

# **ENTRE PROSISTEMAS Y ANTISISTEMAS FUNDAMENTALES: EL ÍNDICE REN COMO ALTERNATIVA DE ANÁLISIS DE LAS RETÓRICAS POLÍTICAS DE CAMPAÑA DESDE LA MODERACIÓN**

**Julio César Castiblanco Sierra**

**Universidad Nacional Autónoma de México**

[jccastiblanco@politicas.unam.mx](mailto:jccastiblanco@politicas.unam.mx)

## **Resumen:**

En la época reciente a nivel latinoamericano y europeo ha resultado recurrente la emergencia de opciones políticas de oposición altamente competitivas denominadas como antisistema o anti-establecimiento. La alta dispersión teórica respecto a conceptos y definiciones, la inconsistencia en los parámetros de referencia sobre las categorías asociadas con las posturas ‘anti’, así como las escasas alternativas replicables para el análisis empírico, representan limitantes para adelantar estimaciones y mediciones sobre estos comportamientos políticos e interpretarlos comparativamente los contextos político-electorales sobre los que se configuran.

Partiendo de un reconocimiento de estos posicionamientos como mecanismos de contestación política, basados en procesos contextuales de adecuación estratégica de las comunicaciones, se ha desarrollado un modelo de análisis de las retóricas de candidatos basado en la codificación y cuantificación de contenidos de las campañas, a través de tres categorías de encuadres (problemas, causas y soluciones), cuyos resultados son sometidos a un procedimiento de puntuación y de ponderación desarrollando tres indicadores.

A partir de estos indicadores se ha creado el índice de la retórica estratégicamente normalizada (REN) como instrumento de medición orientado a la comparación de las retóricas de los candidatos, en función de una estimación de los niveles de normalización (moderación) de las campañas respecto a la política dominante o establecida. De acuerdo con los intervalos de normalización del índice REN, se ha propuesto como marco de interpretación una clasificación de cinco formas que puede adoptar una retórica de campaña: prosistema; ecléctica; restaurativa; antisistema reformista; y antisistema fundamental.

Bajo el propósito de comparar las retóricas de campaña de los principales candidatos presidenciales de Costa Rica y Colombia en el 2022, se aplicó la medición del índice REN, reportándose a través de los resultados la presencia de siete casos donde la retórica se calificó como ecléctica, cinco casos de retórica restaurativa, un caso de retórica prosistema y un caso de retórica antisistema reformista

Este modelo de análisis representa una alternativa replicable para la interpretación comparativa de las retóricas políticas de campaña a través de la contrastación de diferentes contextos de competencia electoral y variaciones a través de series de tiempo.

## **Introducción**

A nivel latinoamericano se ha hecho más recurrente el decurso de procesos de competencia electoral caracterizados por la presencia de opciones presidenciales altamente competitivas comúnmente referidas como antisistema. Las elecciones presidenciales de Costa Rica y Colombia en el 2022 evidenciaron formas diferenciadas de este fenómeno, principalmente con la victoria de candidatos que posicionaron sus retóricas de campaña en torno al rechazo a los principios de la política establecida. Se ha considerado pertinente establecer estimaciones más precisas sobre la configuración de las retóricas políticas en desarrollo de los procesos de competencia político-electoral, considerando como parámetro central de análisis los niveles de respecto a su aproximación o distanciamiento de la política dominante.

La literatura sobre la retórica política antisistema, antiestablecimiento, antiélite y otras derivaciones conceptuales sobre los posicionamientos ‘anti’ se ha apoyado del análisis empírico de procesos asociados con el desarrollo de la denominada tercera ola de democratización, a propósito del comportamiento de las fuerzas de oposición y populistas frente a episodios de crisis de legitimidad y representación (p. ej. Pytlas, 2022a y 2022b; Ceron et al., 2020; Engler et al., 2019).

Recientemente este tipo de investigaciones ha tenido resonancia a través de estudios sobre casos latinoamericanos en asociación con análisis sobre el populismo y la emergencia de nuevas fuerzas políticas tanto de derecha como de izquierda (p. ej. Melendez, 2022; Zanotti y Roberts,

2021; Aragón, 2021). Asimismo, los estudios sobre posicionamientos ‘anti’ han escalado al análisis de casos de democracias consolidadas en países desarrollados, como el caso de Estados Unidos en la época reciente (p. ej.: Uscinski et al., 2021; Hansen y Treul, 2021; Schrock et al., 2018).

Las principales lecturas académicas sobre las políticas antisistema, como categoría que agrupa diferentes adaptaciones conceptuales de los posicionamientos políticos ‘anti’, varían en función de la transversalidad de ámbitos teórico-conceptuales relevantes como: los tipos de partidos políticos; la composición de los sistemas de partidos; el carácter ideológico de estas conductas; la incidencia de ideas y perfiles políticos populistas; la asociación de estas expresiones políticas con la representación de sectores sociales y económicos excluidos; así como los alcances de las retóricas políticas expresadas.

En torno a este último componente, el académico Bartek Pytlas destaca que la política antisistema se entiende “como una impugnación fundamental de la ‘política habitual’ representativa y de aquellos que se considera ejercen ilegítimamente el poder político” (Pytlas, 2022a: 3), destacando que los procesos de campaña están caracterizados por formas diferenciadas de contestación planteadas con niveles variables de moderación o radicalismo. Estas expresiones narrativas pueden oscilar entre un posicionamiento que puede categorizarse como “completamente antisistema” en su sentido más radical, o como “fundamentalmente correctivo” en términos de una postura altamente moderada, esto a fin de ampliar el nivel de atractivo con el que se presenta una opción partidista frente a otras (Pytlas, 2022a).

Se estima que los partidos y líderes políticos que se incorporan a los procesos de competencia electoral emplean fórmulas de normalización estratégica que conducen a moderar los límites de las retóricas de contestación empleadas en las campañas, esto como medio para proveerse de una mayor legitimidad y credibilidad entre los electores, quienes por defecto tienden a desconfiar de las posturas radicales y, en contraste, buscan formas de alternancia más serias, viables y respetables (Pytlas, 2022<sup>a</sup>: 2 y 6, a partir de Bos y Van der Brug, 2010; y McDonnell y Werner, 2017).

A través de una adaptación conceptual que incorpora elementos propios de la teoría de los encuadres (*framing*), desde la perspectiva de autores como Gamson (2004) y Entman (2010), se

puede considerar que la política antisistema representa una actitud política de oposición que expresa el rechazo generalizado sobre la política dominante, las élites gobernantes y el régimen político establecido, estimando en su lugar el planteamiento de un proyecto político contrapuesto a los parámetros de la política convencional. La impugnación de la política antisistema se representa a través del desarrollo de mecanismos retóricos intensionales, variables y temporales, que incluyen la enunciación de conflictos y problemas, la asociación de agentes y estructuras políticas causantes o responsables de los problemas, así como el planteamiento de soluciones fundamentadas en tipos de política, estilos de gobierno y cambios estructurales.

