

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador

Departamento de Estudios Políticos

Convocatoria 2018-2020

Tesis para obtener el título de Maestría de Investigación en Política Comparada

Campaña permanente como decisión política de los gobiernos latinoamericanos:
abriendo la caja negra de la presidencia de Rafael Correa (2007-2013)

Cynthia Michelle Chávez Cabrera

Asesor: Juan Federico Pino Uribe

Lectores: Palmira Chavero y Carlos Aulestia

Quito, enero de 2024

Dedicatoria

A mis padres, Lola y Jorge. A mi hermano, Josué.

A todas y todos las y los latinoamericanos que han formado parte del juego político de la Campaña Permanente. A quienes creen sin ver el costo de las muertes simbólicas detrás del maniqueísmo y del esencialismo. A quienes caen en la lógica amigo-enemigo y pierden de vista que el bienestar colectivo requiere un trabajo conjunto de todas las partes implicadas. A quienes abusan del poder en el sistema político, pero también en el sistema mediático.

A quienes siguen debatiendo qué es la democracia y la soberanía popular, pero sobre todo a quienes trabajan diariamente por construirlas en el ser y en el deber ser.

Epígrafe

Se comete un error fatal de pensar que la comunicación política es solo una cuestión de estética.

-Mario Riorda

La manipulación mediática hace más daño que la bomba atómica, porque destruye los cerebros.

-Noam Chomsky

Piensa como sabio, pero comunícate en el lenguaje de la gente.

-William Butler Yeats

The art of communication is the language of leadership.

-James Humes

Communication sometimes is not what you first hear. Listen not just to the words but listen for the
reason.

-Catherine Pulsifer

Índice de contenidos

Resumen	11
Agradecimientos.....	12
Introducción	13
Capítulo 1	18
Marco Teórico: Ciclo político-electoral y comunicación gubernamental, una propuesta taxonómica	18
1.1. Neoinstitucionalismo Histórico	19
1.1.1. Del Viejo al Nuevo Institucionalismo.....	19
1.1.2. El Neoinstitucionalismo Histórico y sus supuestos fundamentales	21
1.1.3. Aportes del Neoinstitucionalismo Histórico a la Ciencia Política.....	25
1.2. Estudios presidenciales y el ciclo político-electoral: ¿quién y cómo gobierna en los presidencialismos?.....	27
1.2.1. Ciclo político-electoral: antes y durante la presidencia	27
1.2.2. El presidente y la presidencia: ¿agente o agencia?	29
1.2.3. La presidencia como una institución política formal	31
1.3. Breve estado del arte de la comunicación gubernamental.....	34
1.3.1. Comunicación política: historia, definiciones, actores y modelos de interpretación	34
1.3.2. Clasificación de la comunicación política según sus fines	36
1.3.3. Comunicación gubernamental: tres formas de clasificarla	42
1.4. Propuesta taxonómica de modelos de comunicación gubernamental	49
1.4.1. Comunicación gubernamental institucionalizada	50
1.4.2. Comunicación gubernamental de crisis	52
1.4.3. Comunicación gubernamental en formato de Campaña Permanente	54
1.5. Estudiar la campaña permanente desde la Ciencia Política y la Política Comparada ...	56

Capítulo 2	58
Marco Conceptual: Campaña permanente, un estado del arte sobre sus causas, manifestaciones y consecuencias	58
2.1. Tres formas de observar empíricamente a la Campaña Permanente	58
2.1.1. Una aproximación a la campaña permanente en EUA	59
2.1.2. Particularidades de la campaña permanente en Canadá	63
2.1.3. Narrativas sobre la campaña permanente en América Latina.....	66
2.2. Límites y supuestos de partida de esta investigación	71
2.2.1. Supuesto 1: las hipótesis se ordenan a partir de los actores identificados por Mazzoleni sin profundizar en debates sobre sus modelos interpretativos	72
2.2.2. Supuesto 2: la campaña permanente no es exclusiva del gobierno, pero se facilita dado el aparataje y recursos gubernamentales	72
2.2.3. Supuesto 3: el estilo personalista no es sinónimo de campaña permanente	73
2.3. Conclusiones teóricas tras la revisión de la literatura y los supuestos de partida	74
2.4. Hipótesis teórica primaria.....	75
Capítulo 3	77
Diseño metodológico: propuesta secuencial multimétodo para integrar QCA y PT	77
3.1. Seawright: diseños integradores secuenciales multimétodo.....	77
3.2. Integrando QCA y PT.....	79
3.2.1. csQCA para selección de caso	82
3.2.2. PT y su variante de testeo de teoría	88
3.3. Diseño integrador secuencial mixto para esta investigación	94
3.3.1. Etapa 1: csQCA para selección de caso típico	94
3.3.2. Etapa 2: PT de testeo de teoría.....	95

Capítulo 4.....	97
Etapa 1: Construyendo un csQCA que permita distinguir configuraciones causales hacia la campaña permanente en América Latina	97
4.1. Paso 1: Definir el universo de casos.....	97
4.2. Paso 2: Definir las condiciones claves – debates conceptuales y de operacionalización	98
4.2.1. Institucionalización del sistema de partidos	99
4.2.2. <i>Outsider</i>	100
4.2.3. Líder populista	101
4.2.4. Poderes partidarios del presidente	106
4.2.5. Relación Gobierno-Medios	107
4.2.6. Resultado: Campaña permanente.....	109
4.3. Paso 3: Resumir datos exponiendo operacionalización para QCA	109
4.3.1. Institucionalización del sistema de partidos	110
4.3.2. <i>Outsider</i>	110
4.3.3. Líder populista	110
4.3.4. Poderes partidarios del presidente	111
4.3.5. Relación Gobierno-Medios	111
4.3.6. Resultado: Campaña permanente.....	112
4.4. Paso 4: Dicotomizar condiciones	112
4.5. Paso 5: Construir la tipología de casos por necesidad y suficiencia	114
4.5.1. Lógica proposicional aplicada	114
4.5.2. Selección de caso típico a partir de lógica booleana y lógica proposicional	116
4.6. Paso 6: Seleccionar caso típico para PT de testeo de teoría	117

Capítulo 5	118
Etapa 2: Construcción y testeo de una teoría causal para abrir la caja negra de la Campaña Permanente del Gobierno de Rafael Correa (2007-2013).....	118
5.1. Paso 1: Construir cadenas causales para explicar la campaña permanente.....	119
5.1.1. Mecanismo causal de la campaña permanente para EUA	119
5.1.2. Mecanismo causal de la campaña permanente para Canadá.....	120
5.1.3. Mecanismo causal de la campaña permanente para América Latina.....	122
5.2. Paso 2: Operacionalizar el mecanismo causal a ser testado	124
5.3. Paso 3: Recolectar CPOs y testear el mecanismo político-institucional	129
5.4. Paso 4: Analizar las inferencias causales e implicaciones generales	139
Conclusiones	144
Lista de referencias.....	150
Apéndices	166
Apéndice A. Resúmenes de las bases teóricas de la taxonomía propuesta	166
Apéndice B. Etapa 1 – Paso 2: Conceptualización y Operacionalización de condiciones clave.....	168
Apéndice C. Etapa 1 – Paso 3: Operacionalización de condiciones clave para QCA.....	169
Apéndice D. Etapa 2 – Paso 1: Construcción de cadenas causales para explicar la campaña permanente.....	174

Lista de ilustraciones

Figuras

Figura 1.1. Ciclo político-electoral	28
Figura 1.2. Modelos de interpretación de los procesos de comunicación política.....	36
Figura 1.3. Subcampos de la comunicación política a partir de sus fines	37
Figura 1.4. Subcampos de la comunicación gubernamental a partir de sus fines, incluyendo la propuesta taxonómica.....	50
Figura 1.5. Propuesta taxonómica de los modelos de comunicación gubernamental	51
Figura 2.1. Propuesta de cadena causal teórica primaria de la campaña permanente	76
Figura 3.1. Estudios de caso Pre-QCA y Post-QCA en QCA.....	81
Figura 3.2. Cuando (no) escoger un análisis csQCA, mvQCA o fsQCA	84
Figura 3.3. Tipos de casos en csQCA por necesidad	87
Figura 3.4. Tipos de casos en csQCA por suficiencia.....	87
Figura 3.5. Métodos de Process Tracing centrados en la teoría.....	89
Figura 3.6. Construcción mecanicista de un mecanismo causal	90
Figura 3.7. Tres usos (tipos) del Process Tracing	91
Figura 3.8. Process Tracing de testeo de teoría.....	92
Figura 4.1. Tipología de candidatos presidenciales	101
Figura 5.1. Propuesta teórica de rastreo de las causas de la campaña permanente en América Latina.....	125
Figura 5.2. Confianza en... - América Latina 2006.....	130
Figura 5.3. Confianza en los partidos políticos - América Latina 2007.....	130
Figura 5.4. Evolución del índice de presidencialismo en Ecuador (1979-2013)	135
Figura 5.5. Evolución del índice de exclusión por grupo político en Ecuador (1979-2013)	136
Figura 5.6. Evolución del índice de aprobación presidencial en Ecuador (2006-2013)	138

Figura 5.7. Mecanismo causal de la campaña permanente para el caso ecuatoriano - Gobierno de Rafael Correa (2007-2013).....	143
Figura D.1. Propuesta de rastreo de procesos de las causas de la campaña permanente en el caso de Estados Unidos de América	174
Figura D.2. Propuesta de rastreo de procesos de las causas de la campaña permanente en el caso de Canadá	175

Tablas

Tabla 3.1. Tests de Inferencia Causal en Process Tracing	93
Tabla 4.1. Gobiernos latinoamericanos para QCA	98
Tabla 4.2. Tipología de líderes populistas.....	104
Tabla 4.3. Codificación de las condiciones explicativas y resultados	113
Tabla 4.4. Tabla de Verdad	113
Tabla 4.5. Tipología de casos por necesidad y suficiencia	116
Tabla 5.1. Mecanismo causal político-institucional – <i>H</i> hipótesis teórica primaria o de trabajo	126
Tabla A.2. Propuesta dialéctica de la comunicación gubernamental de Ponce	166
Tabla A.3. Propuesta dialéctica de la comunicación gubernamental de Amadeo.....	167
Tabla B.1. Evolución de la operacionalización del concepto de ISP	168
Tabla C.1. Aplicación de la tipología de outsiders a 18 presidentes latinoamericanos	169
Tabla C.2. Presidentes populistas en América Latina desde el retorno a la democracia	170
Tabla C.3. Medición de poderes partidarios de 18 presidentes latinoamericanos	171
Tabla C.4. Presidentes que han usado campaña permanente	172
Tabla C.5. Tabla de datos y proceso de dicotomización	173

Declaración de cesión de derechos de publicación de la tesis

Yo, Cynthia Michelle Chávez Cabrera, autora de la tesis titulada “Campana permanente como decisión política de los gobiernos latinoamericanos: abriendo la caja negra de la presidencia de Rafael Correa (2007-2013)” declaro que la obra es de mi exclusiva autoría, que la he elaborado para obtener el título de maestría en Política Comparada concedido por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Flacso Ecuador.

