

Crisis, negociación y gobernabilidad. La ruptura de la agenda pública y de la sociedad política en Venezuela en 2019

ALFREDO ROJAS-CALDERÓN
Universidad Simón Bolívar (Caracas)
Universidad Católica Andrés Bello (Caracas)

RESUMEN

La tematización en la comunicación política, que contempla los efectos, procesos y actores en la configuración de las preocupaciones públicas, constituye una representación de las preferencias, los intereses y las expectativas más importantes en una sociedad. Esta categorización pone a prueba la capacidad de los actores políticos para el intercambio y el consenso, lo que condiciona la gobernabilidad democrática. Por ello, las crisis institucionales, particularmente en la forma como se manifestó en Venezuela durante 2019 con la coexistencia de dos presidentes del país, pueden ser representadas, ordenadas y gestionadas a partir de la interacción entre las estructuras temáticas de las esferas de la opinión pública.

El objetivo de este trabajo es proponer una escala de medida de la eficacia política de la tematización de la opinión pública con respecto a la gobernabilidad democrática. Para cumplir con este propósito, se analizan los procesos y niveles de selección de los problemas generalizados durante 2019 por parte de los dos principales líderes políticos usando sus cuentas en Twitter, así como de los venezolanos mediante las menciones en las encuestas de opinión y de los medios de comunicación convencionales a partir de la relevancia distribuida en sus portadas. La metodología contempla analizar la longitud temática entre los asuntos que componen cada una de las agendas temáticas de los actores de la comunicación política y proponer, reflexivamente, y a partir de estos resultados, los niveles de eficacia de la tematización.

1. INTRODUCCIÓN

Esta investigación se fundamenta en las relaciones entre la tematización en la opinión pública y la gobernabilidad democrática. Estos dos campos confluyen en la comunicación política y, particularmente, en las acciones comunicativas y discursivas de sus actores: los políticos y las instituciones públicas; los medios de comunicación tradicionales y digitales, y los públicos, compuesto por los ciudadanos y las organizaciones civiles de diversas naturaleza y propósitos. El objeto de esas acciones, en la dimensión de la tematización y considerando su incidencia en la gobernabilidad democrática, reside en las situaciones problemáticas de la sociedad que se constituyen en preocupaciones generalizadas y demandan respuestas institucionales.

Las estructuras temáticas ofrecen una modalidad de representación de la realidad, así como son un recurso para su análisis y, al mismo tiempo, proyectan las respuestas o soluciones a los hechos y situaciones que se configuran como problemas públicos. Esta última faceta es la que se entrelaza con al menos dos componentes de la gobernabilidad democrática: por una parte, la capacidad de tomar decisiones políticas para dar esas respuestas o soluciones a las demandas sociales y, por la otra, la aceptación de esas decisiones por parte de la sociedad política. La premisa de este trabajo es que estas dos cuestiones pueden ser favorecidas o impedidas por la proximidad o el distanciamiento, respectivamente, entre los temas y las interpretaciones que cada actor promueve en la agenda pública.

Esta investigación se inscribe en esta perspectiva de la repercusión de los procesos de configuración de los problemas públicos en la gobernabilidad democrática y se propone formular una medida de eficacia de la tematización en la comunicación política, a partir de las posibilidades o dificultades para que los actores acerquen sus posiciones sobre las preocupaciones sociales, por medio de la negociación y establezcan acuerdos sobre las respuestas o soluciones que han de ser objeto de decisiones públicas. Este criterio de gobernabilidad comporta tanto el sentido democrático de una sociedad política como su propia estabilidad y, más allá, determina la legitimidad en el ejercicio del gobierno, lo mismo que incide en las condiciones de la convivencia social.

El contexto de 2019 en Venezuela fue de extrema complejidad política y socioeconómica, como corolario de un largo proceso de deterioro de las instituciones democráticas del país, crisis que se profundizó coincidiendo con la llegada al poder de Nicolás Maduro en 2013. Una manera de aproximarse a la representación de esta situación es mediante una estructura temática central, que deje ver, de forma ordenada, los problemas principales de ese período, como indicadores de la complejidad de esa realidad y, del mismo modo, como un mapa analítico del entorno, lo mismo que de naturaleza estratégica para establecer los intersticios entre las diversas agendas que componen la opinión pública y son potenciales ámbitos de negociación de respuestas políticas.

Para estos propósitos, la tematización ha de ser entendida como un fenómeno multiconceptual y multidimensional. Esto obliga a una visión contentiva y de complementación de los enfoques centrados en los efectos de los medios de comunicación (*agenda-setting*, *priming* y *framing*) y de los procesos de definición y generalización de los problemas principales (*public problems*), que incluye la exposición de propuestas de soluciones en el espacio público mediatizado, así como interpelan a las instituciones públicas en forma de demandas sociales. Este panorama extendido también reconoce el protagonismo de los actores sociales y políticos, y no solamente de los medios de comunicación, que promueven determinados problemas y no otros, así como ciertas definiciones y no otras, en la esfera pública.

El sentido de problematización que es consustancial a las situaciones problemáticas que se prefiguran como preocupaciones personales o sociales generalizadas, los condicionantes ideológicos de las propuestas de soluciones, así como la mediatización de la política y el propio carácter controvertido de la deliberación pública, empujan a los actores de la comunicación política a un escenario de confrontación simbólica permanente, que, en el campo de la tematización, se evidencia con el despliegue de estrategias persuasivas y como una disputa por la atención y por obtener el apoyo mayoritario a los temas y marcos

propios, en detrimento de los de los adversarios, en medio de la coexistencia de los medios convencionales y digitales que hace que la contienda sea cada vez más competida.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad, la estabilidad de las sociedades democráticas está siendo afectada por la falta de confianza en las instituciones, que abarca tanto a las del Estado y a los líderes políticos, como a los medios de comunicación y a los periodistas, pero que además se manifiesta en forma de desinterés en lo público y también como indignación ante la falta de respuestas a las demandas sociales. Lo que ha comenzado como amenazas a la estabilidad política y democrática, en medio del tránsito de una a otra crisis, ha acabado en sociedades políticas polarizadas, en quiebre o definitivamente rotas. En estas coyunturas, han surgido o han tomado auge las opciones ideológicas extremas o radicales. Los líderes políticos populistas o autoritarios han utilizado su poder de comunicación para deslegitimar el propio orden de convivencia democrática.

Las dinámicas destructivas de la política y de la democracia, que por lo demás se apalancan en el orden y las libertades que la primera establece y la segunda garantiza, han ido debilitando y hasta desapareciendo el ideal de la comunicación política referido al establecimiento de ámbitos de diálogo, negociación y acuerdos, que resultan vitales para la gobernabilidad democrática. En buena medida, y aunque no exclusivamente, el desenvolvimiento y la estabilidad de la política y la democracia pueden medirse por los contenidos y las formas de la conversación pública. En efecto, su expresión en forma de agenda, en el marco de la tematización, recoge los intereses contrapuestos que se transparentan y confrontan en la esfera pública, no siempre con la contención que exige tal responsabilidad (Rojas-Calderón, 2021a).

Los problemas públicos son vertebradores de la comunicación política y de los procesos políticos e institucionales en su conjunto. Vinculan los hechos o situaciones de la realidad –en este caso las problemáticas– con los procesos de disposición de la agenda pública y con las decisiones de gobierno. Adicionalmente, las preocupaciones sociales y personales generalizadas son representativas de la complejidad social. Sin embargo, en ocasiones los líderes políticos se guían solamente por sus fines de poder y sus actuaciones estratégicas son puestas por encima y en menoscabo de la intercomprensión entre los actores de la comunicación política y una opinión pública idealmente orientada al consenso y que sirva de base al interés general.

Desde la mirada de la tematización y de su incidencia en la gobernabilidad democrática, la política ha de ser entendida como la tramitación de los problemas públicos y la política democrática como la gestión de esos problemas con base en los acuerdos. Esto lleva implícita la premisa de que los temas de la agenda pública son también reclamos de los ciudadanos al poder. El quiebre de esta dinámica, que se basa en el criterio del conflicto como medio y el consenso como fin, deviene como consecuencia de la falta de proximidad temática entre los actores de la agenda pública. El conflicto está ligado de manera indisoluble a la tematización, por el propio carácter controvertido de los asuntos y de la deliberación pública. Flisfisch (1995) sostuvo que bajo condiciones democráticas, también la gobernabilidad es problemática por naturaleza y se expresa en la capacidad de adoptar decisiones ante situaciones que constituyen demandas y su aceptación social

Es una sociedad no solamente en crisis, sino que ha estado en riesgo de ruptura política y social. Han sido largos años de polarización, populismo y autoritarismo, lo que ha debilitado las instituciones y llevado al límite la convivencia. La inestabilidad se agudizó con el choque entre los poderes Ejecutivo y Judicial, por un lado, y el Legislativo dominado por la oposición, por el otro, desde inicios de 2019. La Asamblea Nacional encargó a su presidente Juan Guaidó del gobierno nacional, considerando que se había producido una falta absoluta en ese cargo. Se había vencido el período para el que Nicolás Maduro había sido electo en 2013, su reelección en 2018 no fue reconocida sino considerada fraudulenta y no tomó posesión mediante juramento ante el Parlamento el 10 de enero como prevé la Constitución.