En periodos de competencia político-electoral, las retóricas políticas de campaña, incluyendo aquí las asociadas con la política antisistema, se adecúan en función de los grados de moderación que representan los tipos de posicionamientos en torno a la definición de problemas, el establecimiento de causas y el planteamiento de soluciones, empleando fórmulas de normalización estratégica que conducen a moderar o radicalizar los límites de las declaraciones planteadas, esto como medio para equilibrar los atributos de legitimidad, credibilidad y diferenciación de un partido o candidatura, a fin de hacerla más atractiva electoralmente frente a otras opciones políticas.

A partir de esta base conceptual sobre los procesos de adecuación estratégica que presentan los contenidos comunicacionales emitidos en contextos de competencia político-electoral y bajo el objetivo de caracterizar las retóricas políticas de campaña de los principales candidatos presidenciales de Costa Rica y Colombia en el 2022, se realizó un análisis de encuadres (*framing*) orientado a la evaluación de seis categorías cualitativas presentes en las declaraciones de campaña de catorce casos de estudio: los seis principales candidatos en la primera vuelta de las elecciones de Costa Rica, los cuatro principales candidatos en la primera vuelta de las elecciones de Colombia y las dos candidaturas que avanzaron a la segunda vuelta en cada país. A fin de avanzar sobre una estimación de los grados de moderación en los contenidos de campaña en estos casos de estudio, se desarrolló el denominado índice de la retórica estratégicamente normalizada (REN), a partir de tres indicadores contruidos mediante la ponderación de los resultados de tres categorías de encuadres analizadas (*Problemas, Causas y Soluciones*).

El índice REN incorpora en su matriz de interpretación una clasificación de las retóricas de campaña de acuerdo con los niveles de normalización estratégica que reporta cada caso de

estudio, respecto a su mayor o menor aproximación o distanciamiento de la política dominante o establecida, en función de cinco clases: (1) retóricas prosistema (nivel muy alto de normalización) caracterizadas por la aprobación generalizada de la política establecida o dominante; (2) retóricas eclécticas (nivel alto de normalización) referidas a un posicionamiento donde se equilibran o concilian elementos de aprobación y crítica moderada a los parámetros de la política dominante; (3) retóricas restaurativas (nivel medio de normalización) que comprenden esencialmente posicionamientos caracterizados por un rechazo moderado a la política establecida; (4) retóricas antisistema reformistas (nivel bajo de normalización) caracterizadas por un rechazo significativo a la política dominante; y (5) retóricas antisistema fundamentales (nivel muy bajo de normalización) definidas por un rechazo radical a la política dominante.

Tanto el índice REN como la clasificación de las retóricas políticas representa una alternativa interpretativa que permite comparar diferentes expresiones variables de rechazo o aprobación sobre las políticas establecidas, tomando como referente las adecuaciones narrativas que expresan los contenidos de divulgación de las campañas de diferentes candidaturas, bajo el parámetro de la normalización estratégica que integra elementos lógicos propios de los procesos de competencia político-electoral, el desarrollo de las comunicaciones políticas y las diferentes facetas de los posicionamientos de oposición. Esta propuesta analítica además abona a lo señalado por Barr (2009: 31) respecto a la intención de superar, a través de una visión analítica más amplia, las restricciones impuestas por los límites terminológicos de las diferentes categorías sobre los posicionamientos ‘anti’.

## **Métodos**

El estudio acá presentado corresponde a la segunda fase del proyecto de investigación doctoral actualmente en curso y se compone de dos procesos de análisis subsecuentes. En primer lugar se desarrolló un ejercicio de análisis de encuadres (*framing*), a partir de una muestra de contenidos de campaña de los principales candidatos de cada país y, en segundo lugar, se adelantó la estimación de los niveles de normalización estratégica (moderación) de las retóricas de campaña de estos candidatos a través del cálculo de puntajes a través del índice REN.

Ambos procesos de análisis están estructurados metodológicamente en función de catorce casos de estudio que corresponden a los contenidos de campaña de los siguientes candidatos presidenciales en el contexto electoral costarricense: Rodrigo Chaves –primera vuelta (P.V.)– por el Partido Progreso Social Democrático (PSD); José María Figueres (P.V.) del Partido Liberación Nacional (PLN); Fabricio Alvarado del Partido Nueva República (PNR); Eliécer Feinzaig del Partido Liberal Progresista (PLP); Lineth Saborío del Partido Unidad Social Cristiana (PUSC); José María Villalta del Partido Frente Amplio (FA); Rodrigo Chaves –segunda vuelta (S.V.)– (PSD); y José María Figueres (S.V.) (PLN). Por su parte en el contexto electoral colombiano se tomaron en cuenta los contenidos de campaña de los candidatos: Gustavo Petro (P.V.) por la coalición Pacto Histórico (PH); Rodolfo Hernández (P.V.) por el partido Liga de Gobernantes Anticorrupción (LIGA); Federico Gutiérrez por la coalición Equipo por Colombia (EPC); Sergio Fajardo por la coalición Centro Esperanza (CE); Gustavo Petro (S.V.) (PH); y Rodolfo Hernández (S.V.) (LIGA).

El análisis de encuadres se desarrolló en función de un modelo de interpretación y codificación de enunciados basado en seis categorías sustentadas a través de los planteamientos de Entman (2010) y Gamson (2004), así como un énfasis teórico conceptual referido a partir de adecuaciones conceptuales de los planteamientos sobre las retóricas políticas antisistema de Pytlas (2022a), Engler et al. (2019) y De Vries y Hobolt (2020). Adicionalmente, se agruparon otros conceptos clave dentro del estudio de fenómenos particulares como la prominencia de los asuntos públicos (Budge y Farlie, 1983), las evaluaciones morales en la política (Bowe, 2014) y el populismo (Engler et al, 2019; Hawkins, K. y Kaltwasser, 2019; y Norris, 2020).

En función de las seis categorías de encuadre planteadas se creó un libro de setenta y cinco códigos agrupando cuarenta y nueve códigos alrededor de la categoría *Asuntos tratados*, dos en la categoría *Definición de problemas*, cinco en la categoría *Establecimiento de causas*, diez en la categoría del *Uso de evaluaciones morales*, cinco en la categoría *Planteamiento de soluciones* y cuatro en la categoría *Ideas populistas*, tal como se aprecia en la tabla 1.

**Tabla 1.** Categorías de encuadre y códigos

<i>Categoría de encuadre</i>	<i>Códigos</i>
------------------------------	----------------

<b><i>Asuntos tratados</i></b>	<i>Afrodescendientes, Ambiente, Bienestar, Ciencia, Comercio, Comunicaciones, Corrupción, Cultura, Deporte, Derechos, Discapacidad, Diversidad, Economía, Educación, Empleo, Energía, Exteriores, Financiero, Fronteras, Género, Gobernanza, Gobierno, Hacienda, Igualdad, Impuestos, Indígenas, Industria, Inflación, Infraestructura, Jóvenes, Judicial, Migración, Narcotráfico, Niñez, Orden, Pandemia, Paz, Pensiones, Pobreza, Recursos, Rural, Salud, Saneamiento, Seguridad, Territorio, Transporte, Turismo, Vejez, Vivienda.</i>
<b><i>Definición de problemas</i></b>	<i>Problema convergente, Problema divergente.</i>
<b><i>Establecimiento de causas</i></b>	<i>Élite genérica, Élite política, Externa, Sistema internacional, Sistema político.</i>
<b><i>Uso de evaluaciones morales</i></b>	<i>Autoridad, Cuidado, Daño, Degradación, Espiritualidad, Justicia, Lealtad, Subversión, Traición, Trampa.</i>
<b><i>Planteamiento de soluciones</i></b>	<i>Ampliación, Cambio política, Cambio sector, Cambio sistema, Corrección.</i>
<b><i>Ideas populistas</i></b>	<i>Conflicto, Intereses, Legitimidad, Voluntad.</i>

Fuente: elaboración propia, a partir de literatura referenciada.