Cedo a la Flacso Ecuador los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, bajo la licencia Creative Commons 3.0 Ecuador (CC BY-NC-ND 3.0 EC), para que esta universidad la publique en su repositorio institucional, siempre y cuando el objetivo no sea obtener un beneficio económico.

Quito, enero de 2024



Escaneo manuscrito por:
CYNTHIA MICHELLE
CHAVEZ CABRERA

Firma

Cynthia Michelle Chávez Cabrera

Resumen

La presente investigación indaga sobre las condiciones que se articulan para configurar el mecanismo causal de la Campaña Permanente, entendida como una estrategia política utilizada por los presidentes latinoamericanos a fin de ganar legitimidad de acción durante sus años de gobierno. Para ello, la investigación toma distancia de las perspectivas tipológicas de la Comunicación Gubernamental -CG- de Mouchon (1998) -evolucionista- y Ponce (2013) -antagonista- y aprovecha la propuesta de espectro de Amadeo (2016), para articular una propuesta taxonómica. La CG Institucionalizada, de Crisis y en formato de Campaña Permanente permiten identificar nuevas prácticas en el ciclo político-electoral que alteran las características democráticas de inicio. Tal propuesta se enmarca en una visión neoinstitucionalista histórica a fin de reconocer que los procesos en la conformación del *path dependence* de la campaña permanente está influenciado por las acciones individuales de políticos, así como por acciones institucionales, entretejiendo las esferas política-institucional, ciudadana-estructural y mediática. Tras la revisión del marco teórico y conceptual, la investigación articula un diseño multimétodo integrativo secuencial (Seawright 2016) con dos métodos cualitativos. La primera fase hace un estudio comparado con 18 países de la región a partir del csQCA con cinco condiciones (1) la institucionalización del sistema de partidos, (2) la característica de líder *outsider*, (3) la práctica del líder populista, (4) los poderes partidarios del presidente, (5) la relación gobierno-medios, y el resultado de interés que es la aplicación de la estrategia de Campaña Permanente. De esta primera fase se selecciona el gobierno de Rafael Correa 2007-2013, a ser profundizado en la segunda fase que es un estudio de caso desde el *process tracing* de testeo de teoría. En esta sección se construye la teoría causal desde el reconocimiento de teorías surgidas de las realidades estadounidense, canadiense y latinoamericana, para dar paso a la conceptualización, operacionalización, recolección de CPOs, testeo y narración. La hipótesis de trabajo -política-institucional- reconoce a las otras dos esferas como complementarias. Así, la evidencia recolectada confirma que la cadena causal teórica planteada sí está presente en el caso ecuatoriano, al tiempo que deja abierta la puerta para futuras investigaciones.

Palabras clave: campaña permanente, Rafael Correa, diseño multimétodo integrativo secuencial, csQCA, *process-tracing*

Agradecimientos

A mi hermano Josué, por apoyarme y sostenerme en la escritura de esta tesis. Sin su compañía y su paciencia esto no habría sido posible. A mi madre Lola y mi padre Jorge, por su cariño y ejemplo de trabajo duro. A mis hermanas de otra madre, Edith y Cristina, y a mis amigas Salomé, Monserrath y Lorena por todo el apoyo y acompañamiento, por brindarme espacios y momentos de catarsis para reconstruirme como mujer y académica. A mis amigas y compañeras de maestría Camila, Estefanía y Ana Belén, por sus consejos, regaños y amistad incondicional, por la sororidad e intercambio de saberes y conocimientos a lo largo de estos años. A mis amigos y compañeros de maestría María Fernanda y Jorge, por su cariño, por las risas y las lágrimas, por sostenerme en mis días difíciles. A mis amigas y compañeras de maestría Andrea, Anabel y Raisa, por las conversaciones (no) académicas que también guiaron mi camino dentro y fuera de Flacso. A mis compañeros de maestría Santiago, Steven y José, por ser maestros de vida en ese momento puntual de mi existencia. A mi amiga Kathia Pinzón, por sus pacientes lecciones de lógica proposicional. A mis profesores y profesoras de Política Comparada Santiago Basabe, Alejandro Olivares, Simón Pachano y Carolina Curvale por sus grandes aportes en mi construcción del modelo de la docente e investigadora que soy y quiero ser. A mis profesores Cecilia Rossel, Carlos de la Torre, Felipe Burbano, Carlos Meléndez y Pablo Andrade, por su tiempo y consejo sobre partes puntuales de esta investigación. A mis profesoras Angélica Ordóñez y Lourdes Aguas, por su escucha atenta y su mentoría como mujeres y académicas. A mi tutor de tesis, Juan Federico Pino, por su acompañamiento y consejo, por el modelo de tutoría motivadora que ha tenido conmigo, por preguntarme sobre mi proceso y comprender mis tiempos, por recordarme que somos un equipo para alcanzar el resultado de fortalecer y defender mi investigación, por dedicarme tiempo y por confiar en mí y en mi trabajo. A mis lectores Palmira Chavero y Carlos Aulestia, por sus comentarios y aportaciones para mejorar esta investigación. A Sofía y Matías, mis psicólogos, por brindarme la posibilidad de crecer a partir de todo lo vivido durante mis años de paso por Flacso. A Santiago Altar, por aportar a mi vida de manera constante y cariñosa, recordándome que soy capaz de alcanzar mis sueños. A la Cynthia de cada uno de esos momentos vividos, a sus virtudes y flaquezas, pero sobre todo a su valor para cambiar, salir y surgir contra todo pronóstico. Sin ella en sus diferentes experiencias no confiaría en mis capacidades personales, académicas y profesionales para comerme el mundo como lo hago ahora. A todos y todas, ¡muchas gracias!

Introducción

La comunicación gubernamental en el siglo XXI adquiere nuevos modelos en sus estrategias a partir de la pérdida de credibilidad en las instituciones políticas (partidos políticos, democracia) por parte del electorado. Mouchon (1998, 215) explica que hay un cambio de época, en el que el formalismo institucional ya no es aceptado por la ciudadanía. El modelo imperativo, en el que el presidente era entrevistado por un periodista, pasa por el modelo de ágora hasta ser reemplazado por el modelo interactivo, en el que el presidente habla directamente con los ciudadanos y deja a la prensa en un papel mínimo. A su vez, en una búsqueda taxonómica sobre los modelos de comunicación, Ponce (2013, 49) establece una lógica maniquea entre una comunicación abierta y una comunicación cerrada. Por último, Amadeo (2016, 164) afirma que la comunicación abierta y cerrada serían dos polos opuestos dentro de un espectro con gamas de grises, que no detalla.

La presente investigación critica las perspectivas de Mouchon (1998) y Ponce (2013): no se trata de una lógica evolucionista, sino de diferentes tipos de comunicación que dependen de *path dependence* contextuales, al tiempo que no se trata de modelos antagónicos, sino de un espectro de gamas de grises. Así, aprovechando la posibilidad dejada por Amadeo (2016), se propone una taxonomía que vincula estas tres aportaciones. En la etapa del modelo imperativo o abierto se pueden ubicar como tipos de comunicación gubernamental a la comunicación institucionalizada y a la comunicación de crisis, ambas sustentadas en una lógica de legitimidad de origen que varían con respecto a la gradación sobre el gerenciamiento de medios y agenda, siempre bajo la libertad de opinión y de prensa. Sin embargo, los cambios en la institucionalidad del sistema político y el comportamiento del electorado podrían explicar el modelo interactivo o cerrado basado en la legitimidad de acción, a partir de un nuevo tipo de comunicación gubernamental: la campaña permanente.

La campaña permanente implica gobernar haciendo campaña estratégicamente a fin de obtener legitimidad de acción (Blumenthal 1980; Morris 2002). Este fenómeno estudiado como causa y como efecto deja en evidencia algunos fallos en la democracia. Hecló (2000) afirma que en EEUU se observan seis causas que incluyen (1) la crisis del sistema de partidos sumada con (2) intereses (económicos y de política pública) de (3) grupos particulares que sumadas provocan el personalismo político; (4) la inclusión de otros actores en la política y el uso de tecnologías de (5) comunicación y de (6) encuesta ciudadana, todas estas como

condiciones que conllevan a conformar modelos de campaña permanente. Neustadt (1993), por su parte, propone que los presidentes tienen el poder de persuadir como una práctica informal de su cargo.

El caso canadiense, con sus particularidades dado su sistema parlamentario, no escapa a este fenómeno político y comunicacional. Marland et al (2017) acusan a la campaña permanente de deteriorar la democracia, ya que el partido de gobierno usa fondos públicos con fines partidistas, bajo estricto control de los mensajes comunicativos por parte del Ejecutivo sobre sus diputados. La crisis de legitimidad de los partidos también aparece como gatillante, desencadenando gigantescas campañas durante el periodo interelectoral que bombardean de propaganda partidista a los ciudadanos. Finalmente, los autores destacan lo insidioso del fenómeno en el creciente poder concentrado en el Primer Ministro con un Ejecutivo cada vez más grande y más capacitado en el uso de herramientas y lógicas electorales.