En circunstancias como la que ha experimentado en Venezuela, especialmente en 2019, el enfoque de la tematización en cuanto a su relación con la gobernabilidad democrática es aún más pertinente. Esta perspectiva exige que la visión conceptual y aplicada de la tematización en la comunicación política no se limite a examinar las conexiones entre las agendas de los distintos actores y el papel de los medios de comunicación, sino que también ha de involucrar el tratamiento de los intereses y las fuerzas que promueven los problemas y sus definiciones en el espacio público, así como las consecuencias sistémicas que puede generar la poca o ninguna eficacia de la tematización, en lo que respecta a perfilar o no las respuestas o soluciones a las demandas públicas y promover la adopción el entendimiento para esos fines.

1.2. MARCO DE REFERENCIA

La tematización consiste en el uso de los temas como recursos estratégicos de la política en sociedades complejas y se configura en el ámbito de las interacciones entre los sistemas político y comunicativo (Saperas, 1987; Badía, 1992, Luhmann, 2000). El uso la tematización no ha sido frecuente en el ámbito de la investigación académica, a pesar de su utilidad potencial, sobre todo en el panorama actual de tanta complejidad. En contrapartida, ha habido una abundante atención científica durante las últimas décadas a las teorías de los efectos, particularmente de la *agenda-setting* en sus tres niveles (Ardèvol-Abreu et ál., 2020). El tratamiento diferencial de los medios es solo un factor de los muchos que determinan las definiciones y la importancia de los problemas (Peñarín, 2020), por lo que las preocupaciones colectivas surgen también de experiencias personales, perspectivas grupales y condiciones del mundo real (Erbring et al., 1980).

La tarea de desplegar la complejidad de las controversias nunca debe separarse de la tarea de ordenar tal complejidad (Venturini, 2010). En esta doble cualidad de la tematización, de representar, por una parte, y de ordenar, por la otra la complejidad de la realidad social recae la más importante de las utilidades de sus procesos. En el campo de la ordenación se inscribe la repercusión de la tematización política en la gobernabilidad democrática. Fortner et al. (2014) defienden el concepto de esfera pública como el lugar de acción de diferentes visiones de la sociedad, donde los argumentos se enfrentan y donde se busca el apoyo de diversos sectores sociales. En efecto, las controversias articulan las divergencias y conflictos entre los actores implicados en los asuntos y contemplan la definición, desarrollo y posibilidad de solucionar los problemas que se plantean (Saiz, 2018).

La sociología de los problemas sociales o sociología de los problemas públicos se ha desarrollado sistemáticamente en los Estados Unidos desde mediados de década de 1960. En esta perspectiva, la realidad social es una producción de objetivaciones institucionales, simbólicas y materiales, portadoras de sentido y resultado de las acciones de los individuos y grupos con relación a su entorno. Esta visión alternativa ha intentado promover un marco de análisis capaz de identificar modalidades de relación entre la sociedad y la política que no resultan visibles desde otras perspectivas (Lorenc, 2005; Nardacchione, 2017).

En el enfoque de los problemas públicos, el proceso de su surgimiento, configuración, estabilización e institucionalización puede plantearse como resultado de correlaciones de fuerza o conflictos de intereses, el cual se confronta en los altos niveles de la acción pública (Cefaï, 2014). Arendt (2016) ha advertido que el poder, entendido como razón y no como fuerza, solo es realidad donde la palabra y el acto no se han separado, lo que exige que las palabras no se vacíen de contenido y, en su lugar, se imponga la fuerza, la que se constituye en el no-poder. Ocurre cuando las palabras se emplean para velar intenciones y no para definir realidades, y los actos se usan para destruir en lugar de establecer relaciones de convivencia y crear nuevas realidades de solución.

El concepto amplio de la gobernabilidad se plantea como la relación entre gobernantes y gobernados (Bobbio y Matteucci, 1998), y se ha asociado desde su aparición con la democracia. En particular se ha destacado más frecuentemente por su ausencia, es decir, como ingobernabilidad, sobre todo en contextos de crisis. La visión dominante ha sostenido que, para lograr o mantener condiciones que no amenacen su estabilidad, las sociedades deben ser gobernadas procurando mayor efectividad. Se ha nutrido de tres tradiciones que combinan la razón de Estado, el buen gobierno —el cual postula que la acción gubernamental debería apoyarse en la responsabilidad de procurar el bienestar colectivo— y la estabilidad del orden político como defensa y promoción de derechos y demandas. Así, un ordenamiento político es más gobernable en la medida en que la autoridad política gobierna considerando las necesidades de todos los actores (Camou, 2001; Carné, 2013).

La tematización contempla la convergencia de dos grandes corrientes de investigación: la cuantitativa, que se enmarca en la epistemología neopositivista y los métodos del modelo de la *agenda-setting*, y la corriente interpretativa, derivada de la sociología constructivista y favorable a explorar la producción del discurso y las representaciones sociales mediante métodos cualitativos (Valera, 2016). En la perspectiva de integración teórica, Sheufele & Iyengar (2017) han sostenido que, a pesar de las diferencias entre la *agenda-setting*, *el priming* y *el framing*, ha habido varios intentos por fusionar los tres en un solo marco conceptual, en buena parte motivados por una de las definiciones anteriores del *framing* desarrolladas en el ámbito de la comunicación política, que aludía explícitamente a la selección y prominencia de noticias como sus fundamentos teóricos.

2. OBJETIVOS

Este trabajo de investigación ha delineado los siguientes objetivos:

2.1. OBJETIVO GENERAL

- Proponer una escala de medida de eficacia de la tematización en la comunicación política con relación a la gobernabilidad democrática, a partir de las estrategias discursivas de los líderes políticos en la agenda pública y tomando como caso de estudio la crisis institucional venezolana en 2019.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las estrategias de tematización en los tuits de los dos principales líderes políticos de Venezuela durante 2019.
- Determinar los tipos de interacciones entre las esferas de la opinión pública dependiendo del contexto mediático, social, político e institucional.

3. METODOLOGÍA

Esta investigación ha tomado como caso de observación la crisis institucional en Venezuela en el marco temporal del año 2019, cuando se ha producido el juramento de dos presidentes del país, en medio de una crisis social y económica agravada, de múltiples factores y expresiones en la realidad. Sobre la base de los aportes teóricos, la investigación se ha ocupado del análisis de los datos y la información que se han recogido con respecto a los problemas que más afectaron a los venezolanos en 2019, en las cuentas de Twitter de los líderes políticos, en los diarios y en las encuestas de opinión como fuentes secundarias, en cuatro períodos de forma concurrente para asegurar los fines comparativos.

La metodología se ha formulado en una perspectiva mixta, contemplando el análisis de contenido y de discurso –posible por la cualidad longitudinal de los datos– de 978 tuits de @NicolasMaduro y 863 de @JGuaido como fuentes primarias. El detalle por períodos está contenido en la tabla 1 y por esta vía se ha representado la esfera temática de los políticos (Rojas-Calderón, 2022b). La combinación del carácter deductivo del análisis de contenido –por su forma más cuantitativa y, por lo tanto, sistemática y replicable– y el inductivo del análisis del discurso, centrado en el sentido, la intencionalidad y la interpretación, es muy pertinente para el estudio integrado de la tematización en la comunicación política (Rojas-Calderón, 2021b).

Tabla 2. Información técnica de los tuits de @NicolasMaduro y @JGuaido

| | I | II | III | IV | |
|----------------|------------|---------------------|----------------------|-----------------------------|-------|
| Portadas | 9-31 enero | 25 marzo a 18 abril | 15 julio a 24 agosto | 26 noviembre a 17 diciembre | Total |
| @JGuaido | 338 | 272 | 174 | 79 | 863 |
| @NicolasMaduro | 244 | 167 | 378 | 189 | 978 |

Elaboración propia.

Los resultados de las encuestas se han utilizado para caracterizar la agenda interpersonal, del público o de los ciudadanos. Se compone de las cuestiones sobre las cuales piensan las personas y a las que otorgan un grado determinado de relevancia (Saperas, 1987; Takeshita, 1997; McCombs, 2006; Roessler, 2008). Los datos han sido aportados por la empresa privada Datos Venezuela, C. A. y corresponden a estudios de ámbito nacional

realizados en cuatro períodos de 2019. La tabla 1 resume sus fichas técnicas. Las mismas etapas de trabajo de campo se han tomado como referencia para la recolección del resto de los materiales: los tuits y las portadas de los diarios. También de estos estudios surgen las categorías para el análisis temático de estos insumos.

Tabla 2. *Datos técnicos de las encuestas de Datos Venezuela, C. A.*

| Estudio | I | II | III | IV |
|-------------------|---|---------------------|----------------------|-----------------------------|
| Fecha de campo | 9-31 enero | 25 marzo a 18 abril | 15 julio a 24 agosto | 26 noviembre a 17 diciembre |
| Tamaño de muestra | 2.100 (2.085 en II). | | | |
| Universo | Mujeres y hombres, mayores de edad, en 59 centros poblados de (51 en II y 36 en IV) más de 50.000 habitantes. | | | |
| Procedimiento | Polietápica estratificada, proporcional por género, edad, NSE y regiones. | | | |
| Precisión | Error muestral de $\pm 2,15$ ($\pm 2,14$ en I) a un nivel de confianza del 95. | | | |

Elaboración propia.

En los estudios cuantitativos considerados, la pregunta abierta sobre el problema más importante se formuló de la siguiente forma: “Por favor, podría decirme ¿Cuál es el problema que MÁS le afecta a usted personalmente?”. Se trata, por lo tanto, de los problemas personales y no de los problemas denominados principales que se refieren a situaciones problemáticas sociales o del país. Dado que Gallup, primera empresa en incluir esta pregunta en las encuestas, promedia menos de 1,5 menciones por persona (Behr & Iyengar, 1985), se ha tomado como referencia la primera mención, por la pérdida de intensidad en la segunda y tercera recogidas.