Paralelamente se adelantó el diseño y levantamiento de una muestra dirigida (no probabilística) de carácter teórico-conceptual, correspondiente a setenta y dos contenidos textuales de declaraciones de los catorce casos de estudio, divulgados durante los periodos de campañas electorales previo a la realización de la primera vuelta y la segunda vuelta en cada país.

Tomando como base de análisis el libro de códigos, se adelantó a través de un ambiente de trabajo en el software Atlas.ti la fase de revisión directa, evaluación y codificación de los contenidos de campaña incluidos en la muestra, obteniéndose a partir de este ejercicio una base de datos correspondiente a novecientas cuarenta y cinco citas que contrastan la presencia o ausencia de los setenta y cinco códigos en torno a diferentes enunciados planteados a través de las declaraciones en los catorce casos analizados.

A partir de esta base de datos se adelantó un proceso de interpretación de los resultados a la luz de parámetros cuantitativos, obteniendo inferencias relevantes sobre los encuadres predominantes para cada caso de estudio y en un sentido general sobre los principales encuadres en cada país.

Tomando como referencia esta base de datos se consideró asimismo el desarrollo de un instrumento cuantitativo de ponderación y contrastación de variables, incorporado a través de un índice que integra los datos de tres categorías asociadas con las retóricas de campaña que fueron incluidas en el modelo de análisis de encuadres descrito previamente.

El denominado índice de la retórica estratégicamente normalizada (REN) (tabla 2) representa un instrumento de medición orientado a la comparación e interpretación de las retóricas de campaña, en términos de la distribución ponderada de las categorías *Definición de problemas*, *Establecimiento de causas* y *Planteamiento de soluciones*, considerando una visión agrupada sobre las variaciones en los grados de moderación de estas tres categorías convertidas en indicadores respecto a una puntuación determinada para cada código y que se corresponde con formas mayor o menormente normalizadas de contestación respecto a la política dominante o establecida.

Las puntuaciones del índice, comprendidas entre 0 y 1, expresan una direccionalidad inversa respecto al nivel de normalización estratégica de la retórica, toda vez que los valores más bajos o cercanos a cero son indicativos de un mayor grado de moderación de la retórica respecto a la política dominante o tradicional, mientras que los valores altos o próximos a 1 son expresión de un menor grado de moderación en la retórica frente a la política dominante. De acuerdo con lo señalado, se infiere que los valores del índice REN son evidencia del posicionamiento de las retóricas de campaña en torno a cinco niveles o intervalos de normalización de las retóricas tal como se expresa en la tabla 2.



**Tabla 2.** Índice de la retórica estratégicamente normalizada

<b>Normalización estratégica</b>	<b>Intervalos</b>	<b>Tipo de retórica de campaña</b>
<b>Normalización muy alta</b>	<b>Entre 0 y 0.20</b>	Retórica prosistema, caracterizada por la aprobación generalizada de la política establecida o dominante.
<b>Normalización alta</b>	<b>Entre 0.21 y 0.40</b>	Retórica ecléctica, caracterizada por equilibrar y conciliar puntos de aprobación y de crítica moderada a la política establecida o dominante.
<b>Normalización media</b>	<b>Entre 0.41 y 0.60</b>	Retórica restaurativa, caracterizada por un rechazo moderado a la política establecida.
<b>Normalización baja</b>	<b>Entre 0.61 y 0.80</b>	Retórica antisistema reformista, caracterizada por un rechazo significativo a la política dominante.
<b>Normalización muy baja</b>	<b>Entre 0.81 y 1</b>	Retórica antisistema fundamental, caracterizada por un rechazo radical a la política dominante.

Fuente: elaboración propia.

Para la construcción del índice REN se adelantaron los siguientes tres pasos. En primer lugar, los códigos asignados a la categoría *Definición de problemas* se transformaron en dos puntajes (0 y 1) integrando el indicador denominado *Problemas (P)*, bajo la configuración de una variable de carácter binario o *dummy*. Por su parte, los códigos asignados a las categorías *Establecimiento de causas* y *Planteamiento de soluciones* se transformaron en cinco puntajes (0, 0.25, 0.5, 0.75 y 1), integrando de forma independiente los indicadores denominados *Causas (C)* y *Soluciones (S)*, configurando para cada uno una variable de carácter ordinal.

En segundo lugar, a partir de los datos transformados en puntajes, se calculó para cada indicador la media ponderada, referida como la sumatoria de los productos de la multiplicación de cada

puntaje por la suma de los pesos de cada código, la cual se dividió por la suma de los pesos totales del indicador.

En tercer lugar, el valor calculado del índice REN se obtuvo por la sumatoria de los productos de la multiplicación de cada media ponderada por el peso total de cada indicador, dividida por la suma total de los pesos de los tres indicadores.

La clasificación de las retóricas de campaña planteada a través de cinco intervalos de normalización calculados mediante el índice REN representa una propuesta propia y alternativa de análisis dirigida a la interpretación de las conductas estratégicas de las adecuaciones comunicativas de las campañas, a partir de una adaptación de las visiones interpretativas de Entman (2010) y Gamson (2004) sobre los procesos de encuadre y de De Vries y Hobolt (2020) y Pytlas (2022a) sobre las retóricas antisistema.

## **Resultados**

A continuación se presentará un reporte general de los principales resultados de los dos procesos de análisis mencionados. Por un lado, se tratarán algunos fundamentos inferenciales observados con relación a los encuadres prominentes alrededor de las seis categorías de análisis y los catorce casos de estudio. Por otro lado, se examinarán los puntajes obtenidos en el índice REN respecto a los niveles de normalización estratégica que reportaron los diferentes casos de estudio.

### **Encuadres prominentes**

El análisis de encuadres desarrollado puso de manifiesto diferentes características relacionadas con las seis categorías evaluadas alrededor de las retóricas de campaña en los catorce casos de estudio. En este sentido, la tabla 3 presenta un resumen de los encuadres más prominentes alrededor de las seis categorías, destacando así un perfil general de cada uno de los casos de estudio.

Es claramente observable que el empleo, economía, gobierno, hacienda y corrupción correspondieron como los temas tratados más comunes en los contextos de campaña de Costa Rica y Colombia en el 2022, integrándose para algunos casos los temas de educación, impuestos y salud. En términos generales todas las retóricas de campaña en los diferentes casos analizados

incorporaron de forma prominente temas con énfasis social, económico y político-institucional. La convergencia de estos componentes pudo estimarse como efecto de la interacción de ofertas políticas temáticamente complejas y programáticamente multidireccionales.