Desde la visión latinoamericana, Waisbord (2013, 110) identifica que la crisis de representación política es el gatillante de la ferviente necesidad de los presidentes por mediatizar la política y hacerse presentes a través de los medios. Mainwaring y Scully (1995, 88–90) y Ruiz y Otero (2013, 168) advierten sobre los peligros de la desinstitucionalización del sistema de partidos, que provoca lógicas hiperrepresentativas de *outsiders* y/o populistas. La tendencia personalista de comunicación se aúna a la lucha constante por tener el poder de agenda y el control de los medios, como sugieren De la Torre (2019), Laclau (2005), Weyland (2019) y Levitsky y Way (2002). Mientras que Mouchon (1998) apunta que el modelo interactivo podría ser más democrático e igualitario que el imperativo, Urbinati (2019) sostiene que las prácticas comunicacionales populistas siguen teniendo audiencias en lugar de ciudadanías activas. Por lo tanto, la hiperrepresentación podría establecer modelos de campaña permanente, restringiendo las libertades de prensa y creando un sistema de medios públicos para continuar reproduciendo la estrategia plebiscitaria (Arato y Cohen 2019).

Por todo lo antes mencionado, la presente investigación se plantea la pregunta ¿Qué tipo de mecanismos inciden en que un presidente decida (políticamente) utilizar la campaña permanente? Para tales fines, este documento se organiza en cinco capítulos. El primero enmarca los supuestos epistemológicos de esta investigación, desde un enfoque Neoinstitucionalista Histórico (Pierson y Skocpol 2008), para luego entrar en las definiciones básicas del ciclo político-electoral, la institución política formal de la presidencia y la comunicación política y gubernamental. Bajo este paraguas, se exponen las propuestas de Mouchon (1998), Ponce (2013) y Amadeo (2016), a fin de construir una taxonomía de la

comunicación gubernamental que justifique el estudio de la campaña permanente desde la Ciencia Política y la Política Comparada. La diferencia taxonómica entre la comunicación gubernamental (A) institucional, (B) de crisis y (C) en formato de campaña permanente responden a un elemento casi dado por hecho: la elección de un tipo de estrategia depende en buena medida del gerenciamiento de medios de comunicación y la agenda, a partir de distintos grados de libertad de expresión y de prensa.

El segundo capítulo aborda frontalmente las evidencias empíricas y formulaciones teóricas sobre el fenómeno de la campaña permanente en el continente americano. Se inicia con el caso estadounidense (Hecklo 2000; Neustadt 1986; Blumenthal 1980), para luego revisar las particularidades canadienses (Marland, Esselment, y Giasson 2017) y latinoamericanas (Waisbord 2013; Levitsky y Loxton 2019; C. Conaghan y de la Torre 2008). Además, se incluyen tres supuestos de base que limitan y organizan esta investigación: (1) ya que esta tesis responde al campo de la Política Comparada se utiliza la identificación de actores de Mazzoleni (1998), que reconoce la coexistencia y retroalimentación de tres esferas: la política, la ciudadana y la de los medios de comunicación, sin profundizar en el análisis de sus modelos interpretativos (1998: 24, 27 en Dader 2008, 3) ni en la mediatización de la política; (2) la campaña permanente no es exclusiva del gobierno, ya que también la oposición busca hacer uso de ella, pero se facilita para el gobierno dado el aparato y recursos gubernamentales; y (3) la campaña permanente no es lo mismo que el estilo de comunicación personalista. Finalmente, se expone la hipótesis teórica primaria surgida de la taxonomía y de la revisión teórica, respondiendo a la pregunta: ¿Qué factores explican la decisión política de gobernar bajo una estrategia de comunicación gubernamental de campaña permanente en América Latina en el siglo XXI?

El tercer capítulo se centra en el diseño multimétodo integrativo secuencial (Seawright 2016) planteado para esta investigación. Es decir, se propone responder dos preguntas de investigación, una por cada parte del diseño de investigación, con el objetivo de mejorar la inferencia causal. A fin de dejar en evidencia los aportes de combinar dos métodos determinísticos, el QCA -*Qualitative Comparative Analysis* o Análisis Cualitativo Comparado- y el PT -*process tracing* o rastreo de procesos-, se hace una revisión de la propuesta de Schneider y Rohlfing (2013). Luego, se detalla la construcción metodológica de cada parte: csQCA para selección de casos y PT de testeo de teoría. El capítulo termina con la secuencia de pasos puntuales de cada una de las dos etapas, a fin de cumplir con el principio de publicidad y transparencia del método científico (King, Keohane, y Verba 2000, 18).

El cuarto capítulo abarca la primera etapa de la investigación. Se inicia con una lógica comparada para, desde el principio de equifinalidad, identificar los caminos que llevan a la campaña permanente. Para ello, se retoman las conclusiones del segundo capítulo, en el que se había construido un modelo teórico aplicable a América Latina basado en las referencias provenientes de la literatura norteamericana y canadiense, nutrida de otros elementos más contextuales de la región. Desde estas conclusiones se construye un csQCA con cinco condiciones y un resultado de interés, a fin de comparar la combinación de condiciones en 18 países de la región y sus gobiernos pre-Covid 19. Se identifica como gatillante a la desinstitucionalización del sistema de partidos, que da pie al surgimiento de líderes *outsiders* y/o populistas quienes, promoviendo políticas anti *establishment* y lógicas amigo-enemigo, y apoyando sus acciones en sus poderes partidarios, utilizan una comunicación de campaña permanente en búsqueda de legitimación constante para permanecer en el poder y ganar la reelección. Luego de operacionalizar y dicotomizar las condiciones, a partir de la lógica proposicional, se realiza una categorización de los casos, a fin de seleccionar un caso típico para la segunda fase de la investigación: el gobierno de Rafael Correa (2007-2013).

El quinto capítulo, una vez seleccionado el caso típico de estudio, involucra la segunda etapa de la investigación: un PT de testeo de teoría (Beach y Pedersen 2013), a partir de la hipótesis teórica primaria compuesta por cinco condiciones y un resultado de interés desde una profundización y construcción del mapa multifactorial de causalidad. En esta segunda etapa se propone responder a las siguientes preguntas de investigación: ¿El mecanismo causal político-institucional que explica la campaña permanente está presente en el primer gobierno de Rafael Correa en Ecuador (2007-2013)? Y ¿funciona tal como lo predijo la teoría? Así, se conforma la cadena causal del mecanismo con la búsqueda de evidencia para cada sección de la hipótesis, a fin de hacer los respectivos tests para la hipótesis de trabajo y obtener otros elementos provenientes del caso que puedan enriquecer la teoría sobre campaña permanente.

Finalmente, se esbozan conclusiones y futuras agendas de investigación. En este último apartado se resalta que la Comunicación Gubernamental requiere salir de las lógicas evolucionista y maniquea para comprenderse y categorizarse a partir de un espectro, construido en la propuesta taxonómica del primer capítulo. También se reconoce el vínculo existente entre el Neoinstitucionalismo Histórico y el *process tracing* a fin de construir teorías causales de rango medio, reconociendo la influencia de actores individuales e institucionales en la conformación de *path dependence* que modifican la democracia y el ciclo político-electoral. Del segundo capítulo se rescata la importancia de vincular los estudios de Ciencia

Política y Comunicación Política a partir de la profundización en tres tradiciones de estudio geográficamente situadas de la Campaña Permanente: EUA, Canadá y América Latina. El tercer capítulo aporta con la conexión entre csQCA y PT de testeo de teoría, al armar todo el diseño multimétodo integrativo secuencial que concluye con una guía paso a paso de las acciones y decisiones metodológicas.

Tras el estudio comparado de csQCA del cuarto capítulo y el estudio del caso ecuatoriano a partir de PT de testeo de teoría del quinto capítulo, se concluye que la hipótesis de trabajo que se amparaba en la cadena político-institucional está presente en el gobierno de Rafael Correa (2007-2013), explicando el *path dependence* de la Campaña Permanente como una decisión política que modificaba las condiciones de inicio de la democracia, ya afectada por problemas en el sistema de partidos. La evidencia recolectada permite llegar a tales resultados, al tiempo que deja abierta la puerta para futuras investigaciones con respecto a las otras dos cadenas causales complementarias: ciudadana-estructural y mediática. Por último, también sería necesario estudiar cómo funciona la campaña permanente en gobiernos de derecha, a fin de desmitificar la tradicional justificación de que este fenómeno es propio de los gobiernos de izquierda.

Capítulo 1

Marco Teórico: Ciclo político-electoral y comunicación gubernamental, una propuesta taxonómica

El objetivo central de este capítulo es presentar la literatura desarrollada dentro de los estudios presidenciales y la comunicación política, a fin de observar a la comunicación gubernamental como una decisión política de los presidentes y/o sus equipos de trabajo. Tras la revisión se propone una taxonomía sobre dichos “modelos” de comunicación gubernamental: (A) comunicación gubernamental institucional, (B) comunicación gubernamental de crisis, y (C) comunicación gubernamental en formato de campaña permanente. Por tanto, esta revisión de la literatura desde los modelos o estilos de comunicación gubernamental propone responder a las preguntas: ¿Qué es gobernar bajo comunicación gubernamental en formato de campaña permanente? Y, ¿por qué es importante estudiar este fenómeno desde la Ciencia Política?

Para cumplir con estos fines, el presente capítulo se organiza en cinco apartados. El primero hace un breve recorrido por el Neoinstitucionalismo Histórico y sus postulados, con el objetivo de dejar en evidencia los lentes con los que se observará el objeto de estudio. El segundo apartado hace una revisión sobre los estudios presidenciales en cuanto a las aristas personalista e institucionalista a partir de los postulados del primer apartado: las reglas institucionales constriñen a los actores, pero estos también pueden modificar a las instituciones. En este apartado también se incluye una sección sobre el ciclo político-electoral con las reglas del juego que deben seguir los políticos que buscan el poder. Se observan así los tiempos, los actores y las reglas del sistema electoral y del sistema de partidos.