La intención es combinar las fortalezas y debilidades que no se superponen de los métodos cuantitativos (gran tamaño de la muestra, generalización, tendencias) con las de los cualitativos (muestra pequeña, profundidad, detalles), lo que funciona para comparar, contrastar y ampliar los resultados cuantitativos (Bericat, 1998; Creswell y Plano-Clark, 2017). Los diseños de investigación con métodos mixtos son necesarios para que los investigadores puedan abordar problemas complejos en el mundo moderno, puesto que muchos problemas de estudio en las ciencias sociales implican fenómenos multinivel (Headley y Pano-Clark, 2019).

El tratamiento de los tuits y los diarios se ha basado, fundamentalmente, en la técnica interparadigmática del análisis de contenido (Boyle y Schmierbach, 2020; Bardin, 2002; Krippendorff, 1990), tomada como parte y fase previa del análisis del discurso. Este aporte ha tomado el tipo de diseño mixto de triangulación, cuyo propósito es obtener, sobre el mismo tema, datos diferentes en cuanto a sus fuentes, pero complementarios, para comprender mejor el problema de investigación. La metodología mixta, como parte de un modelo de integración teórico-metodológica, conlleva por sí mismo un aporte en el campo de trabajo de la tematización, que deriva de la combinación de las fortalezas de distintos enfoques teóricos y técnicas de análisis para obtener datos complementarios entre sí acerca de un mismo problema de investigación (Rojas-Calderón, 2022a).

En cuanto a la agenda mediática, se han analizado las portadas de las ediciones impresas de los diarios El Universal, El Nacional y Últimas Noticias. La tabla 3 precisa la información técnica de estos documentos. En cuanto al diario El Nacional, no se lograron recopilar los materiales en uno de los períodos de realización de las encuestas,

específicamente en el segundo. Este periódico ha sido objeto de coacción por parte del gobierno de Maduro, el cual ha impuesto y generalizado limitaciones a los derechos de expresión y de información en el país durante los últimos años. El diario fue perdiendo páginas, anunció su última edición impresa el 14 de diciembre de 2018 por falta de papel y ha intentado mantener su emisión en formato digital.

Tabla 3. Información técnica de los diarios venezolanos

| | III | II | III | IV |
|-------------------------|---|---|--|---|
| Portadas | 9-31 enero | 25 mar - 18 abr | 15 julio a 24 agosto | 26 noviembre a 17 diciembre |
| El Universal | 9, 12-15 y 26-31 de enero | 25 y 29 de marzo y 2-7, 9 y 16 de abril | 15-22 y 26-31 de julio y 1-24 de agosto | 26-29 de noviembre y 1-6, 8-13 y 16-17 de diciembre |
| | 11/23 (48%) | 10/24 (42%) | 38/41 (93%) | 18/22 (82%) |
| El Nacional | 9-11, 13, 15-18, 20, 22-25, 27 y 29-31 de enero | 0 | 1, 3, 6, 8, 9, 12-16, 19, 20 y 21-23 de agosto | 26-30 nov y 3-7, 10-14 y 17 de diciembre |
| | 17/23 (74%) | 0/24 (0%) | 15/41 (37%) | 16/22 (73%) |
| Últimas Noticias | 9-31 de enero | 25, 29 y 31 de marzo y 1-17 de abril | 15-31 de julio y 1-24 de agosto | 26-30 de noviembre y 1-17 de diciembre (22) |
| | 23/23 (100%) | 20/24 (83%) | 41/41 (100%) | 22/22 (100%) |

Elaboración propia.

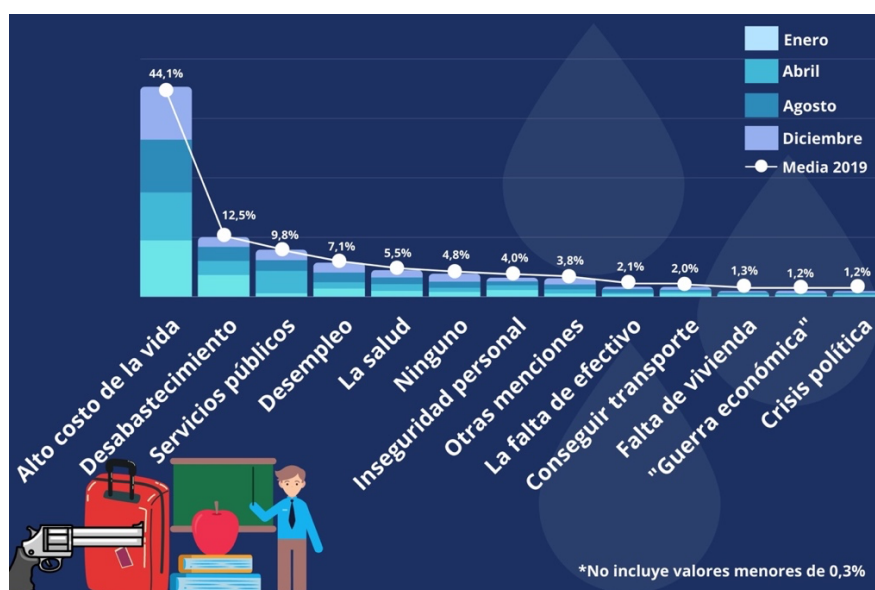
Estos diarios han sido los representativos de la estructura de propiedad en Venezuela. No obstante, durante los últimos años han tenido cambios de dueños y consecuentemente de sus líneas editoriales, así como de sus formatos, lo cual será objeto de análisis complementario en esta investigación. El Nacional aparentemente ha mantenido su orientación centro-liberal con un periodismo tradicional, Últimas Noticias parece haberse movido a la izquierda radical y El Universal ha dejado de ser conservador y luce inclinado a la centroizquierda. No se dispone de datos de circulación ni de lectoría de los diarios en Venezuela sobre los últimos años.

Las distintas estrategias de la metodología mixta de investigación no deben asumirse como necesariamente excluyentes. También se pueden contemplar como etapas o como vías diferentes y, en buena medida, como procesos que son parte de un mismo diseño y se retribuyen entre sí. Lo importante en este campo de los métodos mixtos es que tanto el corpus como los resultados de la investigación establezcan una unidad de conocimiento, desde los puntos de vista de sus relaciones, su discusión y de su sentido explicativo, que son más que una mirada única y parcial de una única parte de la formulación del problema y de la aplicación de un solo tipo de técnicas o de hacerlo por separado.

4. RESULTADOS

El problema que los venezolanos declararon como el que más les afectó en 2019 fue el “Alto costo de la vida/Crisis económica” (44,1%). La segunda mención correspondió al “Desabastecimiento/Escasez” (12,5%), como se muestra en la figura 1. Ambas denominaciones son de tipo económico y se relacionan con las dificultades de las personas para el acceso a los bienes o productos básicos, en el primer caso por los precios altos y en el segundo por la falta de disponibilidad. Poco más de la mitad de los venezolanos manifestó su preocupación por estos asuntos, mientras que la “Crisis política” no resultó ser una situación problemática apremiante para los venezolanos, a pesar del repunte de la crisis institucional desde inicios de 2019. Esta categoría registró solo el 1,2% de las menciones de los problemas más agobiantes.

FIGURA 1. *Problemas personales de los venezolanos durante 2019*



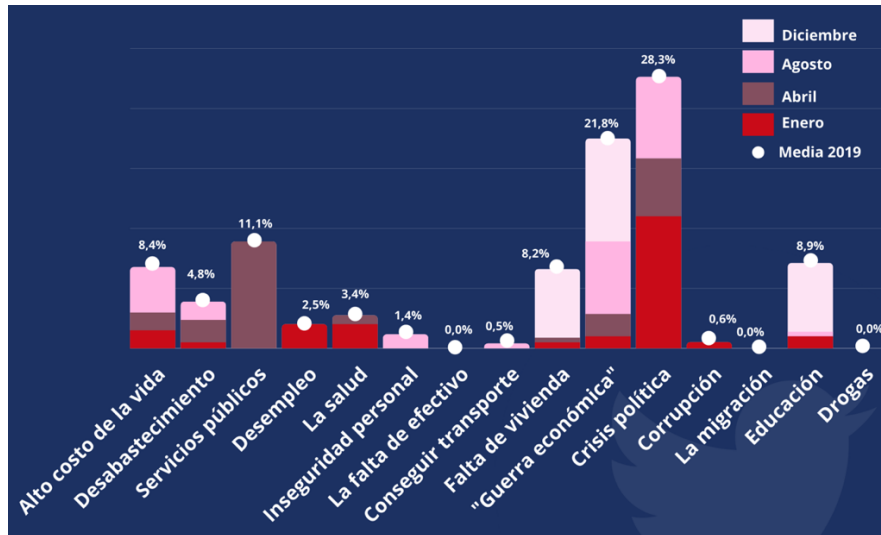
Elaboración propia a partir de los resultados procesados con SPSS.