Por su parte, los diferentes casos plantearon una definición de los problemas con un énfasis diferenciado alrededor de problemas de carácter convergente o divergente. Así bien, para los contextos de campaña de los dos países, se presentó una división suficientemente clara respecto a las retóricas predominantemente convergentes y aquellas predominantemente divergentes frente a las formas de definición de los problemas.

Con relación a las causas, vale mencionar que para ambos países se presentó una tendencia predominante al establecimiento de causas asociadas con las élites políticas. Si bien este fue un rasgo notable en términos de la generalidad, algunos casos analizados se diferenciaron a propósito del afianzamiento de posturas más o menos dominantes, referidas al establecimiento de causas externas y sobre la élite política, así como también algunos casos caracterizados por plantear retóricas sustentadas en posturas críticas respecto al establecimiento de causas asociadas con la élite genérica, el sistema político y el sistema internacional.

**Tabla 3.** Resumen sobre encuadres prominentes

	<i>Temas</i>	<i>Problemas</i>	<i>Causas</i>	<i>Soluciones</i>	<i>Evaluaciones</i>	<i>Populismo</i>
<i>Figueres (P.V.)</i>	<i>Empleo y economía</i>	<i>Convergentes</i>	<i>Élite política</i>	<i>Corrección de la política</i>	<i>Positivas</i>	<i>No populista</i>
<i>Chaves (P.V.)</i>	<i>Gobierno y economía</i>	<i>Divergentes</i>	<i>Élite genérica</i>	<i>Cambio de la política</i>	<i>Positivas</i>	<i>Populista de alta intensidad</i>
<i>Alvarado</i>	<i>Empleo y economía</i>	<i>Convergentes</i>	<i>Élite política</i>	<i>Corrección de la política</i>	<i>Positivas</i>	<i>Populista de alta intensidad</i>
<i>Feinzaig</i>	<i>Economía y hacienda</i>	<i>Divergentes</i>	<i>Sistema político</i>	<i>Cambio del sector</i>	<i>Negativas</i>	<i>Populista de baja intensidad</i>
<i>Saborío</i>	<i>Género y</i>	<i>Convergentes</i>	<i>Externa</i>	<i>Corrección de</i>	<i>Positivas</i>	<i>No</i>

	<i>empleo</i>			<i>la política</i>		<i>populista</i>
<i>Villalta</i>	<i>Empleo y economía</i>	<i>Convergentes</i>	<i>Sistema político</i>	<i>Corrección y cambio de la política</i>	<i>Positivas</i>	<i>No populista</i>
<i>Figueres (S.V.)</i>	<i>Hacienda y empleo</i>	<i>Convergentes</i>	<i>Élite política</i>	<i>Corrección de la política</i>	<i>Negativas</i>	<i>No populista</i>
<i>Chaves (S.V.)</i>	<i>Salud e impuestos</i>	<i>Divergentes</i>	<i>Élite política</i>	<i>Cambio de la política</i>	<i>Positivas</i>	<i>Populista de baja intensidad</i>
<i>Petro (P.V.)</i>	<i>Economía y corrupción</i>	<i>Divergentes</i>	<i>Élite política y genérica</i>	<i>Cambio en el sector y del sistema</i>	<i>Positivas y negativas</i>	<i>Populista de alta intensidad</i>
<i>Hernández (P.V.)</i>	<i>Corrupción y hacienda</i>	<i>Divergentes</i>	<i>Élite política</i>	<i>Cambio del sector</i>	<i>Positivas</i>	<i>Populista de baja intensidad</i>
<i>Gutiérrez</i>	<i>Seguridad y empleo</i>	<i>Convergentes</i>	<i>Élite política</i>	<i>Ampliación de la política</i>	<i>Positivas</i>	<i>Populista de alta intensidad</i>
<i>Fajardo</i>	<i>Educación y corrupción</i>	<i>Convergentes</i>	<i>Élite política</i>	<i>Corrección de la política</i>	<i>Positivas</i>	<i>No populista</i>
<i>Petro (S.V.)</i>	<i>Economía y gobierno</i>	<i>Divergentes</i>	<i>Élite política</i>	<i>Cambio de la política y cambio del sistema</i>	<i>Positivas</i>	<i>Populista de baja intensidad</i>
<i>Hernández (S.V.)</i>	<i>Educación y corrupción</i>	<i>Divergentes</i>	<i>Élite política</i>	<i>Cambio de política y del sector</i>	<i>Positivas y negativas</i>	<i>Populista de baja intensidad</i>

Fuente: elaboración propia, a partir de contenidos de campaña analizados.

A propósito de las soluciones, se logró estimar la confluencia de tres grupos de casos definidos por el planteamiento de determinadas soluciones diferenciadas en función de los alcances de la intervención. Así bien, el primer grupo se caracterizó por plantear soluciones en términos de ampliación o corrección de las políticas establecidas; el segundo grupo se definió por el planteamiento combinado de soluciones enfocadas en la corrección y el cambio de algunas políticas establecidas; y el tercer grupo se concentró en el desarrollo de propuestas de solución orientadas a la reforma de algunos sectores o a la reforma amplia de diferentes sectores de la administración gubernamental.

Entretanto, las adecuaciones que se presentaron en torno al uso de evaluaciones morales tanto en el contexto costarricense como colombiano, dieron por sentado un predominio de los juicios enfocados en estimaciones sobre el cuidado y el daño, al igual que sobre los planteamientos sobre justicia y trampa. En términos generales, parte importante de los casos analizados optaron por inclinar su retórica de campaña en términos valorativos positivos, en contraste con los casos que plantearon de forma predominante evaluaciones negativas o equilibradas.

El uso de las evaluaciones morales cumplió una función multidireccional que abarcó aspectos transversales como el reconocimiento de atributos particulares dentro del perfil político de los candidatos y de las ofertas políticas propuestas, así como mecanismo para enfatizar cuestionamientos sobre las actuaciones políticas pasadas y el efecto negativo latente de algunos proyectos políticos contendientes.

Por último, las ideas populistas se pusieron de presente en algunas retóricas políticas de campaña de los casos de estudio. Los casos que aplicaron este tipo de ideas en sus planteamientos retóricos pudieron distinguirse en función de retóricas populistas de alta intensidad, donde estas ideas fueron más recurrentes, y retóricas populistas de baja intensidad, presente en ciertos casos donde estas ideas fueron poco frecuentes.

Tal como se ha podido apreciar, las retóricas políticas de campaña representaron mecanismos comunicacionales estratégicos caracterizados por múltiples factores posicionales correlacionados, esto en función de la construcción de ofertas políticas diferenciadas en torno a su mayor o menor nivel de normalización respecto a las políticas dominantes o establecidas. Con el propósito de formular una lectura unificada sobre la estimación de los grados de moderación de las retóricas

políticas de campaña en los casos de estudio, a continuación se presenta un ejercicio de análisis que permitirá calificarlos y clasificarlos.