En el tercer apartado se aborda a la comunicación política y sus tipos a partir de características particulares, para ingresar en los estudios de la comunicación gubernamental. Así, se revisan tres modelos tipológicos: la evolución propuesta por Mouchon (1998), la dicotomía maniquea de Ponce (2013) y la apertura de un espectro de Amadeo (2016). En el cuarto apartado, tras criticar a Mouchon y Ponce, y aprovechando la ventana de oportunidad dejada por Amadeo, se propone una taxonomía de modelos de comunicación gubernamental, detallando las características de cada uno de los subtipos, surgidos por el nivel de libertad de expresión y prensa en el gerenciamiento de medios y agenda. Finalmente, en el último apartado se justifica la selección del estudio de la campaña permanente desde la Ciencia Política.

1.1. Neoinstitucionalismo Histórico

1.1.1. Del Viejo al Nuevo Institucionalismo

“Cualquiera que sea la historia que quieran contar los científicos políticos, será una historia sobre instituciones” (Rothstein 2001, 201). La presente investigación se enmarca en una lógica neoinstitucionalista, particularmente en su corriente histórica. El Neoinstitucionalismo podría ser presentado como una tercera fase de la evolución del Institucionalismo, dada en la década de los años 80. Esta fase reconoce que las instituciones son conjuntos de reglas que restringen el comportamiento humano, a la vez que son los individuos los que construyen, modifican y eliminan dichas instituciones (March y Olsen 1997, 255). Para llegar a tal punto, se exponen a continuación brevemente las dos fases anteriores.

El Viejo Institucionalismo -también llamado Clásico- tiene sus orígenes en la Antigua Grecia, que se materializan en la Ciencia Política a finales del siglo XIX. Sus inicios tienen conexión con disciplinas como la Historia y el Derecho, con investigadores que se consideraban omniscientes y objetivos a partir de la postura del “observador inteligente” (Peters 2003, 15). Las instituciones son su objeto de estudio, creadas a fin de controlar el comportamiento colectivo y guiar a las sociedades hacia el bien común (Basabe-Serrano 2007, 177; Peters 2003, 16). Como afirman March y Olsen (1997, 251), las instituciones son consideradas requisito para el establecimiento de las sociedades civilizadas. De este punto surge una de sus características esenciales: las instituciones moldean a los individuos, su desarrollo y sus formas de organización, todo esto en lógica del “deber ser” de la sociedad (March y Olsen 1997, 252; Basabe-Serrano 2007, 178) y del buen gobierno (Peters 2003, 23–26). Esta fase del Institucionalismo es considerada ateorica o, como Peters (2003, 20) lo explica, “prototeórica”. Entre sus características se hallan el legalismo, el estructuralismo, el holismo y el historicismo.

Tras la Segunda Guerra Mundial, se da inicio a una segunda fase del Institucionalismo. Disciplinas como la Psicología y la Economía critican al Viejo Institucionalismo en lo teórico y lo metodológico. Al ser la primera fase prototeórica, estos nuevos enfoques confirman la necesidad de conformar marcos comparativos para observar y explicar la realidad. El legalismo generaba interpretaciones vagas de la realidad que no podían soportar comprobaciones empíricas (Basabe-Serrano 2007, 181; Peters 2003, 28). Así, surgen en esta segunda fase el conductismo y la teoría del elector racional. El conductismo centró su mirada

en las características psicológicas de los individuos como origen de las demandas sociales y el comportamiento político (Peters 2003, 28; Basabe-Serrano 2007, 184). Por su parte, la teoría del elector racional, fundamentada en el conductismo, se enfocó en los incentivos individuales, dados por costos y beneficios, como base de la racionalización de sus elecciones. Los actores políticos buscan maximizar su utilidad, y de allí surge una de las grandes diferencias con el Viejo Institucionalismo: las instituciones no constriñen el comportamiento individual y menos aún su toma de decisiones, ya que son los individuos los que establecen sus propias preferencias (Basabe-Serrano 2007, 186). Con esto en mente, esta segunda fase deja de lado los aspectos éticos del “deber ser” para conformar una Ciencia Política más objetiva a partir del individualismo metodológico: las decisiones colectivas son la simple agregación de las decisiones individuales (Peters 2003, 31). En tal sentido, los objetos de estudio dejaron de ser las instituciones para observar comportamientos como el voto o la articulación política entre actores, dada una mayor facilidad de observar las acciones individuales empíricamente. Basabe-Serrano (2007, 185) y Peters (2003, 31) explican que las instituciones toman el estatus de “caja negra”, poco llamativas para ser estudiadas.

En los años 80, resurge el interés por el estudio de las instituciones como objeto de estudio en la tercera fase denominada por March y Olsen (1997, 16) como Neoinstitucionalismo, a causa de las falencias en las propuestas del conductismo y la teoría del elector racional. Merton (1949, 1968 en Basabe-Serrano 2007, 176) identifica el rechazo generalizado hacia el contextualismo, reduccionismo, utilitarismo, funcionalismo e instrumentalismo, a partir de la conformación de teorías de rango medio. March y Olsen (1997, 261) plantean que las instituciones sí poseen la capacidad de incidir en el comportamiento de los actores, pudiendo modificar sus preferencias: tanto individuos como instituciones son cambiantes en el tiempo. Además, March y Olsen (1997, 253) refutan el postulado de las preferencias como causa de las decisiones individuales, e instituyen las lógicas de pertinencia y de consecuencialidad ligadas a la necesidad: “la acción proviene más de un concepto de necesidad que de preferencia”. Esta tercera fase deja de lado el reduccionismo y apela por una apuesta académica desde la acción colectiva como el centro de análisis (Peters 2003, 35): las instituciones políticas son moldeadas por los entornos sociales, y al mismo tiempo crean los entornos sociales en los que se desarrollan (March y Olsen 1997, 255; Vergara 1997, 17).

Las aportaciones del Neoinstitucionalismo pueden resumirse entre otras: por un lado, una mejor definición del concepto de institución política, por el otro, una amplia variedad de “lentes” con los que se pueden observar los fenómenos sociales a partir de esta tercera fase, ya

que no es una corriente de pensamiento homogénea (Vergara 1997, 17). Peters (2003, 36–37) detalla los elementos fundamentales de una institución en términos de esta tercera fase: (1) es un rasgo estructural de la sociedad y/o la forma de gobierno; (2) tiene cierta estabilidad en el tiempo; (3) influye en el comportamiento individual; y (4) conforma un conjunto de valores compartidos. Con respecto a los lentes o enfoques, todos ellos buscan dilucidar el papel de las instituciones en la determinación de los resultados políticos y sociales (Hall y Taylor 1996, 936), encontrándose diferentes categorizaciones. Hall y Taylor (1996) proponen tres subdivisiones: histórico, racionalista, y sociológico. Schmidt (2008, 304) incluye la versión discursiva a la categorización de Hall y Taylor. Finalmente, Peters (2003) describe siete versiones de Neoinstitucionalismo: normativo, de elección racional, histórico, empírico, internacional, social, y de representación social. La presente investigación se fundamenta en los postulados del Neoinstitucionalismo Histórico, explicado a continuación.

1.1.2. El Neoinstitucionalismo Histórico y sus supuestos fundamentales

El Neoinstitucionalismo Histórico parte de la premisa de que “las decisiones políticas que se tomen al formar una institución o al iniciar la actividad tendrán una influencia prolongada y definida sobre la política dominante” (Skocpol 1992, King 1995 en Peters 2003, 99). El *path dependence* determina una “suerte de inercia que hace que las decisiones políticas iniciales persistan” (Peters 2003, 101; Hall y Taylor 1996, 941). Sin embargo, y a pesar de lo que sus detractores plantean -Pierson y Skocpol (2008, 25) identifican a Geddes 1990; Goldthorpe 1991; Lieberman 1991; y King, Keohane y Verba 1994-, el Neoinstitucionalismo Histórico no solo sigue una lógica determinística de causalidad, sino que reconoce que las instituciones “pueden generar intentos de resolver los problemas que ellas mismas han causado”, proponiendo dinamismo en *el path dependence*. Así, “si las decisiones iniciales tomadas por los creadores de una política o institución son inadecuadas, las instituciones deberán encontrar algún medio para adaptarse o dejarán de existir” (Genschel 1997 en Peters 2003, 102). Entonces, no es un determinismo de la norma inicial al presente, sino el curso evolutivo de la causalidad.

Pierson y Skocpol (2008, 8–9) identifican, entre la diversidad de formas de análisis del Neoinstitucionalismo Histórico, tres rasgos importantes que lo diferencian de la visión racionalista y la sociológica: (1) el abordaje de cuestiones amplias, (2) el uso de rastreo de procesos con particular enfoque en tiempo y secuencias, y (3) el análisis de contextos macro y

la formulación de hipótesis sobre efectos combinados de instituciones y procesos. A continuación, se describe cada uno de estos rasgos con las premisas que guían esta investigación. El Neoinstitucionalismo Histórico permite plantearse preguntas sobre el porqué de la existencia y no existencia de un fenómeno (y sus estructuras) en determinados momentos y lugares. Además, busca explicar las variaciones de patrones o eventos, a fin de brindar un aporte sustantivo sobre las estructuras sociales y la forma en que condicionan la vida humana. Esto implica que entre sus objetos de estudio se observan “preocupaciones normativas clave... (como) ...la democracia” (Pierson y Skocpol 2008, 10–11).