Las dificultades económicas en su conjunto se perfilaron como las más importantes para los venezolanos en el año 2019, en detrimento de la cuestión política, probablemente porque las primeras correspondían a condiciones objetivas y necesidades materiales, en tanto que la segunda se movía en el terreno simbólico y de los bienes subjetivos. Pero, además, hipotéticamente al menos, comenzaba a medirse el desgaste y la impotencia tras muchos años de división y confrontación política, y de ineffectividad de las acciones de oposición durante ese tiempo, lo mismo que por la priorización de las necesidades básicas por encima de los asuntos públicos. En contraste, las distribuciones de las menciones de los problemas más importantes, por parte de los líderes políticos en sus tuits emitidos en los períodos de estudio, colocan a la “Crisis política” en primer lugar.

Maduro dedicó muy pocos de sus mensajes en Twitter a las preocupaciones mayoritarias de los venezolanos: apenas 14,1% de los 978 tuits emitidos durante los cuatro momentos de estudio de 2019. La mitad del contenido de esos escasos mensajes los dedicó a la “Crisis política” (28,3%) y a la “Guerra económica” (21,8%), como se describe en la figura 2. Esta última categoría comparte la naturaleza económica de la del “Alto costo de la vida/Crisis económica”, aunque sus alcances son distintos. Implican diferentes definiciones de la situación, en el primer caso, se trata de un marco de motivación, en cuanto a mover a la acción defensiva ante un ataque externo a la economía, en tanto que en el

segundo se apunta a uno de diagnóstico o definición de un problema. También son distintas las intenciones, la primera es ideológica y la segunda tiene un sentido pragmático.

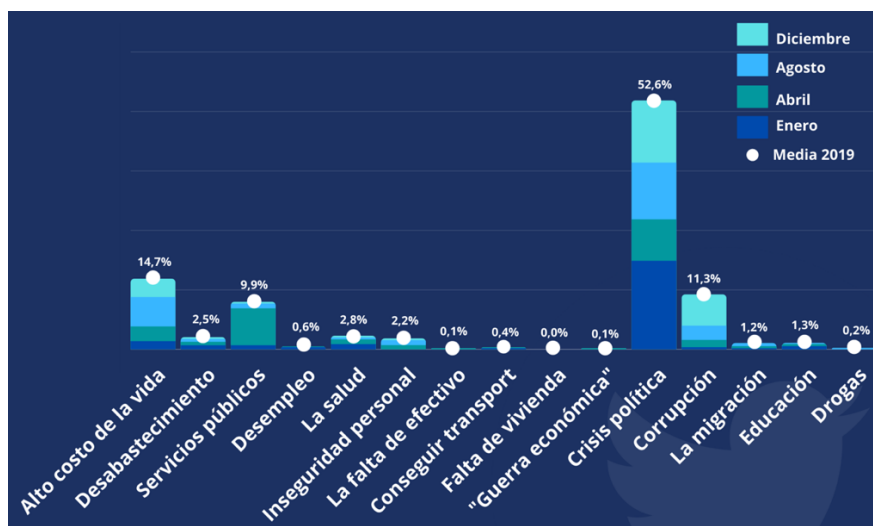
FIGURA 2. Menciones de los problemas en los tuits de @NicolasMaduro en Venezuela 2019



Elaboración propia a partir del análisis de contenido realizado con Atlas.ti.

Por su parte, Guaidó destinó cerca de la mitad (45,4%) de sus 863 tuits publicados en 2019 a mensajes sobre los problemas personales categorizados por los venezolanos en los estudios cuantitativos de opinión. Esto es mucho más de lo que lo hizo Maduro, pero de manera similar a este último, aunque en mayor proporción, Guaidó también ocupó alrededor de la mitad, 5 de cada 10 de las menciones, a las referencias relativas a la “Crisis política” (52,6%). El dominio de este asunto es tal en esta composición temática que es 3,6 veces mayor que la definición de la situación problemática que le sigue, como se indica en la figura 3. No obstante, ese segundo lugar lo ocupa el “Alto costo de la vida/Crisis económica”, la preocupación colectiva más importante en la agenda interpersonal de los venezolanos en todo el año de estudio.

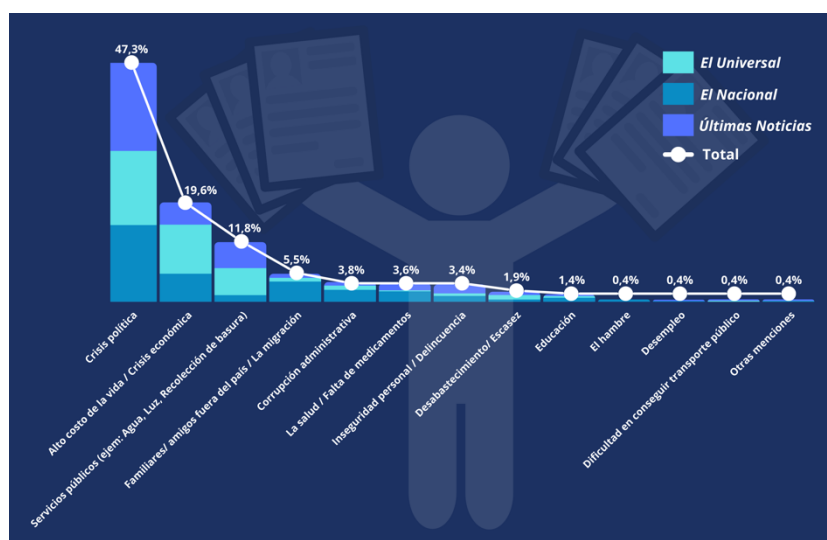
FIGURA 3. Menciones de los problemas en los tuits de @JGuaido en Venezuela 2019



Elaboración propia a partir del análisis de contenido realizado con Atlas.ti.

Como indicador adicional del contexto de 2019, y apuntando a la aplicación tradicional de investigación de la *agenda-setting*, cabe tomar en cuenta la priorización temática que realizaron los diarios venezolanos ese año, aun con las limitaciones en sus labores que imponía la complejidad del entorno y, muy particularmente, el carácter represivo del gobierno de Maduro. A pesar de esto, y siguiendo la tendencia de los dos líderes políticos, las informaciones publicadas aludieron mayoritariamente a la “Crisis política” (47,3%) en los tres diarios, como se recoge en la figura 4. La principal cuestión económica queda desplaza al segundo lugar en la agenda mediática, en su aproximación convencional, aunque con un peso relativo mayor (19,6) en comparación con los políticos, pero menos de la mitad de lo que supuso esta preocupación para los venezolanos.

FIGURA 4. Menciones de problemas en diarios venezolanos en Venezuela 2019



Elaboración propia a partir del análisis de contenido realizado con Atlas.ti.

El hecho de que los dos actores políticos concentren sus alusiones a los problemas públicos en la “Crisis política”, esto no significa que sea la misma situación y ni siquiera la misma realidad de referencia. Esto incluso aplica a la tematización que hacen los tres

periódicos. Cada líder político construye y promueve su propia definición de esta categoría y la vincula a indicadores objetivos del entorno diferentes. Por lo tanto, comparten la percepción problematizada del contexto, pero toman a conveniencia los aspectos que mejor se adaptan a las etiquetas y a las interpretaciones que consideran que responden mejor a sus fines estratégicos. La figura 5 contrapone las palabras que emplea cada uno de los actores en sus mensajes para enmarcar, sobre todo, el conflicto político en su faceta del año 2019.

FIFURA 5. Palabras más frecuentes en los tuits de @NicolasMaduro y @JGGuido



Elaboración propia a partir del análisis de contenido realizado con Atlas.ti.

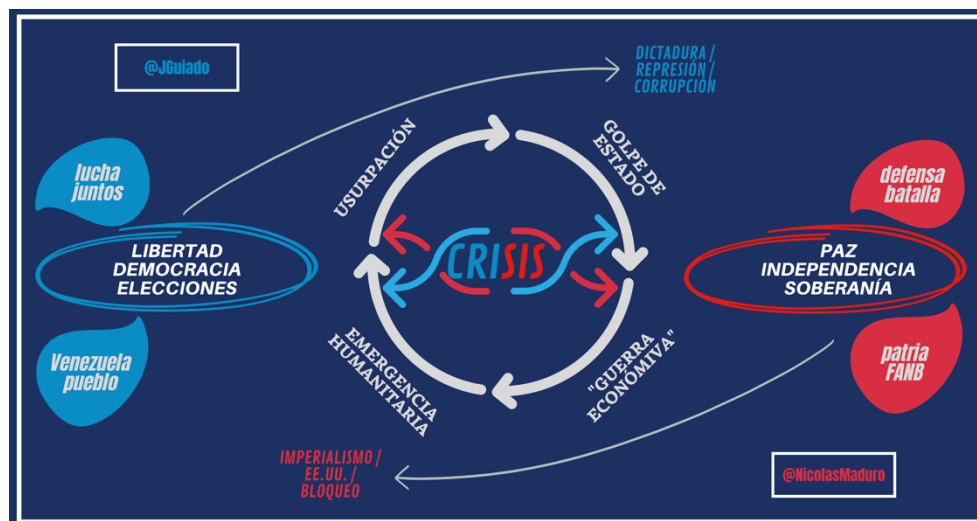
Maduro y Guaidó difunden relatos que conforman y proyectan dos repertorios de definiciones, cargadas de mucho simbolismo, que si bien están atadas en su origen a la realidad política y social venezolana de 2019, se van desconectando de su referente objetivo de tal manera que se constituyen en imaginarios. Estas construcciones se contrarían hasta el límite de excluirse recíprocamente. No se trata por lo tanto de una clásica confrontación discursiva, que conlleva un menor o mayor distancia temática entre las propuestas discursivas y temáticas de dos adversarios políticos, sino que las narrativas se inscriben en una contienda suma cero: lo que se disputa supone que uno gana todo lo que el otro pierde. La evidencia de este despropósito se encuentra en las composiciones de ideas que reflejan ambas líneas argumentativas: fuerza-control-(lo)militar y razón-libertad-(lo)electoral.