### **La moderación de las retóricas de campaña**

Al calcular el índice REN a partir de los datos obtenidos mediante el proceso de codificación de la muestra de contenidos de campaña en los catorce casos de estudio, se logró obtener una estimación ponderada y de comparación sobre las variaciones en los niveles de normalización de las retóricas de campaña, permitiendo a su vez la categorización de cada caso a una clase de retórica política fundamentada por su mayor aproximación o distanciamiento con la política establecida en cada país (tabla 4).

**Tabla 4.** Índice de la retórica estratégicamente normalizada y medias ponderadas

	<i><b>Problemas</b></i> <i><b>(<math>\bar{X}_w</math>)</b></i>	<i><b>Causas</b></i> <i><b>(<math>\bar{X}_w</math>)</b></i>	<i><b>Soluciones</b></i> <i><b>(<math>\bar{X}_w</math>)</b></i>	<i><b>REN</b></i>	<i><b>Tipo de retórica</b></i>
<i>Figueres (P.V.)</i>	<i>0.28</i>	<i>0.36</i>	<i>0.29</i>	<i><b>0.29</b></i>	<i>Ecléctica</i> <i>(normalización</i> <i>alta)</i>
<i>Chaves (P.V.)</i>	<i>0.75</i>	<i>0.46</i>	<i>0.52</i>	<i><b>0.56</b></i>	<i>Restaurativa</i> <i>(normalización</i> <i>media)</i>
<i>Alvarado</i>	<i>0.2</i>	<i>0.35</i>	<i>0.34</i>	<i><b>0.31</b></i>	<i>Ecléctica</i> <i>(normalización</i> <i>alta)</i>
<i>Feinzaig</i>	<i>0.69</i>	<i>0.55</i>	<i>0.64</i>	<i><b>0.57</b></i>	<i>Restaurativa</i> <i>(normalización</i> <i>media)</i>
<i>Saborío</i>	<i>0.0</i>	<i>0.0</i>	<i>0.32</i>	<i><b>0.22</b></i>	<i>Ecléctica</i> <i>(normalización</i> <i>alta)</i>
<i>Villalta</i>	<i>0.34</i>	<i>0.16</i>	<i>0.4</i>	<i><b>0.34</b></i>	<i>Ecléctica</i> <i>(normalización</i>

					<i>alta)</i> <i>Ecléctica</i> <i>(normalización</i> <i>alta)</i>
<i>Figueres (S.V.)</i>	<i>0.09</i>	<i>0.46</i>	<i>0.29</i>	<b><i>0.27</i></b>	
					<i>Restaurativa</i> <i>(normalización</i> <i>media)</i>
<i>Chaves (S.V.)</i>	<i>0.56</i>	<i>0.39</i>	<i>0.44</i>	<b><i>0.45</i></b>	
					<i>Antisistema</i> <i>reformista</i> <i>(normalización</i> <i>baja)</i>
<i>Petro (P.V.)</i>	<i>0.87</i>	<i>0.45</i>	<i>0.73</i>	<b><i>0.69</i></b>	
					<i>Restaurativa</i> <i>(normalización</i> <i>media)</i>
<i>Hernández (P.V.)</i>	<i>0.93</i>	<i>0.42</i>	<i>0.51</i>	<b><i>0.59</i></b>	
					<i>Prosistema</i> <i>(normalización</i> <i>muy baja)</i>
<i>Gutiérrez</i>	<i>0.16</i>	<i>0.26</i>	<i>0.2</i>	<b><i>0.2</i></b>	
					<i>Ecléctica</i> <i>(normalización</i> <i>alta)</i>
<i>Fajardo</i>	<i>0.11</i>	<i>0.23</i>	<i>0.31</i>	<b><i>0.24</i></b>	
					<i>Restaurativa</i> <i>(normalización</i> <i>media)</i>
<i>Petro (S.V.)</i>	<i>0.67</i>	<i>0.37</i>	<i>0.67</i>	<b><i>0.56</i></b>	
					<i>Ecléctica</i> <i>(normalización</i> <i>alta)</i>
<i>Hernández (S.V.)</i>	<i>0.57</i>	<i>0.22</i>	<i>0.5</i>	<b><i>0.4</i></b>	

Fuente: elaboración propia, a partir de contenidos de campaña analizados.

De acuerdo con los resultados reportados a través del cálculo del índice REN se ha podido constatar que de los catorce casos de estudio siete puntuaron en el intervalo de normalización alta, clasificándose su retórica de campaña como ecléctica. Cinco casos de estudio se

posicionaron en el intervalo de normalización media, clasificando su retórica de campaña como restaurativa. Entretanto, uno de los casos de estudio puntuó en el intervalo de normalización muy alta, a lo cual su retórica de campaña se calificó como prosistema. Asimismo, uno de los catorce casos de estudio puntuó en el intervalo de normalización baja, por lo que su retórica de campaña se calificó como antisistema reformista. Destaca que entre los catorce casos ninguno alcanzó el puntaje en el intervalo de normalización muy baja donde la retórica de campaña se califica como antisistema fundamental.

De acuerdo con los resultados, se puede señalar que en el contexto de las campañas presidenciales de Costa Rica de 2022, los ocho casos analizados se agruparon de la siguiente forma de menor a mayor nivel de normalización estratégica: Feinzaig, Chaves (P.V.), Chaves (S.V.), Villalta, Alvarado, Figueres (P.V.), Figueres (S.V.) y Saborío. Comparativamente las retóricas de campaña de estos candidatos expresaron formas de adecuación diferenciadas en torno a tipos de contenidos con una tendencia mayor o menormente moderada.

Así bien, destacó de forma relevante en el contexto costarricense la retórica de campaña del candidato del PLP Eliécer Feinzaig clasificada como restaurativa ( $REN = 0.57$ ), en cuanto representó en términos agregados un posicionamiento político con un nivel medio de normalización. La retórica de Feinzaig representó el posicionamiento político más crítico de todos los casos analizados en el contexto costarricense, caracterizándose por una fuerte tendencia hacia la definición de problemas divergentes y el planteamiento de soluciones dirigidas predominantemente hacia las reformas sectoriales.

Por su parte, la retórica de campaña del candidato del PSD Rodrigo Chaves (P.V.), clasificada como restaurativa ( $REN = 0.56$ ) a través de un nivel de normalización medio, representó el segundo posicionamiento menos moderado en el contexto de campañas de Costa Rica. La retórica de Chaves (P.V.) puso de presente un reconocimiento ampliamente divergente sobre la definición de problemas asociados principalmente al ámbito económico y el gobierno, se centró la atención sobre el reconocimiento prominente de causas relacionadas a la intervención de una élite genérica, los cuales denominó “Señores feudales” al ser propietarios de diferentes monopolios económicos, adicionalmente se desarrolló una oferta política enfocada en cambios de las políticas y algunas reformas a sectores de gobierno.