Con respecto al rastreo de procesos, rasgo diferenciador del Neoinstitucionalismo Histórico, es preciso afirmar que sus medio y fin van más allá de relatar hechos. El objetivo recae en analizar procesos históricos en un periodo de tiempo determinado, reconociendo su evolución causal (Pierson y Skocpol 2008, 12). Estos fenómenos de estudio pueden darse con poca frecuencia, lo que implica una sensibilidad particular a los límites temporales y los efectos de los periodos en la evolución causal, conformando teorías de rango medio sobre “dimensiones históricas de la causalidad” (Mahoney 2000). De este modo, esta corriente neoinstitucionalista defiende que la causalidad debe ser demostrada por más que una correlación entre dos variables, exigiendo una teoría que conecte los eslabones hacia el objeto de estudio. Y para poder cumplir con este fin, se favorecen los estudios de caso o de N-pequeño, con rastreos de procesos que incluyen componentes históricos sustantivos que dan cuenta de contextos y no de generalidades (Pierson y Skocpol 2008, 12–13).

En la misma línea del rastreo de procesos, Pierson y Skocpol (2008, 13) ubican a la lógica del *path dependence* y las coyunturas críticas. Cuando los actores políticos seleccionan un camino, cada paso dado en él implica dificultad de revertirlo, esto por la “poderosa inercia” de los procesos políticos. Además, esta forma de observar la realidad también reconoce las relaciones asimétricas de poder de los actores como un elemento sustancial que pudo fundamentar ese camino tomado, en el que unos actores pierden y otros ganan (Hall y Taylor 1996, 940). Los autores recomiendan prestar particular atención a las dimensiones temporales, así como al orden de los eventos (Gerschenkron 1962, Kurth 1979, Shefter 1977, Ertman 1997 en Pierson y Skocpol 2008, 12–13). Pierson (2000, 252) afirma que existe una lógica de “rendimientos crecientes” explicativa de la toma de decisiones de los actores políticos por el camino seguido. Es importante puntualizar que se habla de procesos de retroalimentación dinámicos que condicionan y anulan las opciones de otros caminos en cada paso (Pierson y Skocpol 2008, 14–15). De este modo, el estudio del *path dependence*, como procesos

dependientes en una cadena o secuencia causal, permite observar la institucionalización de arreglos políticos específicos.

La cadena causal, temporalizada y secuenciada, está conformada por eslabones o coyunturas, ordenadas en el tiempo, que reflejan la interacción entre diversos actores institucionales entre múltiples capas de instituciones (Hall 2010, 217), brindando libertad de movilidad entre los niveles micro, meso y macro (Pierson y Skocpol 2008, 16, 18). La temporalidad y la observación retrospectiva de larga data son sustanciales, ya que, en las Ciencias Sociales, los fenómenos no tienen resultados inmediatos. Así, el Neoinstitucionalismo Histórico aporta a mirar la “historia como proceso” y “no solo (como) ilustración” o fotografía recortada de un momento en particular (Pierson y Skocpol 2008, 17). Thelen (1999, 392) detalla que los mecanismos de retroalimentación operan en dos sentidos. Por un lado, permiten observar la conformación de incentivos que llevan a los actores a adaptar sus estrategias en la toma de decisión de un camino determinado. Por otro lado, permiten reconocer que las instituciones no son mecanismos neutrales o estáticos, sino que reproducen los patrones de la distribución de poder político a partir de los incentivos individuales, en el marco de las interacciones interinstitucionales (Córdova 2017, 36). Esto último implica que “las instituciones [pueden ser] instrumentos que los actores utilizan para negociar la complejidad del mundo ... [además de] estructuras habilitadoras dentro de las cuales los actores ejercen un organismo robusto” (Hall 2010, 217).

Con respecto al análisis de las instituciones en el contexto, a partir de la teoría de grupos, el Neoinstitucionalismo Histórico reconoce que los actores tienen niveles de poder distintos y recursos complejos y limitados (Hall y Taylor 1996, 937), entendiendo a las instituciones como “productos desarrollados a partir de luchas entre actores desiguales” (Pierson y Skocpol 2008, 19). Esto, como una modificación de la tradición funcionalista estructuralista (Hall y Taylor 1996, 937), implica generar análisis a niveles meso y macro, para observar y dar cabida a la interacción de varias instituciones, abriendo intencionadamente la posibilidad de que ingresen otros actores o instituciones en la cadena causal. El contexto es importante, porque las fuerzas operativas no generan los mismos resultados en todas partes (Hall y Taylor 1996, 941). Así, la causalidad es contextual (Immergut 1998, 19, 22–23).

Los institucionalistas históricos analizan los orígenes, impacto y estabilidad o inestabilidad de configuraciones institucionales enteras, algunas veces para explicar los arreglos institucionales en sí mismos y otras para utilizar variables que refieren a configuraciones institucionales para explicar resultados de interés (Pierson y Skocpol 2008, 19).

Las interacciones interinstitucionales detalladas anteriormente deben ser justificadas a través de la exploración de sus causas, con “descripciones plausibles de la motivación y el comportamiento individual” que también puede haber sido canalizado por los patrones de recursos y relacionamiento (Pierson y Skocpol 2008, 20). Así, el Neoinstitucionalismo Histórico visibiliza dichos patrones para rastrear sus impactos causales en el entramado de las relaciones interinstitucionales. Esta visión no cree en los principios universalmente operantes, sino en la conjunción de las prácticas de diversos actores institucionales dado su contexto. De allí que el desarrollo institucional de largo plazo sea uno de los objetos de estudios centrales de esta versión del Neoinstitucionalismo.

En esta sección se hace otra puntualización: el Neoinstitucionalismo Histórico es dinámico en tanto reconoce que pueden existir “consecuencias no buscadas”, ya que la incertidumbre impide que los actores institucionales tengan el control completo de su camino, entendiendo así a las instituciones como experimentales (Hall 2010, 218). De este modo, incluso si las instituciones creadas fallan, “a consecuencia de los fuertes efectos del *path dependence*, ... no son fácilmente desechadas cuando las condiciones cambian”, ya que eliminarlas incurriría en costos elevados (Hall y Taylor 1996, 941). Por tanto, se observa una lógica de agregación en lugar de reemplazo (Pierson y Skocpol 2008, 22).

En resumen, el Neoinstitucionalismo Histórico, a través de la historia, junta los niveles meso o macro con el micro para obtener un análisis integrado. En lo meso o macro, rastrea la interacción de las instituciones en sus coyunturas y secuenciación con los procesos sociales como eslabones de una configuración causal o constelación de variables (Immergut 1998, 19). En lo micro, reconoce que ese *path dependence* fue dado por rendimientos crecientes para actores con mayor poder, reforzando la concatenación de interacciones interinstitucionales. Este proceso se da en ambos sentidos, pudiendo ser visto como “un tipo de coevolución” (Pierson y Skocpol 2008, 22). Así, se conforma una cadena causal que da orden a las diversas variables o condiciones independientes, reconociendo que no pueden ser independientes unas de otras (Pierson y Skocpol 2008, 23). Se acepta que existe equifinalidad (Ragin 1987; Berg-Schlosser et al. 2009), con diferentes recorridos causales que pueden dar resultados similares. Como se había mencionado anteriormente, esta corriente neoinstitucionalista propone teorías de nivel medio, que no aspiran a explicar el universo de casos, sino más bien regiones geográficas (o partes de ellas) con comienzos y fines temporales delimitados. Esto se da en un sentido de responsabilidad al reconocer que los argumentos causales propuestos aplican para el periodo de estudio y que siempre pueden encontrarse otras explicaciones alternativas, al

tiempo que, dado el cambio de condiciones, puede que no vuelva a darse tal combinación de condiciones ni el resultado de interés en el futuro (Pierson y Skocpol 2008, 23). Por último, el Neoinstitucionalismo Histórico también puede apoyarse en el método comparado para mostrar cómo las configuraciones de condiciones actúan de manera diferente cuando los contextos son distintos (Pierson y Skocpol 2008, 24).

Finalmente, se detallan a continuación dos características extras al Neoinstitucionalismo Histórico anotadas por Hall y Taylor (1996, 938): (1) la relación entre instituciones y actores es amplia, y (2) existen otros factores que contribuyen al análisis institucional, como las ideas, tomando así cercanía hacia el Neoinstitucionalismo Discursivo y la teoría de la difusión (Garcé 2015; 2017). Respecto a la primera característica, esta corriente neoinstitucionalista toma una posición ecléctica sobre cómo las instituciones afectan al comportamiento de los individuos, pudiendo oscilar entre explicaciones del enfoque del cálculo como del enfoque cultural. El primer enfoque estipula que (a) el comportamiento humano es instrumental y se basa en el cálculo estratégico, (b) las instituciones afectan el comportamiento humano a partir del grado de certidumbre sobre el comportamiento presente y futuro de otros actores y (c) las instituciones persisten porque son el reflejo de “equilibrios de Nash”. El enfoque cultural, por otro lado, hace hincapié en que (a) el comportamiento humano no es totalmente estratégico y está limitado por la visión individual del mundo, siendo satisfactores de necesidades más que maximizadores de utilidades; (b) los individuos son entidades arraigadas al mundo institucional y de él conforman sus rutinas y cursos de acción, de modo que las instituciones les brindan información útil, así como identidades y preferencias; y (c) las instituciones pueden estar naturalizadas o convencionalizadas, de modo que no pueden ser fácilmente transformadas por la acción individual (Hall y Taylor 1996, 939–40).

1.1.3. Aportes del Neoinstitucionalismo Histórico a la Ciencia Política

“El institucionalismo histórico no es una teoría en particular ni un método específico. Este se entiende mejor como un enfoque para el estudio de la política y el cambio social” (Steinmo 2008, 118). Stanley (2012, 476 en Soto 2016, 228) enfatiza en diferenciar entre un marco analítico, “útil para generar explicaciones acerca de la política con licencias epistemológicas para realizar supuestos simplificadores”, y una teoría, “útil para explicar y predecir el mundo político”. En tal sentido, el Neoinstitucionalismo Histórico es un enfoque que permite estudiar los conflictos entre grupos sociales mediados por (re)ajustes institucionales en diversos

niveles, reconociendo el trazado de sus procesos y su inercia causal. El Neoinstitucionalismo Histórico, así como las otras variantes neoinstitucionalistas, surge como un marco analítico en respuesta a la teoría de grupos y a la estructural-funcionalista. El Neoinstitucionalismo en esta variante fue la primera versión dentro de la Ciencia Política (Peters 2003, 100), definiendo a las instituciones como el legado de procesos históricos concretos (Soto 2016, 230).

