunciativos, tomar estos irresolutos "núcleos problemáticos" para escudriñar sus estados de significación y avanzar en compromisos que los devuelvan a nuestro debate político.

Por ejemplo, con el regreso de gobiernos conservadores a muchos países latinoamericanos (el Brasil de Bolsonaro, la Colombia de Duque, la Argentina de Macri, el Ecuador de Moreno, el Chile de Piñera, el Uruguay de Lacalle) se reinsertó la insistencia de convencer de que el único espacio del decir político es el que se administra desde los EE. UU. y sus intereses. Por ello, esos "núcleos problemáticos" expuestos por Bautista (2014) eran sustituidos por otros significantes, aquellos que justifican y sedimentan

el entramado simbólico neoliberal. Ahí está el significante "Alianza del Pacífico" o la agenda que propone siempre EE. UU: "la migración", "la seguridad", "el narcotráfico", "la defensa de los derechos humanos" o "el intercambio comercial", etc. Siempre expuestos y narrados como eventos del devenir y nunca como lugares de enunciación contenidos por sus propias causas y efectos.

De allí que, no solo en Venezuela, sino en nuestros países latinoamericanos, los procesos de representación de la comunicación política tienen que ser además de estratégicos, también (y poderosamente) desafiantes. Esto es, a la comunicación estratégica (irrenunciable) hay que anexarle otra capa. Significa hurtar lo aprendido de la comunicación estratégica (impregnada desde su origen de mucho aliento neoliberal también), para agregarle (y adiestrarla) dentro de esta necesidad histórica: la construcción del proceso de semiosis capaz de descifrarnos y repensarnos. Sobre todo por el hecho de que comunicar la «política» y lo «político» no solo son potestad de los políticos, de los gobernantes, de los partidos políticos o de los medios de comunicación. Por el contrario, cada día, otros grupos y activistas sociales (hasta hace poco excluidos o desplazados)⁷ reclaman y ocupan espacios en el debate sociopolítico público. Desde hace mucho que, por ejemplo, en Venezuela, todo ciudadano (y en todo momento) emite un juicio político y siente que lo hace con propiedad, fundamento y solidez.

La idea no es ni nueva, ni mía. Estudiosos como Fernando Buen Abad (2012) vienen insistiendo en esta "cruzada" hace tiempo. En su caso, si bien el llamamiento se dirige más bien hacia la construcción de una "comunicación emancipadora" (en un sentido semiótico más total), no deja de ser una atención a todos los procesos comunicacionales, sean cuales sean sus apellidos.

Hasta ahora, mucho de la enunciación y de los enunciados practicados en la comunicación política nuestra son tributarios más de la tradición derivada del marketing comercial que de la búsqueda de significantes y significados para las urgencias señaladas por Bautista (2014). Sobre todo por el hecho de que la implementación de este ámbito de acción política ha estado muy cercado por una especie de "razón instrumental". Es esta perspectiva la que ha producido la sobreabundancia, supervaloración e hiperentusiasmo de las herramientas digitales como su espacio privilegiado. En ello se visualiza esa idea de utilidad extrema, de práctica permanente y

7 Grupos étnicos, grupos con necesidades especiales, feministas, por la diversidad de opciones de géneros, etc.

ritualización continua. Sin duda que esto tiene su conexión con la situación de periferia cultural a la que nos han relegado y la subalternidad política a la cual nos han sometido.

La construcción de una CPD también está mediada por el desarrollo de propuestas políticas propias que choquen con las defendidas desde la democracia liberal. Estos proyectos deben superar la presión política, económica y cultural de las fuerzas y los intereses externos a los propios países. Asimismo, alcanzar niveles de autonomía (que no es lo mismo que separación) política, económica y cultural significativa. Todo esto si quieren combatir el proyecto hegemónico liberal/capitalista impuesto por los "imperialismos colectivos", señalados por Amir (2003), como única vía para mantener el control del sistema-mundo en la dirección que a ellos más le favorece. La CPD, por tanto, es similar a la CPE en cuanto al cuidado y esmero que debe poner en sus procesos de diseño, desarrollo y evaluación-revisión. Sin embargo, combate las "presiones" con las que se enfrenta constantemente y obliga a las "coyunturas" (como representación de la incertidumbre) a encausarse en su trayecto, es decir, las "domestica".

Si retomamos el hecho de la irrupción del uso de las RR. SS. en la comunicación política, difícil es resulta poner en duda que estas no hayan tenido, desde sus inicios como creación del mercado, el propósito de (ahora se sabe más que nunca) la recopilación de los datos sobre nuestras subjetividades y, con eso, de saber cómo afectarnos. No dudo que lo alcanzado por *Cambridge Analytica* provoque un potente entusiasmo. La base de su trabajo fue hurtar millones de datos depositados en una vigorosa plataforma digital que después usaron para la obtención de un perfil psicológico general. El modelo OCEAN conseguía data fresca con la que hacerse casi infalible. Los resultados de la aplicación del modelo permitía manipular el comportamiento electoral de los sujetos basándose en la hipersegmentación. A pesar de ello, para mí, la declaración del éxito de las plataformas digitales en procesos electorales como el de Trinidad y Tobago en 2010 o el de Trump en 2016 no deja de ser más que su uso tipo "utensilios" para fines superiores y más complejos.