La longitud temática entre los actores y las esferas de la opinión pública deben considerar tanto los asuntos como los marcos o encuadres que se aplican a un cada tema o problema. En esto último puede estar no solo la diferencia, sino la clave de la eficacia de la tematización. Cada vez más los líderes políticos, independientemente de su tendencia ideológica y programática, se afincan en las preocupaciones personales y sociales generalizadas para desplegar sus estrategias comunicacionales y discursivas. Los rasgos distintivos dependen de cómo se usa esa tematización, con cuáles objetivos y cuánto responde a sus propósitos estratégicos, y, en un sentido más amplio, su utilidad para el funcionamiento político y democrático de la sociedad.

La significación de “crisis” que deriva, en cada caso, de las representaciones temáticas que aportan los líderes políticos mediante sus mensajes contiene dos dimensiones, no solamente la política-institucional, sino también una económica. Tanto Maduro como Guaidó acuden a los atributos de cada uno para darle sentido a esa crisis de doble faceta. La figura 6 señala esta bidimensionalidad, que a pesar de la distinta naturaleza de cada perspectiva, sin embargo, comparten los marcos o encuadres y, en su conjunto, la misma intencionalidad confrontativa y existencial. Aunque ambos políticos se mueven en el mismo terreno temático, el abismo entre las definiciones de los asuntos públicos contenidas en sus líneas discursivas evita que se aproximen y menos que se encuentren en el

campo simbólico y, por extensión, hace menos posible que lo hagan y hasta que coexistan en el ámbito de la acción política.

FIGURA 6. Dimensiones de los discursos de la “crisis” en los tuits de @NicolasMaduro y @JGuaido en 2019



Elaboración propia a partir del análisis de contenido realizado con Atlas.ti.

Cada narrativa es además circular y encerrada en sí misma. Por ello no puede verificarse ni siquiera una oposición temática natural, que por la misma esencia de la política y de la democracia, en la que se desenvuelve la configuración de los problemas públicos, debe ser siempre abierta, en mayor o en menor medida dependiendo de la disposición de entenderse y concordarse de cada uno con el adversario, pero en cualquier caso ha de dejar un mínimo de espacio para el intercambio y el consenso. El binomio de Maduro “golpe de Estado-guerra económica” y el de Guaidó “usurpación-emergencia humanitaria” se retroalimentan cada cual argumentativamente a sí mismo: una situación causa, explica o es consecuencia de la otra y viceversa, y, de la misma manera, la salida de la circunstancia económica depende o pasa por la solución de la política, y al contrario.

En la misma dirección, los tonos en los mensajes de los actores indican no solamente cualidades diversas, sino que también apuntan a lados contrarios. Maduro ha trazado y transmitido un estado de ánimo y de acción de guerra, no únicamente por la noción explícita de conflicto, sino además este enmarcamiento alude a una situación sobrevenida, en medio de la cual los venezolanos son víctimas (el responsable es un enemigo externo y poderoso), que precisan la defensa y la resistencia ante la adversidad. Con esta perspectiva discursiva, este líder político le asignó un carácter estático a la coyuntura, pero que se proyecta en el tiempo, con lo cual vincula las pocas situaciones problemáticas que refiere a una responsabilidad o culpabilidad no controlable, mientras que la omisión es su estrategia dominante.

Por su parte, el discurso de Guaidó se ha centrado en la política como concepto y como práctica política, por lo que sus posturas resultan excluyentes con el planteamiento de guerra de Maduro. Son dos modelos de diagnosticar y tramitar la crisis, en la perspectiva de los medios de solución de diferencias y controversias. El tono utilizado por este líder describe un movimiento hacia adelante, de avance, con base en las expectativas de cambio

del momento. Apela a la razón como el fundamento de la acción y como recurso de empoderamiento de los ciudadanos. El núcleo argumentativo es una solución o salida a la situación problemática que, sin embargo, pasa por el desplazamiento de unos por otros en el poder, de un gobierno por otro. Esto no supone negociación, acuerdo ni coexistencia, sino se trata de imponer la razón desde esta parte a la otra.

Además de revelar la distancia temática entre las acciones discursivas de Maduro y Guaidó, se ha constatado estadísticamente la que se da entre la agenda temática de los venezolanos y las de los dos líderes políticos por separado. La hipótesis nula se ha formulado de la siguiente manera: H_0 : no hay relación lineal entre los problemas que más afectaron a los venezolanos en 2019 y las menciones que hacen de esas categorías en sus cuentas de Twitter, @NicolasMaduro, por un lado, y @JGuaido, por el otro, ($r = 0$). Los resultados del coeficiente de correlación de Spearman (Rho) implican aceptar la hipótesis nula. Entonces, no existe relación lineal entre las variables, dado que en ambos casos el nivel de significación es mayor a 0,05 ($r_S = 0,092$, $p > 0,05$) y ($r_S = 0,239$, $p > 0,05$). Tampoco hay relación lineal entre las estructuras temáticas de los dos políticos durante 2019 ($r_S = 0,325$, $p > 0,05$). Este último dato indica que sus agendas también son distantes estadísticamente entre ellas.

Tanto la aproximación cuantitativa como el tratamiento cualitativo se han empleado acudiendo a la estrategia de triangulación de los datos, con la finalidad de analizar e interpretar los resultados de forma concurrente, lo mismo que se hizo con la recogida del corpus de diversas fuentes. El aporte fundamental de esta decisión metodológica es que se han logrado obtener unos resultados más completos, explicados desde distintos puntos de vista, que contribuyen a poner en evidencia las características de la relación temática entre las esferas de la comunicación política que se han analizado. Uno de los hallazgos más importantes es trascender el concepto de proximidad temática en contextos muy complejos o de crisis fundacionales, en las cuales más que distancia u oposición temática se ha determinado que se trata de situaciones de ruptura e incluso de exclusión temática, que terminan afectando de forma definitiva o hasta imposibilitando la gobernabilidad democrática y la misma convivencia social y política.

5. DISCUSIÓN

La centralidad de la denominación “Crisis política” en los mensajes de Maduro y Guaidó ha sido la menos considerada por los venezolanos en su estructura temática durante el año 2019. Estas dos esferas de la comunicación política proyectan, mediante la tematización, dos realidades diferentes, una que definen los actores políticos mediante sus discursos y otra que los ciudadanos establecen con la distribución de sus menciones de problemas personales en las encuestas de opinión. La proximidad temática en la comunicación pública es una condición de la opinión pública favorable para el mantenimiento o reforzamiento de la gobernabilidad democrática y, de manera extendida, esto tributa a la estabilidad política.

La clave de la potencialidad de la tematización radica en la anchura del espacio de concurrencia de los intereses, las preferencias y las expectativas temáticas e interpretativas de los actores de la deliberación pública. A pesar de la trascendencia del papel de los medios de comunicación y de los periodistas, así como de los ciudadanos y las

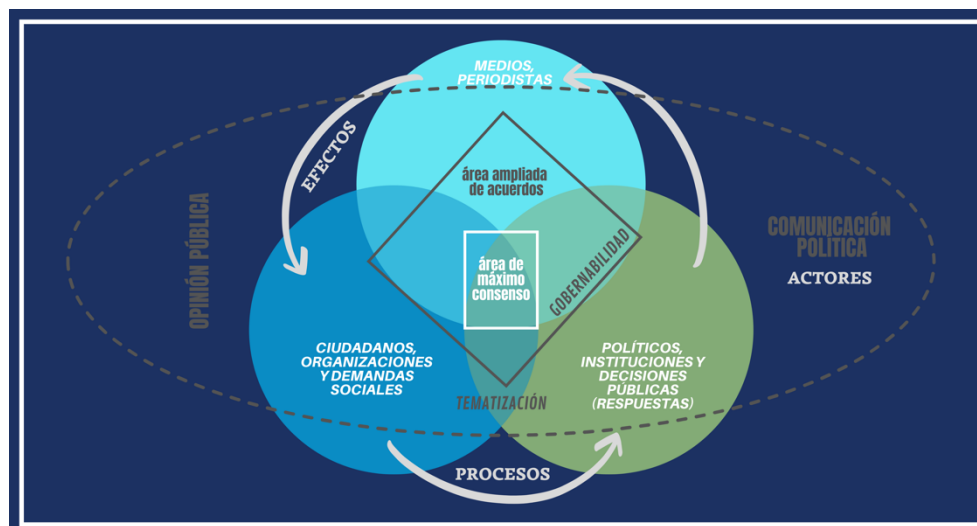
organizaciones civiles, el mayor peso en esta dinámica recae sobre todo en el liderazgo político, al que corresponde, en el terreno de la configuración de los problemas públicos, tanto personificar y escenificar ideológica o programáticamente ciertas preocupaciones colectivas, como articularlas y debatirlas en forma de propuestas de interés general y, en el caso de quienes ocupan cargos públicos, tomar las decisiones políticas consecuentes.

En los tuits de @NicolasMaduro y @JGuaido no se constata que sea la prevalencia ideológica la que conduce al distanciamiento temático. El fundamento del conflicto era esencialmente la lucha por el poder, sin que importase su cause democrático o la vía de la fuerza. Por ello, la carencia de confluencia entre las actuaciones temáticas de los dos líderes política ha parecido relacionarse más con los intereses contrapuestos en el conflicto político abierto, que resulta en dos expresiones diversas de una misma realidad objetiva. Esto, sin embargo, trasluce la sobreposición de los propósitos políticos estratégicos de los dos actores al condicionamiento ideológico de sus acciones comunicativas y discursivas, pero no la ausencia absoluta de este último rasgo.