Entre las críticas frecuentes al Neoinstitucionalismo Histórico se encuentran: (1) su incapacidad de generalización al hacer uso de estudios de caso y comparaciones de N-pequeño, (2) su proclividad a caer en sesgo de selección por variable dependiente (Pierson y Skocpol 2008, 25) y (3) su inexactitud (Hay y Wincott 1998, 952-953; Pierson 1996, 131 en Soto 2016, 229–30). Pierson (2000 en Pierson y Skocpol 2008, 26) estipula que la clave para enfrentar tales críticas está en generar un rastreo de procesos riguroso, con estándares empíricos que deben ser alcanzados tanto a nivel de casos como de comparaciones, a fin de dejar en evidencia los patrones que confirman la cadena causal. Las preguntas planteadas bajo esta visión neoinstitucionalista se enmarcan en la búsqueda de las causas que llevan a la existencia o no del resultado de interés con reconocimiento de la equifinalidad, generando hipótesis complejas que serán mejor verificadas en estudios profundos de pocos casos (Pierson y Skocpol 2008, 26).

Respecto de la selección, si se desea comprender las causas de un resultado de interés, no se puede dejar al azar la elección del caso, sino que se conformarán hipótesis a ser vistas en todos los casos positivos y luego se emparejarán con los casos negativos (Skocpol 1979 en Pierson y Skocpol 2008, 26). En el método comparado se puede usar una lógica de yuxtaposición de periodos y regiones para ser comparados. Finalmente, en los estudios de caso se puede formular y testear hipótesis sobre los mecanismos causales que llevan al resultado de interés a partir de técnicas como el rastreo de procesos o *process tracing* (Bennett y George 1997 en Pierson y Skocpol 2008, 26). Así, el Neoinstitucionalismo Histórico “hace hincapié en las irregularidades más que en las regularidades de la historia y demuestra los límites de los modelos causales universales (Immergut 1998, 19).

Finalmente, en respuesta a la crítica de la inexactitud, es importante observar a la concepción ecléctica del Neoinstitucionalismo Histórico como una ventaja analítica que permite explicar cómo las instituciones influyen en el comportamiento individual tanto desde los enfoques del cálculo racional como de la visión cultural, generando un puente entre las otras dos líneas neoinstitucionalistas (Córdova 2017, 28). En palabras de Pierson y Skocpol (2008, 10), “el institucionalismo histórico está experimentando una nueva fase de desarrollo metodológico, si

bien su foco en la substancia y su eclecticismo teórico abren simultáneamente un camino hacia la complementación con lo mejor de las tradiciones de investigación hermanas”.

Los estudios de casos individuales o de N-pequeño aportan a la acumulación de conocimiento. El Neoinstitucionalismo Histórico aporta a la Ciencia Política con investigaciones enfocadas en problemas sociopolíticos de relevancia que pueden ser retomados y retesteados, en otras delimitaciones geográficas y temporales, por futuros investigadores (Pierson y Skocpol 2008, 27). Además, el Neoinstitucionalismo Histórico se fundamenta en la regla de Rule (1997 en Pierson y Skocpol 2008, 27): ¿sería posible que alguien fuera del campo del investigador diera cuenta de la utilidad del conocimiento que produce? Y su respuesta es sí, ya que no reduce el estudio a una institución o a un solo tipo de técnicas y de datos, como sí podría suceder en las versiones del Neoinstitucionalismo de Elección Racional y Sociológico (Pierson y Skocpol 2008, 27–29). De este modo, el Neoinstitucionalismo Histórico “evita los peligros de ser capturado por la teoría, la técnica, o las fuentes de datos”, brindando una ventaja frente a las otras tradiciones neoinstitucionalistas (Pierson y Skocpol 2008, 29). La norma para la tradición histórica es combinar perspectivas históricas, así como recurrir a diversas fuentes de información y apalancarse en la creatividad metodológica rigurosa, todo esto en fomento de un pluralismo teórico y metodológico (Pierson y Skocpol 2008, 29). El Neoinstitucionalismo Histórico es, por tanto, un marco analítico coherente y fructífero que aporta a la Ciencia Política y a esta investigación, dada la compleja y entramada red de actores y eventos detrás de la estrategia de Comunicación Gubernamental en formato de Campaña Permanente.

1.2. Estudios presidenciales y el ciclo político-electoral: ¿quién y cómo gobierna en los presidencialismos?

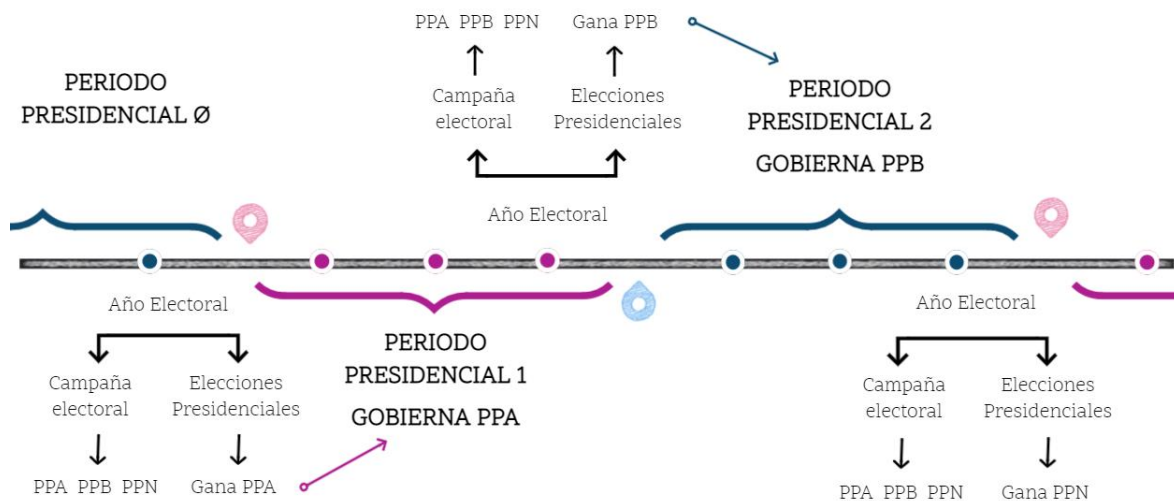
1.2.1. Ciclo político-electoral: antes y durante la presidencia

Con más o menos palabras, diversos politólogos (Sartori 1988; 2003; Huntington 1996; Schmitter y Karl 1996; Schumpeter 1996; R. A. Dahl 1997; Linz 1998; Przeworski et al. 1998; O’Donnell 2010) exponen que la democracia depende de una variable temporal que instituye la participación de diversos partidos políticos en una contienda electoral, a partir de una periodicidad constituida en reglas, que permiten “periódicamente, (la existencia de) ganadores y perdedores” (Przeworski en O’Donnell 2010, 27). En palabras de Huntington (en O’Donnell 2010, 27) la democracia es:

un sistema político que existe en la medida en que se seleccione a los encargados más poderosos para tomar decisiones colectivas a través de elecciones limpias, honestas y periódicas en las que los candidatos compiten libremente por los votos y en las que virtualmente toda la población adulta tiene derecho a votar ... también implica la existencia de libertades civiles y políticas de palabra, de prensa, de reunión y de asociación, necesarias para el debate político y para la realización de las campañas electorales.

Si bien este elemento ha sido criticado por autores como Tilly (2007, 37–40), debido a que forma parte de un listado constitucional, sustantivo, procedimental y procesal de requisitos, es preciso analizarlo con mayor profundidad para identificar las reglas y normas que conforman la institucionalidad del sistema democrático bajo la probabilidad de alternancia (Huntington 1996, 16). Este rasgo de la democracia puede verse influenciado por las particularidades en la legislación respecto de la posibilidad de reelección inmediata o en periodo saltado; sin embargo, se insiste en profundizar en el tema. A partir de la definición de Huntington, se propone a continuación -véase fig. 1.1- un diagrama que ilustra el ciclo político-electoral y sus actores.

Figura 1.1. Ciclo político-electoral



Elaborado por la autora a partir de Huntington (1991, 7 en O'Donnell 2010, 27).

Nota: PP = partido político. Las letras A, B, N representan el número de partidos políticos que puede ser dos o más.

Las constituciones y leyes anexas instituyen un periodo presidencial (de cuatro, cinco y hasta seis años en América Latina) que incluye en su fase final un “año electoral”, a fin de organizar las elecciones para el siguiente periodo presidencial (así como elecciones

seccionales, de las que no se profundiza en esta investigación). Dicho “año electoral” está regido por un complejo sistema de calendarios electorales que regulan las votaciones para que cumplan con las condiciones de la definición: que sean limpias, honestas y periódicas. En tal sentido, hay reglas para candidatizarse, para hacer campaña, para votar, para contar los votos y para determinar cuál es el partido y el candidato ganador. Como se observa en la fig. 1.1, la campaña electoral es un acto puntual llevado, en igualdad de condiciones temporales (e incluso presupuestarias), por todos los partidos y candidatos que se postulan para determinado periodo. Así, se entiende que existe una clara diferencia entre estar en campaña -año electoral- y gobernar -años no electorales o periodo interelectoral-. ¿Por qué es necesaria esta aclaración? Se contesta a esta pregunta en los apartados 3., 4. y 5. del presente capítulo a partir de una propuesta taxonómica para la Comunicación Gubernamental.