El esquema comunicacional de Lasswell (1948)⁸ (atractivo desde la década de los cincuenta) ha sido muy requerido para explicar cómo se produce el impacto de la comunicación política. Como se sabe, este esquema privilegia la zona del emisor y del mensaje. Visto así, un mensaje político importa en tanto y en cuanto es dicho por actores sociales con relevancia

8 Quién, qué, cómo, a quién, para qué,

política para el entorno social en que se emite. En la interacción comunicacional generada dentro del espectro político, dos mensajes idénticos tienen éxitos diferenciados ("condiciones de felicidad", diría Jhon Searle) según quién sea su emisor. Este hecho es innegable. Es, a su vez, lo que ha provocado que mucha comunicación política se concentre en el emisor y sus necesidades.

Sin embargo, prefiero pensar en una CPD que trastoque este esquema comunicacional y que reorienta su mirada. Para lograrlo, debería poner su foco en el "a quién" (los destinatarios) como la preocupación primera. Esto implica construir la situación de enunciación con miras a comprender las demandas de aquellos a los que se quiere que participen y entiendan lo que se pone en juego. La CPD impone un conocimiento claro del otro, no ya como mero destinatario. Por el contrario, implica pensarlo como sujeto histórico desde el cual co-construyo lo público para el bien de todos. Donde el interés por dar a comprender se sustenta en el límite ético de que al enunciador debe importarle (contenerlo) lo que los otros van a padecer a partir de lo que él diga-haga. Por eso, esta comprensión no implica manipulación, aunque sí persuasión con ética. Pero más implica horizontalidad en el proceso, entendiendo que los diferentes modos de presentación de la comunicación política (electoral, de gobierno, de partidos y de debate público) buscan metas diferenciadas, aunque no por ello, deben estar menos comprometidas con la ética.

Para terminar, Latinoamérica requiere una comunicación política que valore sus propios procesos de intercambios simbólicos y que se apoye en sus matrices culturales. Entiendo que como conglomerado social, derivamos de una tensión histórica que, en diversas capas, nos constituye. En cuanto a la comunicación política, la imperante (como ya dije) es la que se ha desarrollado bajo el traslado de esquemas y principio del *marketing* y esto ha privilegiado la metáfora (en la vida cotidiana) de "la pelea" o de "mercancía". Esto ha sido así debido a que se suele percibir a esta solo como enunciación del territorio electoral. La proliferación de "consultoras" ocupadas en este nuevo ámbito de trabajo también ha donado a esta dirección.

La indagación en una CPD capaz de brindar un espacio de enunciación con el que se pueda comprender lo público y lo común, pero también cómo enfrentarlo y qué hacer para ubicarlo en el justo territorio del buen debate público es una tarea titánica, pero no por ello, menos estimulante.

3. Referencias bibliográficas

- Aguirre Silva, M. (2019). ¿Hay que dismantelar la “democracia liberarl.” Hybris. Revista de Filosofía, 10(2), 45–71. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7178430.pdf>
- Baena Paz, G. (2012). Acerca de la comunicación política y del marketing político en México ¿Quién dice que no se puede? Estudios Políticos, 9(27), 95–122. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22201/fcpys.24484903e.2001.27.37501>
- Bautista, J. J. (2014). ¿Qué significa pensar desde América Latina? España, Akal.
- Buen Abad, F. (2012). Escuela de cuadros para la comunicación emancipadora. Aporrea. <https://www.aporrea.org/medios/a152306.html>
- Castells, M. (2009). Comunicación y poder, Madrid, Alianza Editorial.
- Herrero, J. C. (Ed. . (2019). Manual de marketing político, Córdoba, Editorial Almuzara.
- Laclau, E. C. M. (1987). Hegemonía y estrategia socialista, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Laclau, Ernesto (2004). Discurso. Topos y tropos. N° 1, 1-7. Córdoba. Goodin Robert & Philip Pettit (Ed.) The Blackwell Companion To Contemporary Political Thought, The Australian National University, Philosophy Program, 1993. <http://institutocienciashumanas.com/wp-content/uploads/2020/03/Laclau.-discurso.pdf>
- Lasswell, H. (1948). «The structure and function of communication in society». Recuperado de: <http://www.irfanerdogan.com/dergiweb2008/24/12.pdf>
- Maarek, P. (2009). Marketing político y comunicación: claves para una buena información política (Reimpresión), Barcelona, Paidós.
- Martín Salgado, L. (2002). Marketing Político. Arte y Ciencia de la persuasión en democracia, Barcelona, Paidós.
- Mauffé, C. (2007). En torno a lo político. México, Fondo de Cultura Económica. https://monoskop.org/images/8/8b/Mouffe_Chantal_En_torno_a_lo_politico_2007.pdf

- Pérez González, R. (2001). *Estrategias de Comunicación*. Madrid, Ariel.
- Reyes, María; O'Quinn, José; Morales y Gómez, Juan y Rodríguez, E. (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios Públicos*, 14(30), 85–101. <https://www.redalyc.org/pdf/676/67618934007.pdf>
- Vallés i Casadevall, J. M. (2006). *Ciencia Política: una introducción*. Editorial Planeta.
- Verón, E. (1987). «La palabra adversiva. Observaciones sobre la enunciación política». *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. (pp. 13–26). Buenos Aires, Hachette.
- Verón, E. (1993). *La semiosis social*. Editorial Gedisa, S.A.
- Verón, E. (1994). Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia. *Semiosfera*, 2, 5–36. <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/7830>