En el espacio público mediatizado se construye, se mantiene o se destruye el sentido de una comunidad política, esto es, el conjunto de fines superiores o razones fundamentales sobre las que se sustenta el orden de convivencia en una sociedad. Comprende principios, valores, creencias y también prácticas sociales y políticas compartidas. Las cuestiones públicas intermedian entre estas nociones esenciales y la realidad dada y la percibida. Por ello, los problemas públicos, y especialmente sus procesos de configuración, ponen a prueba esos depositarios colectivos, que, preliminarmente, deberían facilitar el entendimiento social y político.

La figura 7 ilustra, dentro de la formulación del enfoque integrado de la tematización, la conformación de áreas de confluencia temática, que son potencialmente las más propicias para el establecimiento y mantenimiento de acuerdos políticos rutinarios sobre los problemas públicos, o extraordinarios cuando las crisis ponen en juego la estabilidad del régimen político, la convivencia social o inclusive el orden interno como un todo. El esquema de las interacciones entre las estructuras temáticas de la comunicación política, que surten la agenda pública central, revela la importancia de los problemas públicos, como conjunto de efectos, procesos y actores, para el dinamismo de la vida pública.

FIGURA 3. *Las relaciones entre la tematización en la comunicación política y la gobernabilidad democrática*



Elaboración propia

Las situaciones problemáticas potenciales y las que alcanzan su cualidad pública son, de hecho, las cuestiones objeto de conversación, deliberación y negociación, que ocupan a las personas, a los periodistas y a los políticos, así como a las organizaciones civiles, a los medios de comunicación, a los partidos políticos y a las instituciones del poder público. El tránsito de las situaciones potencialmente problemáticas entre las esferas de la comunicación, que implica transversalmente tanto el acceso como la selección temática, y hasta que se generalizan como asuntos públicos, denota la circulación de los contenidos y mensajes conectados a los problemas sociales en el espacio público.

Las preocupaciones que los venezolanos han considerado que más le afectaron en 2019 están más determinadas por las condiciones objetivas. La crisis venezolana de 2019 era multifacética, pero también de intersección y retroalimentación: la mala gestión de gobierno y su política polarizadora condujo y mantenía el colapso económico, que a su vez aceleraba y profundizaba el malestar social, que en 2017 había mutado a crisis humanitaria declarada por la Asamblea Nacional, pero sin que fuera reconocida por el Ejecutivo ni ninguna otra institución del Estado. Del mismo modo, esta coyuntura de retroceso socioeconómico enmarcaba y conllevaba a la crisis política. De este modo, se estableció y consolidó un círculo vicioso de ineficacia e ingobernabilidad.

Maduro, su gobierno y su partido apelaron a la etiqueta "Guerra económica", de una marcada significación ideológica, que envolvía una pretensión perturbadora. Esta tesis sostuvo que las perturbaciones de la economía nacional fueron provocadas para afectar la estabilidad política del país y conducir a un cambio de gobierno, como una modalidad de ataque no convencional. Sin embargo, la demanda de los ciudadanos comprendida en la mención "Alto costo de la vida/Crisis económica" trasciende las diferencias ideológicas y se circunscribe, en principio, a la inaccesibilidad a los bienes básicos. Esta temática, por parte de Guaidó, apenas fue referida, nunca atribuyéndole la importancia que tenía para las personas.

El desfase entre las agendas intrapersonal y la mediática, por una parte, y la de los actores políticos, por la otra, acarrea la omisión u ocultamiento de determinadas preocupaciones colectivas por parte de @NicolasMaduro y @JGuaido. Tanto la aproximación cuantitativa (que a pesar de no resultar significativa en términos estadísticos no impide que la

relación, aunque pobre, sea relevante), como la interpretativa, revelan una mínima zona de interacción en el campo de la tematización política, como recurso para la negociación y los acuerdos, pero que no llega a traducirse en responsabilidad política. De cualquier manera, estas distorsiones impiden recoger la complejidad de la realidad social y la proyección de una zona de acercamiento y conciliación de intereses.

La figura 8 describe gráficamente la escala de medida que se formula con relación a la eficacia de la tematización en la comunicación política en cuanto a la gobernabilidad democrática. Los niveles se mueven entre tres situaciones: la configuración, la desfiguración y la descomposición de la estructura temática central. Se trata de una escala ordinal, que plantea una distribución en función de la proximidad o distancia temática entre los actores de la comunicación política, lo que a su vez incide en una mayor o menor gobernabilidad democrática. Dado que el espacio entre estas categorías no es uniforme, la variabilidad entre los tres grados indicados puede ser representada mediante otras subcategorías. En cualquier caso, se trata de medidas relativas de la utilidad la tematización, con las que solo es posible constatar la mayor o menor magnitud del fenómeno.

FIGURA 8. *Los niveles de eficacia de la tematización en la comunicación con respecto a la gobernabilidad democrática*



Elaboración propia

Se puede determinar un nivel de máxima y mínima presencia de condiciones de la tematización política favorables a la capacidad de gestionar democráticamente las respuestas a los problemas públicos, así como otras posiciones regulares o intermedias, correspondientes a las tres categorías o a cualesquiera de los puntos de recorrido que conforman la escala ordinal que se ha propuesto. Si bien en estas dinámicas intervienen múltiples y diversos factores, la arena política, y, más precisamente, la actuación responsable y comprometida de sus actores con respecto al sentido de comunidad, que a su vez comporta el buen funcionamiento del orden político en su conjunto, ostenta el mayor peso.

Con la finalidad de aplicar las dimensiones de esa gradación, de seguido se exponen algunos indicadores vinculados a la estructuración de la opinión pública y de la comunicación política, así como de funcionamiento democrático, que permiten ubicar un contexto determinado y en un marco temporal específico en alguno de los niveles de incidencia en

la gobernabilidad democrática que se enuncian en esta investigación. Considerando la configuración, la desfiguración y la descomposición temática de la comunicación política, sobre la base de los problemas que más preocupan o afectan a la gente, la caracterización de la realidad de una sociedad política con respecto a la gobernabilidad democrática se puede precisar de la siguiente manera:

- **Máxima eficacia.** En esta circunstancia, las áreas de máximo consenso y la ampliada de acuerdos son más anchas que las que no se entrecruzan entre las esferas de la opinión pública, lo que implica que son más los problemas públicos sobre los que es posible llegar a acuerdos, en cuanto a las propuestas de solución, que los que quedan fuera de estos ámbitos. Son contextos de tolerancia en las relaciones sociales y de moderación en la conversación pública, sobre todo de los líderes sociales y políticos. La dinámica entre los actores es de negociación permanente y se trata de sociedades políticas estables y con democracias consolidadas.
- **Eficacia media o regular.** En este caso, se ven reducidas las posibilidades de alcanzar el consenso o acuerdos parciales o mínimos con relación a las respuestas y soluciones a las preocupaciones personales y sociales generalizadas. Aunque igual que en el nivel anterior, la medida media o regular de eficacia se corresponde con la situación de configuración de la estructura temática central, sin embargo, son pocos los asuntos públicos que se ubican en las áreas potenciales de acuerdos. Son entornos en los que se imponen la prevalencia ideológica y los fines partidarios en los usos estratégicos de la tematización por parte de los actores políticos, lo que estrecha las zonas centrales, pero en medio del juego democrático y con pleno o regular funcionamiento de las instituciones políticas. En este rango, comienza a figurar entre los problemas principales o más importantes del país la propia política, los políticos y los partidos, en forma de crisis, falta de gobierno o de acuerdos, inestabilidad o ruptura del orden constitucional, aunque los ciudadanos no le suelen dar tanta relevancia como los medios y los políticos mismos. Estos son los llamados metatemas. Cuando la eficacia es poca o ninguna, esto es aún más tangible.
- **Escasa eficacia.** Un contexto sociopolítico de poca eficacia de la tematización, que responde a una circunstancia de desfiguración de la estructura temática de la opinión pública, conlleva la disfuncionalidad de la comunicación política y de la sociedad en su conjunto. En este orden, uno de los conjuntos de actores se sobrepone sobre los otros y por lo tanto se constituye en una esfera dominante, con apenas espacios de intersección con otras esferas. Son, por ejemplo, entornos en los que la antipolítica conduce a la plena mediatización de la vida pública y son los medios de comunicación los que mantienen la capacidad de interlocución con los actores políticos e institucionales, por una parte, y con los ciudadanos y las organizaciones, por otra parte. La hipertrofia también puede ser de la arena política, como cuando el populismo se establece como forma de hacer política, sin intermediación de las instituciones de la sociedad y mediante una nueva legitimidad basada en la representación directa del pueblo. Casi siempre, los populistas y autoritarios se apalancan en problemas sociales para extremar sus posiciones en sus estrategias comunicacionales y discursivas, producir crispación y desorden político, así como manipular a sus seguidores hasta llegar al poder. Todo

esto último suele acompañarse por presiones, amenazas e incluso restricciones a las libertades de expresión y de información.