1.2.2. El presidente y la presidencia: ¿agente o agencia?

Los estudios presidenciales desde la Ciencia Política pueden ser clasificados en dos grandes enfoques. El primero parte de las aportaciones teóricas de Neustadt (1993) centradas en el poder presidencial, observando al actor presidente como sujeto fuera de la institución con prácticas informales. Dentro de su estudio, el autor propone identificar elementos de líder o empleado, recordando que el presidente siempre será observado por parte de los votantes, a fin de evaluar su accionar cotidiano y acumulado (Neustadt 1993, 31). Es la capacidad de mandar y liderar la que nutre la acción gubernamental. Sin embargo, el autor no observa la acción como resultado, sino su capacidad de influir en los hombres y mujeres que integran el gobierno (Neustadt 1993, 32).

Para Neustadt (1993, 32), el poder presidencial tiene que ver con la influencia que ejerce el presidente, de allí que proponga dos maneras de estudiar este poder: la primera, a partir de las “tácticas de influir en ciertos hombres en situaciones dadas: cómo obtener que el Congreso apruebe una ley, cómo arreglar huelgas, cómo silenciar las rencillas del gabinete, o cómo detener un caso como el de Suez”; la segunda, retrayéndose de esas tácticas y centrándose en la “influencia en términos estratégicos: ¿cuál es su naturaleza y cuáles son sus fuentes? ¿Qué puede hacer para mejorar la posibilidad de tener influencia cuando lo desee?”. Sus textos se centran en la segunda propuesta de estudio, ya que no se trata de observar cómo maneja al Congreso, sino qué hace para aumentar sus posibilidades de manejo en cualquier instancia.

Por su parte, el segundo enfoque de los estudios presidenciales surge desde la crítica a la visión personalista e informal de Neustadt (1993). Moe (2009, 703) afirma que la propuesta teórica de Neustadt dejó de tener en cuenta la complejidad de los referentes empíricos.

Además, expone que no se trata del presidente como individuo, sino de la presidencia como una institución grande, más compleja y formal. De este modo, se observó que Neustadt (1993) no generaba una teoría bien desarrollada, sino un conjunto de ideas sin mucha precisión que no podían garantizar una generalización o un estudio a mayor escala, sino análisis particulares. Así, Moe (1993) propuso 30 años después, que los estudios presidenciales debían abordar: (1) una visión institucional y (2) un enfoque analítico de elección racional.

Una visión institucional de la presidencia es impersonal y tiene una construcción conceptual en bloques que colocan al presidente como un actor genérico que pasa por la estructura y ocupa un cargo determinado por sus poderes e incentivos (Moe 2009, 704). Desde este enfoque teórico, la presidencia debe ser vista en aspectos institucionales como la politización, (des)centralización y cualquier otro elemento perteneciente a los estudios institucionales y no únicamente presidenciales. Moe (2009, 705) dirá que, si bien el enfoque institucional es importante y otorga ventajas en términos de permitir que las teorías viajen, este elemento no es suficiente para transformar los estudios presidenciales, convocando al enfoque analítico de la elección racional para este fin. Sus características se centran en la simplicidad, claridad, rigor lógico y poder deductivo. Por ello, sirve para explicar un fenómeno de manera clara, centrándose en su esencia a través de formulaciones parsimoniosas. De este modo, para los años 80 se formaría toda una corriente neoinstitucionalista que permitió llevar los estudios presidenciales hacia la política comparada (Moe 2009, 706).

Los primeros estudios que combinaron estas dos aristas se centraron en la institución, dejando de lado o dándole muy poco espacio al presidente. Con el pasar del tiempo y la evolución de la literatura, se generó un balance entre el estudio de la presidencia y del presidente. Moe (2009, 706) explica que la teoría presidencial fue desarrollada por investigadores institucionalistas y no por presidencialistas. Así, se buscó observar a la presidencia integrada en un amplio sistema institucional: un gran bloque teórico que incluía teoría presidencial, legislativa, de cortes y de la burocracia como elementos de la teoría del sistema y su interdependencia. Estudios posteriores (Moe 1985; 1993) fueron colocando al presidente en una posición particular, a fin de entender su uso del poder en el sistema desde la separación de poderes, determinando que entre sus acciones se encuentran la construcción institucional de la presidencia, el diseño y control de la burocracia, la ejecución de acciones unilaterales y la

capacidad de hacer crecer su poder a expensas de otras ramas. En tal sentido, esta área de estudio también devengó en términos neoinstitucionalistas, reconociendo que las reglas constriñen a los actores, pero los actores también modifican las instituciones.

1.2.3. La presidencia como una institución política formal

Al hacer una revisión de la literatura desde el Institucionalismo -en general- y del Neoinstitucionalismo Histórico -en particular-, se observa una serie de elementos constitutivos de la definición de institución política. En principio se aprecia ampliamente la visión de “reglas del juego” (Rothstein 2001, 206) explícitas y formalizadas (O’Donnell 1996, 25) que permiten acuerdos cristalizados en dispositivos normativos (Basabe-Serrano 2007, 192) y adquieren una aplicación empírica (Rothstein 2001, 207). Estas instituciones pueden ser formales o informales (Shepsle 1986; Peters 2003, 175; Rothstein 2001, 215), ubicando el estudio de los ejecutivos en el primer grupo. En segundo lugar, las reglas del juego demarcan valores a ser adoptados por la sociedad: justicia, identidad colectiva, pertenencia, confianza y solidaridad (March y Olsen 1997). En tercer lugar, las instituciones tienen la capacidad de influir y constreñir la conducta de los individuos, al tiempo que los vinculan entre sí (Scott en Vergara 1997, 18; Rothstein 2001, 215; Basabe-Serrano 2007, 175). Este punto tiene estrecha relación con el llamado de atención de Moe (1993; 2009), al hacer hincapié en que la presidencia es la que constriñe al presidente y delimita sus funciones y maneras de vincularse con los otros actores políticos.

Una vez observadas a las instituciones como reglas del juego que otorgan valores y constriñen a los individuos, quedan por señalarse tres elementos más: las instituciones generan escenarios de equilibrio inducido (Shepsle 1986) con subóptimos que den estabilidad (Basabe-Serrano 2007, 175) y permitan mantener la distribución de las cuotas de poder pre-institucionales, generando desarrollo (Przeworski y Curvale 2007). Con respecto a su logística, las instituciones son estructuras de reducción de complejidad tanto en la esfera social como en el gobierno (Peters 2003, 96; Shepsle en Basabe-Serrano 2007, 175). Como manifiestan Przeworski y Curvale (2007), las instituciones políticas son exitosas en tanto permitan solventar de manera pacífica los conflictos de la sociedad que gobiernan. La presidencia debe ser observada como dotadora de equilibrios de poder y estabilidad, que es capaz de reducir la complejidad de las relaciones informales expuestas por Neustadt (1993) en la figura del presidente.

Además de estos elementos constitutivos, Peters (2003, 36–37) estipula que las instituciones formales tienen cuatro características principales. La primera tiene que ver con la trascendencia: la institución trasciende a los individuos, es decir, la presidencia trasciende al agente presidente. La segunda gira en torno a la estabilidad que generan en el tiempo gracias a puntos de referencias en reglas y tradiciones (March y Olsen 1997). La presidencia se rige por reglas estipuladas en la constitución, además de leyes orgánicas que regulan todo el funcionamiento del poder ejecutivo. En tercer lugar, afectan, influyen y modifican el comportamiento y condicionan las preferencias del individuo (Rothstein 2001, 214). En este sentido, el agente presidente ve condicionado su actuar a partir de las reglas establecidas. Finalmente, solicitan de los miembros un mínimo compartido de valores (March y Olsen 1997) que también atañen al presidente.

Ahora bien, Vergara (1997) sugiere otras tres características de las instituciones formales. La primera tiene que ver con el cambio: las instituciones pueden cambiar o adaptarse en el tiempo en función de sus interacciones con el mundo exterior (March y Olsen 1997). Este cambio puede darse por tres razones, según Rothstein (2001, 227): a) por puro accidente o factores imprevistos; b) por cambio evolutivo; y, c) como resultado de un diseño intencionado por parte de actores estratégicos. La segunda característica parte de la existencia de una sanción para quien transgreda las reglas del juego de la institución. En el caso de la presidencia, el presidente puede ser castigado si incumple con alguna de sus funciones o si utiliza su poder para beneficio propio, todo esto estipulado en la constitución a través del *accountability* horizontal, diagonal y vertical (Lührmann, Marquardt, y Mechkova 2017; Schmitter 2004). Por último, la tercera se relaciona con la lógica de elección racional, al recordar que el accionar humano se rige por el cálculo en la toma de decisiones, reconociendo que los cambios institucionales no implican necesariamente modificaciones en las preferencias de los actores, pero sí en su estrategia de juego (Rothstein 2001, 218). De este modo, el agente presidente tiene un espacio en el que puede repensar sus estrategias, así la institución presidencial cambie.

Una revisión desde la “capacidad operativa” de los poderes ejecutivos permite profundizar en los estudios de *performance*, en los que se encuentran dos categorías a analizar: una de recursos sistémicos, como insumos para determinar la labor y los medios para alcanzar el logro, y las prácticas de procedimientos, como rasgos organizativos (Suárez 1982, 112). Son estos dos elementos parte fundamental de la institución presidencial, a fin de comprender la conformación de las estructuras de comunicación gubernamental como reglas del juego

legales y/o tradicionales con las que los presidentes generan un diálogo (persuasivo) con su público (Calvo 2007).

En la línea de la explicación de la formación y el diseño institucional, Skocpol (1992 en Peters 2003, 99) afirma que las decisiones políticas “tendrán una influencia prolongada y definida sobre la política dominante”, a partir de la conformación de persistentes *path dependence* dada la inercia surgida. Esto afecta las nuevas decisiones políticas y el desempeño gubernamental, dada la persistencia de las normas creadas que solo pueden ser modificadas si existe una nueva fuerza que pueda cambiar el rumbo de la inercia (Hall en Peters 2003, 101). Entonces, el Neoinstitucionalismo Histórico busca hacer un análisis longitudinal de la creación, evolución y cambio institucional, sin restringirse a un corte transversal de la institución. Esto, aplicado a la presidencia lleva a la necesidad de observar varios periodos presidenciales previos como el origen de las decisiones del gobierno en estudio (Peters 2003, 102).