En contraste, la retórica de campaña de Rodrigo Chaves (S.V.), clasificada como restaurativa ( $REN = 0.45$ ) en un nivel de normalización media, se posicionó como el tercer posicionamiento menos moderado en el contexto costarricense. La retórica de Chaves en segunda vuelta reportó un grado de moderación más amplio con relación a la retórica propuesta en primera vuelta. Chaves en segunda vuelta planteó una visión crítica más simplificada respecto al planteamiento de problemas divergentes, se aproximó a un reconocimiento de causas asociadas con la élite política, en reemplazo de la estimación sobre las élites genéricas y se sostuvo en términos del planteamiento de soluciones a la luz de cambios de las políticas en torno a diferentes temas transversales como la salud, impuestos y la economía.

Por su parte, la retórica de campaña del candidato del PFA José María Villalta, clasificada como ecléctica ( $REN = 0.34$ ) en función de un nivel alto de normalización, representó el cuarto posicionamiento en el contexto de campañas costarricense en términos de su alcance crítico. La retórica de Villalta varió de forma considerable respecto a los casos mencionados, particularmente al combinar nociones críticas con planteamientos afines a las políticas dominantes.

Entretanto, la retórica de campaña del candidato del PNR Fabricio Alvarado, clasificada como ecléctica ( $REN = 0.31$ ) a través de un nivel alto de normalización, supuso un acercamiento más evidente sobre los fundamentos de la política establecida en comparación con los casos referidos previamente. Las estimaciones críticas dentro de la retórica de campaña de Alvarado se extendieron en función de un establecimiento de causas relacionadas con las acciones políticas de las élites gobernantes. En tanto, las soluciones determinadas en la oferta política de Alvarado se sustentaron en medidas de corrección de la política.

Por su parte, la retórica de campaña del candidato del PLN José María Figueres (P.V.), clasificada como ecléctica ( $REN = 0.29$ ) en función de un nivel alto de normalización. La retórica empleada por Figueres en primera vuelta se estructuró como una combinación de posicionamientos predominantemente afines a la política establecida y algunos elementos críticos moderados.

Seguidamente, se reportó la retórica de campaña de José María Figueres (S.V.), ( $REN = 0.27$ ), clasificada como ecléctica en función de un nivel alto de normalización. La retórica de Figueres

en segunda vuelta se moderó de forma más extensa respecto a la política establecida en términos de una mayor definición de problemas a través de nociones convergentes.

Por último, la retórica de campaña de la candidata del PUSC Lineth Saborío, clasificada como ecléctica ( $REN = 0.22$ ) a propósito de un nivel alto de normalización, supuso el caso con mayor nivel de moderación y, por tanto, de aproximación hacia la política dominante, incorporando algunos rasgos críticos dentro de su retórica.

Hasta acá se ha podido reconocer un espectro diversificado respecto a los niveles de moderación en las retóricas de campaña de los ocho casos de estudio en el contexto de las campañas presidenciales de Costa Rica en 2022. En términos generales, destacó la retórica de Feinzaig como la menos moderada dentro de este conjunto de casos, mientras que la retórica de Saborío se desarrolló como la más moderada. Si bien estos dos casos se ubicaron en puntos opuestos, no ocuparon posiciones extremas en la escala de normalización medida por el índice REN, por lo cual sus retóricas se catalogaron como restaurativa en el caso de Feinzaig y ecléctica en el caso de Saborío.

Otro de los aspectos a resaltar dentro de este análisis refiere al mayor nivel de moderación que expresaron las retóricas de campaña de los casos correspondientes a segunda vuelta. Si bien, al comparar los casos de Chaves (P.V.) con Chaves (S.V.) y Figueres (P.V.) con Figueres (S.V.), no se reportó un cambio en el tipo de retórica entre sí –restaurativa para Chaves en primera y segunda vuelta y ecléctica para Figueres en primera y segunda vuelta–, los dos pares de casos se expresaron como más moderados en el contexto de las campañas previas a la segunda vuelta.

Las retóricas de campaña de Villalta y Alvarado destacaron en función de un reconocimiento del carácter ecléctico acentuado a propósito de una definición de problemas predominantemente convergentes con la política dominante y rasgos críticos asociados con el establecimiento de causas.

Pasando al contexto de las campañas presidenciales de Colombia de 2022, los seis casos analizados se agruparon de la siguiente forma de menor a mayor nivel de normalización estratégica: Petro (P.V.), Hernández (P.V.), Petro (S.V.), Hernández (S.V.), Fajardo y Gutiérrez. Al igual que para el contexto de campañas costarricense, las retóricas políticas de campaña de estos

candidatos expresaron formas de adecuación diferenciadas en torno a tipos de contenidos con una tendencia mayor o menormente moderada como se verá a continuación.

Bajo esta perspectiva destacó especialmente la retórica política de campaña del candidato de la coalición PH Gustavo Petro (P.V.), clasificada como antisistema reformista ( $REN = 0.69$ ), en cuanto representó un posicionamiento político con un nivel bajo de normalización. La retórica de campaña de Petro en primera vuelta constituyó el posicionamiento más crítico, es decir, el menos moderado de todos los casos del contexto colombiano, haciendo patente una destacada postura crítica hacia la definición de problemas divergentes sobre temas como la economía y la corrupción, entre otros; así como el planteamiento de soluciones sociales, económicas e institucionales integrales sustentadas en reformas sectoriales y del sistema –referida como agregación de sectores– respecto a ejes políticos generales dentro de una oferta política amplia de cambio.

Entretanto, la retórica de campaña del candidato del partido LIGA Rodolfo Hernández (P.V.), clasificada como restaurativa ( $REN = 0.59$ ) a propósito de un nivel medio de normalización, destacó por ser la segunda menos moderada en el contexto colombiano. La retórica de Hernández en primera vuelta se caracterizó por un prominente nivel de definición de problemas divergentes, particularmente sobre el tema de la gestión de hacienda pública y la corrupción. Adicionalmente, para Hernández (P.V.) resultó relevante el desarrollo de una oferta política fundamentada en cambios sectoriales, así como un establecimiento de causas asociadas con el desempeño gubernamental de las élites políticas señaladas como corruptas e incompetentes. La retórica de Hernández (P.V.) dirigió su posicionamiento crítico hacia la política establecida en el sentido fundamental de una propuesta basada en la reformulación de los procesos de administración de los recursos públicos a fin de transparentar y fortalecer la gestión de ámbitos como la agricultura, la vivienda y la educación.

Avanzando más sobre el espectro de moderación de las campañas, destacó la retórica de campaña de Petro (S.V.), clasificada como restaurativa ( $REN = 0.56$ ) a propósito de un nivel medio de normalización. Petro en segunda vuelta moderó su retórica de campaña adelantando una estimación menos enfatizada sobre problemas divergentes y un ajuste de su oferta política sustentado entre el cambio de políticas y el cambio del sistema como agregación de sectores públicos. Si bien, el carácter antisistema reformista de Gustavo Petro varió entre la retórica de

primera y segunda vuelta, el posicionamiento crítico del candidato hacia la política establecida continuó siendo relevante, bajo un sentido restaurativo, a través de un proceso de normalización en diferentes ámbitos.