- **Ninguna eficacia.** Se trata de un estado de descomposición de la sociedad, en la que la división o la ruptura es también entre las esferas de la comunicación política y de la opinión pública en general. Esta situación es, generalmente, resultado de profundas y prolongadas crisis económicas, institucionales y sociales. Entre otros indicadores, se registran el debilitamiento de las instituciones, la pérdida de confianza y el crecimiento de las desigualdades. En el plano de la opinión pública, tanto al interior de las arenas de la comunicación política, como entre estas esferas, las posiciones de los actores se hacen irreconciliables y cada parte intenta imponerse a la otra, incluso apelando a la fuerza o a la violencia. De hecho, los actores se deslegitiman unos a otros y hasta no se reconocen como parte de una misma comunidad política. Dada la mínima o ninguna comunicación entre los líderes políticos adversarios, o entre instituciones del poder público, suelen requerir la mediación de terceros para retomar y mantener un ámbito de diálogo y negociación. También hay divisiones o rupturas al interior de la esfera mediática y la interpersonal. Otra característica de esta circunstancia es que las dinámicas comunicacionales y discursivas se desconectan de la realidad y así de las condiciones objetivas de las que se construyen los problemas públicos. La contraparte de la falta de diálogo es el monólogo en el que incurren los actores, que se comunican con ellos mismos o solo con sus públicos más afines.

La naturaleza estratégica de las acciones discursivas de Maduro y Guaidó explican sus representaciones temáticas contrapuestas durante el año 2019. Estas tendencias, además, dejan entrever su desvinculación de las situaciones problemáticas que afectaron a los ciudadanos y, con ello, de las condiciones objetivas. El imaginario de la “guerra” que perfila @NicolasMaduro descoloca la realidad que se problematiza con la intención de mantener el poder. La política como ideal y como proyecto de @JGuaido transfiere la importancia de todas las preocupaciones de los venezolanos a una sola, la “Crisis política”, que era considerada solo por 1 de cada 10. De esta forma, se empeña en su propósito de desplazar del poder a @NicolasMaduro y, de manera concatenada, asumirlo.

6. CONCLUSIONES

El análisis de los datos y la información previsto en este trabajo ha allanado el cumplimiento de los objetivos declarados en esta investigación. Se han enunciado los términos de una escala de medida de la eficacia de la tematización en la comunicación política con respecto a su incidencia en la gobernabilidad democrática. Del mismo modo, y para contribuir con el propósito general, se han identificado las estrategias de tematización en los tuits de los dos principales líderes políticos de Venezuela durante 2019, así como se han determinado los tipos de interacciones entre las esferas de la opinión pública dependiendo del contexto mediático, social, político e institucional. Siguiendo la orientación de estos fines, se ha precisado la longitud temática entre los actores políticos y entre esta agenda temática y las preocupaciones personales de los venezolanos.

Siempre es deseable, y hasta conveniente para la política y la democracia, que los líderes políticos –lo mismo que todos los sectores de la sociedad, visibilicen legítimamente sus

intereses en el espacio público. No obstante, ambos actores emplean la fuerza como recurso discursivo, lo que pone en cuestión el alcance de la transparentación de sus fines. Maduro incurre deliberadamente en una estrategia de trasposición temática, con la que ubica los problemas sociales en un ámbito de interpretación que los desobjetiva y los convierte en relatos desconectados de la realidad a la que supuestamente se refiere. En cuanto, a Guiadó, emplea una estrategia de concentración temática y agrupa o reduce la realidad en una sola cuestión: la “Crisis política”. Esto último conlleva su sobrevaloración y que su utilidad se extienda hasta la explicación de otras situaciones problemáticas.

Las líneas discursivas de los dos líderes se descartan mutuamente. En efecto, el contenido de sus mensajes denota la intencionalidad de potenciar las diferencias, de intensificar la bronca política y de eliminarse simbólicamente, en lugar de procurar el encuentro mínimo de las posiciones sobre los problemas sociales. Ni siquiera era posible la comunicación y el intercambio de puntos de vista, lo que imposibilitaba la adopción de decisiones públicas con base técnica y aceptación social para la solución de las preocupaciones generalizadas, incluyendo la propia crisis política, de tal forma de superar la situación de ingobernabilidad. La realidad venezolana fue transitando de la desfiguración hacia la descomposición temática y la falta de eficacia encaminó la circunstancia hacia la ruptura.

Lo mismo que lo evidencia la representación que deriva de la tematización, así como la medida de su eficacia, en la Venezuela de 2019 había dos estructuras temáticas de la política y del público que colisionaban entre sí y, que al mismo tiempo, respondían y proyectaban simbólicamente dos realidades. El choque institucional de 2019 supuso la coexistencia de dos ejecutivos y dos legislativos, uno de cada cual por cada sector político y uno de cada cual de hecho y otro de derecho. Esta dualidad también escaló a la existencia con la misma condición de otras instituciones y normas: dos tribunales de justicia, así como de leyes, sentencias y de autoridades de diversos niveles, incluyendo representantes diplomáticos. Este panorama reflejaba no solamente el quiebre de la sociedad política, sino y sobre todo cuán distante estaban las posibilidades de entendimiento, de lograr acuerdos y de convivir democráticamente.

De igual manera, la complejidad del contexto venezolano de 2019 ha asentido la identificación y clasificación de las brechas que se producen en el terreno de la tematización. La primera de ella es semántica y conlleva que al omitir o referirse a las mismas situaciones problemáticas de la realidad, pero con menciones y definiciones distintas, se dificulta establecer un espacio de sentido común en el cual entenderse y acordarse de cara a la tramitación de las respuestas a las demandas. El otro tipo es la brecha utilitaria, concebida como un conflicto de fuerzas políticas e intereses estratégicos contrapuestos que figura la lucha por el poder. En ambos casos, el punto crítico consiste en la exclusión mutua, que imposibilita el diálogo mínimo que exigen la política y la democracia. Por ello, esta línea de trabajo deberá seguir profundizando en la medición de la eficacia de la tematización, con la mirada puesta en la propuesta de un modelo completo de análisis.

7. REFERENCIAS

Ardèvol-Abreu, A., Gil de Zúñiga, H., & McCombs, M. E. (2020). Orígenes y desarrollo de la teoría de la *agenda-setting* en comunicación. *Tendencias en España* (2014-

2019). *Profesional de la información*, 29(4), e290414, doi:
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.14>

Arendt, H. (2016). *La condición humana*. Editorial Planeta, S. A.

Badia, Ll. (1992). *De la persuasíó a la tematització. Introducció a la comunicació política moderna (Traducció de l'italià de Marta Albertí)*. Editorial Pòrtic, S. A

Behr, R., & Iyengar, S. (1985). Television news, real-world cues, and changes in the public agenda. *The Public Opinion Quarterly*, 49(1), 38-57, doi:
<https://doi.org/10.1086/268900>

Bardin, L. (2002). *El análisis de contenido*. Ediciones Akal, S.A.

Bericat, E. (1998). *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social. Significado y medida*. Editorial Ariel, S. A.

Blumer, H. (1971). Social problems as collective behavior. *Social Problems*, 18(3), 298-306, doi: <https://doi.org/10.2307/799797>

Bobbio, N. & Matteucci, N. (1998). *Diccionario de Política*. Siglo XXI.

Böckelmann, F. E. (1983). *Formación y funciones sociales de la opinión pública*. Editorial Gustavo Gili, S. A.

Boyle, M., & Schmierbach, M. (2020). *Applied communication research methods. Getting started as a researcher*. Routledge.

Camou, A. (2001). *Los desafíos de la gobernabilidad*. Plaza y Valdés.

Carné, M. (2013). Gobernabilidad y gubernamentalidad. ¿Líneas secantes?, 10, 315-340.

Cefaï, D. (2002). Qu'est-ce qu'une arène publique? Quelques pistes pour une approche pragmatiste. En D. Cefaï & I. Joseph (Coords.), *L'heritage du pragmatisme. Conflits d'urbanité et épreuves de civisme*, 51-81. Éditions de l'Aube.

Cefaï, D. (2014). Investigar los problemas públicos: con y más allá de Joseph Gusfield. En J. Gusfield (Ed.), *La cultura de los problemas públicos: el mito del conductor alcoholizado versus la sociedad inocente*, 11-58. Siglo Veintiuno Editores Argentina S. A.

Cobb, R., & Elder, C. (1971). The Politics of Agenda-Building: An Alternative Perspective For Modern Democratic Theory. *The Journal of Politics*. 33(4), 892-915, doi: <https://doi.org/10.2307/2128415>

Creswell, J. W., & Plano-Clark, V. L. (2007). *Designing and conducting mixed methods research*. Sage Publications, Inc.

Dader, J. L. (1990). Las teorías contemporáneas. En A. Muñoz-Alonso et ál., *Opinión pública y comunicación política*, 186-217. EUEDEMA, S.A.

- Dearing, J., & Rogers, E. (1996). *Agenda-setting* (Vol. 6). Sage Publications, Inc.
- Entman, R. M. (2004). *Projection of power. Framing news, public opinion and U.S. foreign policy*. The University of Chicago Press.
- Erbring, L., Goldenberg, E., & Miller, A. (1980). Front-page news and real-world cues: A new look at agenda-setting by the media. *American Journal of Political Science*, 24(1), 16-49, doi: <https://doi.org/10.2307/2110923>
- Flisfisch, A. (1989). Gobernabilidad y consolidación democrática: sugerencias para la discusión. *Revista Mexicana de Sociología*, 3, 113-133, doi: <https://doi.org/10.2307/3540748>
- Fortner, R., Sneseva, A., & Tsitovich, K. (2014). Media, Civil Society, and the Public Sphere: History and Current Thinking. En R. Fortner & P. Fackler (Eds.), *The Handbook of Media and Mass Communication Theory*, 314-332. John Wiley & Sons, Inc.
- Funkhouser, G. (1973). The issues of the sixties: An exploratory study in the dynamics of public opinion. *The Public Opinion Quarterly*, 37(1), 62-75. Recuperado el 11/01/2021 en <http://www.jstor.org/stable/2747815>
- Garraud, P. (1990). Politiques nationales: Élaboration de L'Agenda. *L'Année Sociologique (1940/1948-)*, 40, 17-41. Recuperado el 11/01/2021 en <http://www.jstor.org/stable/27890055>
- Ghanem, S. (1997). Filling in the Tapestry: The Second Level of Agenda Setting. En M. McCombs; D. Shaw, & D. Weaver. *Communication and Democracy: exploring the intellectual Frontiers in Agenda-setting theory*. 3-14. Routledge.
- Goffman, E. (2006). *Frame Analysis. Los marcos de la experiencia*. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Guo, L., Tien Vu, H., & McCombs, M.E. (2012). An Expanded Perspective on Agenda-Setting Effects: Exploring the third level of agenda setting. *Revista de Comunicación*, 11, 51-68. Recuperado el 15/01/2021 en <https://revistadecomunicacion.com/es/articulos/2012/Art051-068.html>
- Hazelrigg, L. (1986). Is there a choice between "Constructionism" and "Objectivism"? *Social Problems*, 33(6), S1-S13, doi: <https://doi.org/10.2307/800671>
- Headley, M., & Plano-Clark, V. (2020). Multilevel mixed methods research designs: Advancing a refined definition. *Journal of Mixed Methods Research*, 14(2), 145-163, doi: <https://doi.org/10.1177/1558689819844417>

- Higgins, E. (1996). Knowledge activation: Accessibility, applicability, and salience. En E. Higgins & A. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles*, 133-168. The Guilford Press.
- Hilgartner, S., & Bosk, C. (1988). The rise and fall of social problems: A public arenas model. *American Journal of Sociology*, 94(1), 53-78. Recuperado el 14/01/2021 en <http://www.jstor.org/stable/2781022>
- Hjarvard, S. (2016). Mediatización: reencuadrando el análisis de los efectos de los medios. *In Mediaciones de la Comunicación*, 11(11), 33-56, doi: <https://doi.org/10.18861/ic.2016.11.11>
- Hubbard, J., Defleur, M., & Defleur, L. (1975). Mass media influences on public commencements of social problems. *Social Problems*, 23(1), 22-34, doi: <https://doi.org/10.2307/799625>
- Iyengar, S. (2017). A typology of media effects. En K. Kenski & K. Hall Jamieson (Eds.), *The Oxford Handbook of Political Communication*, 59-68. Oxford University Press.
- Iyengar, S., & Kinder, D. (1987). *News that matters: Television and american opinion*. University of Chicago Press.
- Iyengar, S., & Reeves, R. (1997). *Do the media govern? Politicians, Voters, and Reporters in America*. SAGE Publications Inc.
- Jácome, F. (1997). Democracia y gobernabilidad. Apuntes para el caso venezolano. En E. Cardozo & R. Hillman (Comps.), *De una a otra gobernabilidad: el desbordamiento de la democracia venezolana*, 41-60. Fondo Editorial Tropykos.
- King, G., Keohane, R., & Verba, S. (2000). *El diseño de la investigación social. La inferencia científica en los estudios cualitativos*. Alianza Editorial, S. A.
- Kitsuse, J., & Spector, M. (1973). Toward a Sociology of Social Problems: Social Conditions, Value-Judgments, and Social Problems. *Social Problems*, 20(4), 407-419, doi: <https://doi.org/10.2307/799704>
- Kosicki, G. (1993). Problems and Opportunities in Agenda-Setting Research. *Journal of Communication*, 43(2), 100-127, doi: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01265.x>
- Krippendorff, K. (1990). Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. Ediciones Paidós Ibérica, S. A.
- Lauer, R. H. (1976). Defining social problems: Public and professional perspectives. *Social Problems*, 24(1), 122-130, doi: <https://doi.org/10.2307/800329>
- Lorenc, Federico (2005). La sociología de los problemas públicos. Una perspectiva crítica para el estudio de las relaciones entre la sociedad y la política. *Nómadas*, 12(2). Recuperado el 06/01/2021 en <https://www.theoria.eu/nomadas/12/florenc.pdf>

- Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas*. Anthropos Editorial, S.A.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- McCombs, M., Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187, doi: <https://doi.org/10.1086/267990>
- McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Nardacchione, G. (2017). Sociologías pragmáticas y pragmatistas. Contextualización académico-conceptual para una deriva en proceso. *Revista de la Carrera de Sociología*, 7(7), 158-178. Recuperado el 29/01/2021 en <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/entramadosyperspectivas/article/view/2598>
- Roessler, P. (2008). Agenda-setting, Framing and Priming. En W. Donsbach, & M, Traugott. *The Sage Handbook of Public Opinion Research*. 205-217. SAGE Publications Ltd.
- Rojas-Calderón, A. (2022a). Propuesta metodológica integradora para investigar la tematización en la comunicación política. *Comunicación & Métodos*, 4(1), 73-90, doi: <https://doi.org/10.35951/v4i1.155>
- Rojas-Calderón, A. (2022b). El condicionamiento del capital simbólico en la tematización: viejos y nuevos medios. En Liberal, S., y Rodríguez, M. (Coords.) . *Redes sociales en tiempos de la Covid-19: narrativas, bulos, algoritmos y marcos normativos*, 25-54. McGraw-Hill.
- Rojas-Calderón, A. (2021a). Complejidad, tematización y convivencia: análisis de los mensajes en Twitter sobre los problemas públicos de los actores políticos de Venezuela en 2019. En Sánchez-Gutiérrez, B., y Pineda, A. *Comunicación política en el mundo digital: tendencias actuales en propaganda, ideología y sociedad*, 49-75. Dykinson, S. L.
- Rojas-Calderón, A. (2021b). El uso de Twitter en la tematización política: novedad o continuidad. El caso de las elecciones españolas en 2019. En Sotelo, J., y González, J. *Digital media: el papel de las redes sociales en el ecosistema educomunicativo en tiempos de Covid-19*, 715-739. McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L.
- Peñarín, C. (2020). Pragmática de la esfera pública. Issues, mediatización y controversias. En M. Álvarez-Peralta, *Controversias, narraciones y relatos mediáticos. Los problemas sociales en la esfera pública*, 9-28. Fragua.
- Peñarín, C. (2018). Mediación y mediatización de la comunicación pública. Una perspectiva pragmática. En M. Álvarez-Peralta, G. Fernández & L. Mazzoli (Eds.), *La mediación fragmentaria. Mediatización y controversia en la nueva*

esfera pública, 11-36. Cuadernos Artesanos de Comunicación / 132. Sociedad Latina de Comunicación Social. Recuperado el 27/01/2021 en <http://www.cuadernosartesanos.org/2017/cac132.pdf>

Rogers, E., & Dearing, J. (1988) Agenda-Setting Research: Where Has It Been, Where Is It Going?, *Annals of the International Communication Association*, 11(1), 555-594, doi: <https://doi.org/10.1080/23808985.1988.11678708>

Saiz, Vanesa (2018). La incidencia de la escenificación mediática de las controversias en sus expectativas de resolución. En M. Álvarez-Peralta, G. Fernández & L. Mazzoli (Eds.), *La mediación fragmentaria. Mediatización y controversia en la nueva esfera pública*, 123-146. Cuadernos Artesanos de Comunicación / 132. Sociedad Latina de Comunicación Social. Recuperado el 27/01/2021 en <http://www.cuadernosartesanos.org/2017/cac132.pdf>

Sampedro, V. (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Ediciones Istmo, S. A.

Saperas, E. (1987). *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas. Las recientes investigaciones en torno a los efectos de la comunicación de masas: 1970-1986*. Editorial Ariel, S. A.

Scheufele, D. A., & Iyengar, S. (2017). The state of framing research: A call for new directions. En K. Kenski & K. Hall Jamieson (Eds.), *The Oxford handbook of political communication*, 619-632. Oxford University Press.

Scheufele, D., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda-setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57(1), 9-20, doi: <https://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x>

Schneider, J. (1985). Defining the definitional perspective on social problems. *Social Problems*, 32(3), 232-234, doi: <https://doi.org/10.2307/800682>

Spector, M., & Kitsuse, J. (1973). Social problems: A re-formulation. *Social Problems*, 21(2), 145-159, doi: <https://doi.org/10.2307/799536>

Takeshita, T. (1997). Exploring the Media's Roles in Defining Reality: From Issue-Agenda Setting to Attribute-Agenda setting. En M. McCombs; D. Shaw, & D. Weaver. *Communication and Democracy: exploring the intellectual Frontiers in Agenda-setting theory*. 15-27. Routledge.

Valera, L. (2016). El sesgo mediocéntrico del framing en España: una revisión crítica de la aplicación de la teoría del encuadre en los estudios de comunicación. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación*, 21(41), 13-31 doi: <https://doi.org/10.1387/zer.17259>

Valles, M. (2000). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Editorial Síntesis, S. A.

Venturini, T. (2010). Diving in magma: how to explore controversies with actor-network theory. *Public Understanding of Science*, 19(3), 258–273. doi: <https://doi.org/10.1177/0963662509102694>