Por su parte, la retórica de campaña de Rodolfo Hernández (S.V.), clasificada como ecléctica ( $REN = 0.4$ ) en función de un nivel alto de normalización, se caracterizó por una aproximación hacia la política establecida incorporando, a su vez, elementos críticos moderados. De acuerdo con lo observado, la retórica de Hernández en segunda vuelta se normalizó en función de un equilibrio aproximado en torno a la definición de problemas divergentes y convergentes, sumado a un reconocimiento casi total de causas asociadas con las élites políticas gobernantes, a la luz del fenómeno de la corrupción y un manejo inadecuado de temas como la educación. Hernández (S.V) adicionalmente moderó su retórica de campaña a propósito de una interacción entre soluciones dirigidas al cambio en la política y cambios en algunos sectores públicos.

Con un nivel mayor de moderación se reportó la retórica de campaña del candidato de la coalición CE Sergio Fajardo, clasificada como ecléctica ( $REN = 0.24$ ) ante un alto nivel de normalización. La retórica planteada por Fajardo se caracterizó por la muy limitada presencia de planteamientos críticos y un mayor afianzamiento de posicionamientos a favor de la política establecida. Así bien, uno de los componentes mayormente normalizados en la retórica de Fajardo correspondió a la prominente definición de problemas convergentes, sumado a un reconocimiento amplio de las élites políticas como agentes responsables de problemas como la corrupción y temas particulares como la educación y el bienestar social.

Por último, la retórica de campaña del candidato de la coalición EPC Federico Gutiérrez, clasificada como prosistema ( $REN = 0.2$ ) a propósito de un nivel muy alto de normalización, se caracterizó por ser el caso más moderado de todos los asociados al contexto de campañas de Colombia. La retórica de Gutiérrez expresó un posicionamiento esencialmente a favor de la política establecida en función de una definición muy amplia de problemas convergentes, así como un planteamiento de soluciones centrado en la ampliación de las políticas en torno a asuntos transversales como la seguridad pública y el empleo. Adicionalmente Gutiérrez estructuró un marco de establecimiento de causas diversificado, dando especial peso a las causas asociadas a agentes externos y la élite política.

Tal como se ha podido observar, en el contexto de campañas de Colombia en 2022 interactuaron diferentes retóricas de campaña caracterizadas por niveles diferenciados de moderación respecto a la política dominante. Particularmente destacó en este contexto la figuración de la retórica de campaña de Petro (P.V.), calificada comparativamente como la menos moderada entre el conjunto de casos analizados. En contraste, se presentó la retórica de campaña de Gutiérrez, posicionada como la más moderada en el contexto colombiano.

Asimismo, en este contexto sobresalió el hecho de la mayor moderación de las retóricas de campaña de los candidatos de segunda vuelta, quienes comparativamente ajustaron sus posicionamientos en función de un mayor nivel de normalización. En este sentido observando las variaciones entre las retóricas de Petro (P.V.) y Petro (S.V.), resulta evidente el carácter estratégicamente normalizado de una retórica que se estimó menos moderada en primera vuelta, clasificándose como antisistema reformista, y una retórica más moderada en segunda vuelta definida como restaurativa. Entretanto, comparativamente las retóricas de Hernández (P.V.) y Hernández (S.V.) expresaron un efecto similar respecto al mayor nivel de normalización en el proceso de segunda vuelta, toda vez que la retórica de primera vuelta se posicionó bajo un sentido más crítico, clasificándose como restaurativa, mientras que la retórica de segunda vuelta derivó en un mayor nivel de moderación, estimándose así como ecléctica.

Dentro del contexto de los seis casos de estudio analizados, es posible estimar que el caso de Hernández (S.V.) resulta especialmente interesante, a propósito de una campaña que contrajo de forma importante su perfil opositor, transitando su retórica hacia una versión combinada de posicionamientos críticos y posturas afines a la política dominante. Asimismo, la retórica de campaña de Fajardo si bien se planteó como una opción de oposición, se caracterizó por expresar posicionamientos combinados entre la crítica moderada y el respaldo a políticas establecidas.

Por su parte, la retórica de campaña de Gutiérrez se caracterizó por estar fuertemente alineada con la política dominante. Si bien la oferta política de campaña de Gutiérrez agregó componentes críticos relacionados con la actuación de élites políticas, a propósito del centralismo en el gobierno, así como el efecto de las amenazas internacionales de los procesos políticos de izquierda en la región, el carácter prosistema en su retórica de campaña no se afectó en cuanto existía una convergencia extensa en torno a la definición de problemas y soluciones sustentadas en el continuismo gubernamental.

## Conclusiones

Poniendo en paralelo los resultados del análisis sobre los niveles de normalización estratégica y la clasificación de las retóricas de campaña en los catorce casos de estudio, a propósito de la teoría sobre los encuadres de las comunicaciones y la teoría sobre la política antisistema, es posible destacar cinco puntos relevantes que allí interactúan.

En primer lugar, vale mencionar que las retóricas de campaña representan mecanismos de contestación política, inscritos en procesos de competencia electoral, suficientemente diferenciados en función de las variaciones sobre los niveles de normalización respecto a la política establecida o dominante (Pytlas, 2022a). Así bien y aun cuando las retóricas de campaña pueden confluir en torno a clasificaciones retóricas comunes respecto a sus niveles de moderación, la combinación específica de sus componentes de adecuación (problemas, causas y soluciones) se tienden a expresar de forma diferenciada (Entman, 2010), presentando énfasis y posturas estratégicas mayor o menormente críticas o moderadas, a fin de atraer a sectores de aliados potenciales.

En segundo lugar, fue posible establecer que las retóricas políticas de campaña se adecúan de forma estratégica en contextos sociopolíticos y socioeconómicos específicos como los que confluyen a través de los escenarios de las campañas electorales. Bajo esta noción se logró apreciar que las retóricas políticas se expresan como procesos variables en el corto plazo, posibilitando así el desarrollo de estudios de series de tiempo tal como lo plantea Pytlas (2022a). Si bien los análisis de series de tiempo no se corresponden con el objetivo general de esta investigación, los resultados reportados dan cuenta de variaciones en las retóricas de los casos que participaron en primera y segunda vuelta electoral.

Sobre este aspecto puede inferirse en tercer lugar que las retóricas políticas no son conductas comunicacionales fijas de los agentes políticos, toda vez que no operan como categoría o etiqueta permanente, sino como un proceso o mecanismo estratégico situacional de adecuación de mensajes persuasivos para fines específicos. Así, por ejemplo, en los contextos de competencia electoral destaca el desarrollo de retóricas políticas de campaña objetivadas por la intención de persuadir a sectores potenciales de seguidores, ampliar la preferencia ciudadana, maximizar la

obtención de votos, fortalecer alianzas, generar nuevos apoyos políticos, desacreditar a rivales políticos relevantes, alcanzar puestos de gobierno o curules sometidas a elección, impulsar proyectos políticos partidistas, entre otros.

Bajo los parámetros de la normalización, la adecuación estratégica de las retóricas de campaña cobra sentido al estimarse la configuración de estructuras temporales de oportunidades que, por cuenta del clima político y de los objetivos políticos pretendidos, conducen a formas retóricas mayor o menormente críticas o moderadas frente a la política establecida, definiendo énfasis prominentes o combinados de encuadres dominantes y desafiantes (Gamson, 2004). Estos encuadres como se observa pueden ser susceptibles de promover una mayor aprobación sustentada en factores como la credibilidad, legitimidad y diferenciación, haciendo más o menos atractiva una opción electoral respecto a las demás.

En cuarto lugar, se logró constatar que las retóricas de campaña son factibles de ser medidas e interpretadas a través del análisis de tres dimensiones/indicadores diferenciados como la definición de problemas, establecimiento de causas y planteamiento de soluciones, en referencia a parámetros de variación en la moderación examinada como normalización estratégica. Para esto se adelantó la aplicación de un instrumento cuantitativo de estandarización, ponderación y contrastación de variables, incorporado a través del índice de la retórica estratégicamente normalizada (REN). Esta alternativa de análisis incluye una propuesta de clasificación de las retóricas basada en cinco niveles de normalización frente a la política establecida, apoyándose de fundamentos teóricos sustentados en los planteamientos del análisis de encuadres de Entman (2010), así como algunos fundamentos sobre las políticas antisistema de De Vries y Hobolt (2020) y Pytlas (2022a).

En quinto lugar y con un menor nivel de desarrollo a través de este estudio, fue posible inferir que las retóricas de campaña se adecuaron también en términos de la definición de ejes temáticos asociativos con cada opción política que los plantea. Así bien, a fin de potenciar el perfil político y la trayectoria reputacional de los candidatos, estos ejes temáticos se incorporaron estratégicamente en sus ofertas de campaña como mecanismo de vinculación, bajo la lógica de la propiedad de los asuntos desarrollada por autores como Walgrave et al. (2012) y Petrocik (1996).

Tal como ha podido apreciarse, los cinco puntos inferenciales descritos corresponden como planteamientos más o menos específicos dentro de una lectura analítica fundamentada en el sentido funcional de las retóricas de campaña como mecanismos estratégicos particulares que se insertan en el desarrollo de los procesos de competencia político-electoral.

Las inferencias analíticas plantea desde este estudio permiten ampliar el ámbito de discusión sobre la comunicación política en contextos de competencia electoral; aportando adicionalmente al análisis de los procesos políticos a nivel latinoamericano, expandiendo la observación más allá del fenómeno de los ciclos políticos regionales hacia la izquierda o la derecha. Finalmente, vale señalarse que el modelo analítico acá presentado se diferencia de otras opciones interpretativas en función de la clasificación planteada y la incorporación de tres dimensiones de encuadre para la evaluación de los contenidos de campaña.

## **Bibliografía**

Aragón, Jaime. 2021. "¿Emergencia de la derecha radical en México? El caso del Frente Nacional Anti-AMLO", *Encrucijadas*, 21 (2).

Barr, Robert. 2009. "Populist, Outsiders and Anti-establishment Politics", *Party Politics*, 15(1): 29-48.

Bos, Linda and Wouter Van der Brug. 2010. "Public images of leaders of anti-immigration parties: Perceptions of legitimacy and effectiveness", *Party Politics*, 16(6): 777-799.

Bowe, Brian. 2014. "Framing Moral Evaluations: Moral Foundations in U.S. Newspaper Coverage of Mosque Controversies". In: *Collection of Open Access Books and Monographs*. 3. Ann Arbor, MI: Michigan State University.

Budge, Ian and Dennis Farlie. 1983. *Explaining and Predicting Elections: Issue Effects and Strategies in Twenty-three Democracies*. London/Boston: Allen & Unwin.

Ceron, Andrea, Alessandro Gandini, and Patrizio Lodetti. 2020. "Still 'Fire in the (Full) Belly'? Anti-Establishment Rhetoric before and after Government Participation" *Information, Communication & Society*, 24 (10): 1460–76.



- De Vries, Catherine and Sara Hobolt. 2020. "Antiestablishment Rhetoric". In: Catherine De Vries, and Sara Hobolt, *Political Entrepreneurs: The Rise of Challenger Parties in Europe*, Princeton: Princeton University Press.
- Engler, Sarah, Bartek Pytlas, and Kevin Deegan-Krause. 2019. "Assessing the diversity of anti-establishment and populist politics in Central and Eastern Europe", *West European Politics*, 42(6): 1310–1336.
- Entman, Robert. 2010. "Media framing biases and political power: Explaining slant in news of Campaign 2008", *Journalism*, 11(4): 389-408.
- Gamson, William. 2004. "Bystanders, Public Opinion, and the Media". In: David A. Snow, Sarah A. Soule, and Hanspeter Kriesi (eds), *The Blackwell Companion to Social Movements*, Oxford: Blackwell.
- Hansen, Eric and Sarah Treul. 2021. "Inexperienced or anti-establishment? Voter preferences for outsider congressional candidates", *Research and Politics*, 8(3).
- Hawkins, Kirk and Cristobal Kaltwasser. 2019. "Introduction: the ideational approach". In: Hawkins Kirk and Cristobal Kaltwasser. (eds), *The Ideational Approach to Populism*, London: Routledge.
- McDonnell, Duncan and Annika Werner. 2017. "Respectable radicals: Why some radical right parties in the European Parliament forsake policy congruence", *Journal of European Public Policy*, 25(5), 747-763.
- Meléndez, Carlos. 2022. *The Post-Partisans: Anti-Partisans, Anti-Establishment Identifiers, and Apartisans in Latin America*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Norris, Pippa. 2020. "Measuring populism worldwide", *Party Politics*, 26(6): 697-717.
- Petrocik, John. 1996. "Issue ownership in presidential elections, with a 1980 case study", *American Journal of Political Science*, 40: 825-850.
- Pytlas, Bartek. 2022a. "'Fix the system!' Variations of anti-establishment normalisation strategies in comparative perspective". *Politics*, 0(0): 1-20.

Pytlas, Bartek. 2022b. “Beyond populism: The diversity of thin anti-establishment contestation in turbulent times”. *Party Politics*, Vol. (0)(0): 1-13.

Schrock, Douglas, Alexander Adams, Ryan Bausback, Pierce Dignam, Benjamin Dowd-Arrow, Kristen Erichsen and Haley Gentile. 2018. “Trumping the Establishment: Anti-Establishment Thatrics and Resonance in the 2016 U.S. Presidential Election”. *Race, Gender & Class*, 25(3-4): 7-26.

Uscinski, Joseph, Adams Enders, Michelle Seelig, Casey Klofstad, John Funchion, Caleb Everett, Stefan Wuchty, Kamal Premaratne, Manohar Murthi. 2021. “American Politics in Two Dimensions: Partisan and Ideological Identities versus Anti-Establishment Orientations”, *American Journal of Political Science*, 65(4): 877-895.

Walgrave, Stefaan, Jonas Lefevere, Anke Tresch. 2012. “The Associative Dimension of Issue Ownership”, *Public Opinion Quarterly*, 4(76): 771-782.

Zanotti, Lisa y Kenneth Roberts. 2021. “(Aún) la excepción y no la regla: La derecha populista radical en América Latina”, *Revista Uruguaya de Ciencia Política*, 30(1): 23-48.