A fin de poder estudiar estos *path dependence*, el Neoinstitucionalismo Histórico deja de lado las estructuras formalizadas para concebir a las instituciones “como una combinación de reglamentaciones y procedimientos” (Hall 1986, 7 en Peters 2003, 103). Esta combinación marca un énfasis en el análisis del peso de las ideas como definitorias de las instituciones y de sus diseños. Pero esas ideas se forjaron en un momento puntual, por lo que para entender la formación institucional es preciso identificar los gatillantes ideacionales y las ventanas de oportunidad (Peters 2003, 104–5). El diseño institucional depende entonces de las decisiones iniciales sobre las políticas y las estructuras, que determinan así las posteriores decisiones, volviendo a la importancia del *path dependence* y su inercia (Peters 2003, 112). A diferencia de los enfoques de Elección Racional y Sociológico, el Neoinstitucionalismo Histórico no da peso al estudio de la “buena institución política”, ya que se enfoca en explicar su persistencia y evolución en lugar de su naturaleza en un ejercicio tautológico de juicio de la eficacia de su traducción ideacional en normativa (Peters 2003, 112–13). Siendo la presidencia la cabeza del poder ejecutivo, es lógico pensar en la articulación de ideas y decisiones políticas del presidente que deben ser estudiadas en un orden cronológico.

Por otro lado, es preciso también observar con cuidado si estos procesos de formación institucional que modifican los equilibrios iniciales se dan por evolución o por revolución, lo que lleva a estudiar los cambios institucionales. Así, se propone el estudio de las coyunturas críticas o acontecimientos institucionales críticos que dieron paso al cambio (Collier y Collier 1991 en Peters 2003, 108). Esto no impide identificar también la posibilidad de un cambio por

aprendizaje político con nuevos equilibrios dado un cambio de rumbo gracias a nueva información proveniente de la experiencia de otras instituciones. Una última opción de cambio surge a partir de la evolución, identificando la posibilidad de cambios graduales (Pierson 1996 en Peters 2003, 109). De este modo, se concluye recordando que el Neoinstitucionalismo Histórico, procurando teorías de rango medio, se propone alcanzar fines de un análisis político comparativo, reconociendo las particularidades de cada caso para identificar semejanzas y diferencias (Peters 2003, 113–14). Vinculando esto a la presidencia, es importante identificar los momentos y motivos de cambio, así como la potencialidad de comparación interinstitucional entre diferentes países y periodos.

1.3. Breve estado del arte de la comunicación gubernamental

1.3.1. Comunicación política: historia, definiciones, actores y modelos de interpretación

Maquiavelo (1998 [1532], 106) afirmaba que “...generalmente, los hombres juzgan por lo que ven y más bien se dejan llevar por lo que les entre por los ojos que por los otros sentidos... y pudiendo ver todos, pocos comprenden lo que ven...” Esta cita de hace casi cinco siglos de antigüedad da cuenta de la importancia de los estudios de la comunicación política. No obstante, Mazzoleni (1998) convoca a identificar que este fenómeno sociopolítico se remonta a los debates de la filosofía griega y romana respecto de la retórica, el poder de la persuasión y la búsqueda de autoridad en la conformación de las democracias y las repúblicas. De allí que términos como “candidato” o “mitin” provengan y promuevan lenguajes militares sobre “ganar” o “perder” elecciones a partir de “campanas”.

Pasando por Maquiavelo y las monarquías, las Revoluciones Americana y Francesa, y con ellas el resurgimiento de los ideales de “libertad, igualdad y fraternidad”, la comunicación política ha experimentado una serie de cambios que se han visto fuertemente influenciados por los avances tecnológicos (Mazzoleni 1998). Druckman (2003) identifica que el debate televisivo Nixon-Kennedy es un hito que determina que la imagen comunica y vende, dando así empuje a toda una amplia disciplina comunicacional, con un sinnúmero de investigaciones desde el marketing político y las contiendas electorales, entre otros temas (Kaid 2004b; Canel y Sanders 2010, 17). Así, la Comunicación Política¹, como disciplina, surge aproximadamente en 1981 en los EUA precisamente a partir de estudiar la retórica, la propaganda, los votos, las

¹ Comunicación política con minúsculas se refiere a los fenómenos comunicativos de amplia índole, mientras que Comunicación Política con mayúsculas observa todo el ámbito científico-académico (Canel 2006, 17).

audiencias y el comportamiento electoral, la relación del gobierno con los medios y los cambios tecnológicos (Mazzoleni 1998).

Wolton (en Mazzoleni 1998) define a la comunicación política como el espacio donde se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse sobre política, que son (1) los políticos, (2) la opinión pública a través de encuestas y (3) los periodistas. Por su parte, Gerstlè (en Mazzoleni 1998) la define como el conjunto de técnicas y estrategias utilizadas por los actores políticos para gestionar y seducir a la opinión pública. Estas dos definiciones dan pie para profundizar en las identidades de los tres actores propuestos (Mazzoleni 1998):

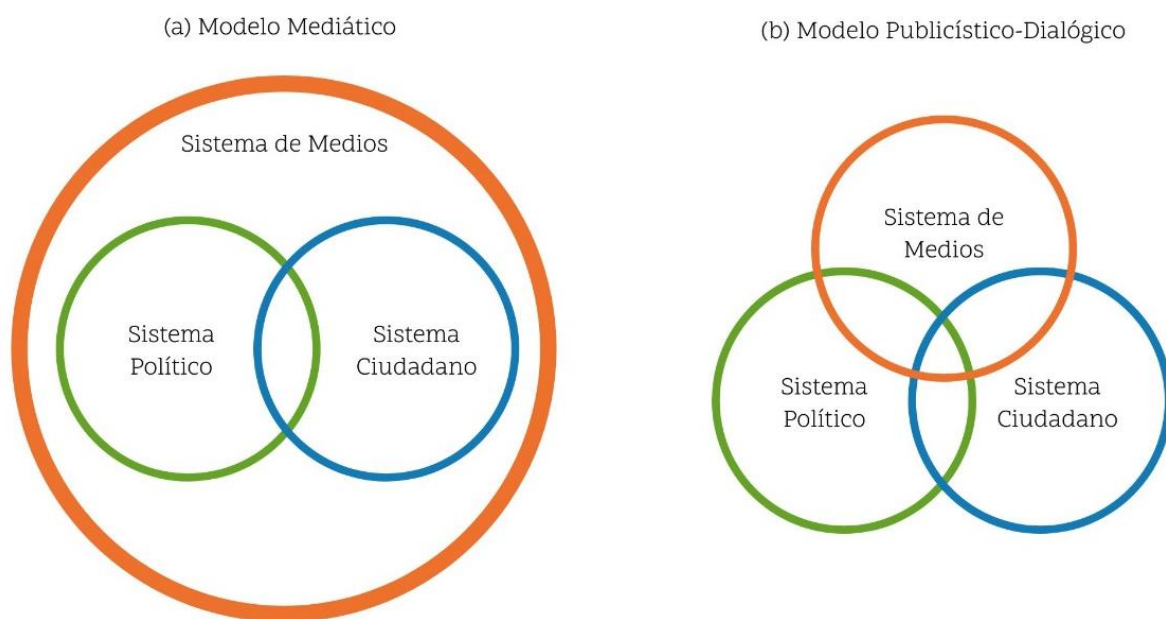
- (1) Sistema político: abarca a los políticos como agentes, pero también a las instituciones políticas (gobierno, parlamento, poder judicial y jefe de Estado), así como a los partidos políticos, y los movimientos y grupos de presión
- (2) Sistema ciudadano: opinión pública y electorado, difícil de identificarlos o nominalizarlos como un grupo homogéneo, ya que engloba a las y los ciudadanos – votantes, que pueden agruparse o asociarse; sin embargo, su identidad es difusa y suele aparecer casi exclusivamente en momentos puntuales (elecciones, protestas, encuestas de opinión, procesos de veeduría, etc.)
- (3) Sistema de medios: incluye a agentes e instituciones que producen y distribuyen información como son los medios de masas (televisión, radio, prensa, libros, cine), así como a los nuevos medios digitales (internet, redes sociales)

Mazzoleni (1998), a partir de la identificación de estos actores, propone dos modelos contrapuestos para interpretar los fenómenos de la Comunicación Política -véase fig. 1.2-. Por un lado, gracias al prominente peso que van tomando las democracias centradas en los medios o mediocracias a partir del surgimiento y popularización de los medios de masas, los fenómenos comunicativos podrían ser estudiados a partir del (a) modelo mediático, en el que las interacciones entre el sistema político y el sistema ciudadano siempre se integran, enmarcan y condicionan por el sistema de medios, sus plataformas y su contexto mediatizado. Así, la comunicación política se entiende como el producto de la interacción y la competencia entre los diferentes actores en el espacio público mediatizado. Esto (masificación de la comunicación), sumado al proceso que modifica formas y fondos del sistema político y del sistema ciudadano es lo que se denomina como “mediatización de la política”.

Por otro lado, el (b) modelo publicístico-dialógico permite estudiar una intersección de relaciones duales y triples en las que “los procesos de comunicación política no están limitados a un tipo específico de sociedad democrática y ultramediática como las occidentales contemporáneas” (Mazzoleni 1998: 23 en Dader 2008, 4). Este modelo resulta interesante para comprender que, inclusive dentro de las mediocracias, tal como afirma Swanson (1995):

hay abundantes relaciones entre dirigentes políticos, instituciones, ciudadanos y hasta los propios grupos mediáticos que no sólo no afloran en la representación mediática de la política, sino que discurren al margen o tienen capacidad para condicionar y reconducir soterradamente la propia forma de intervención de esos medios a lo que luego les suponemos tan descomunal capacidad de influencia.

Figura 1.2. Modelos de interpretación de los procesos de comunicación política



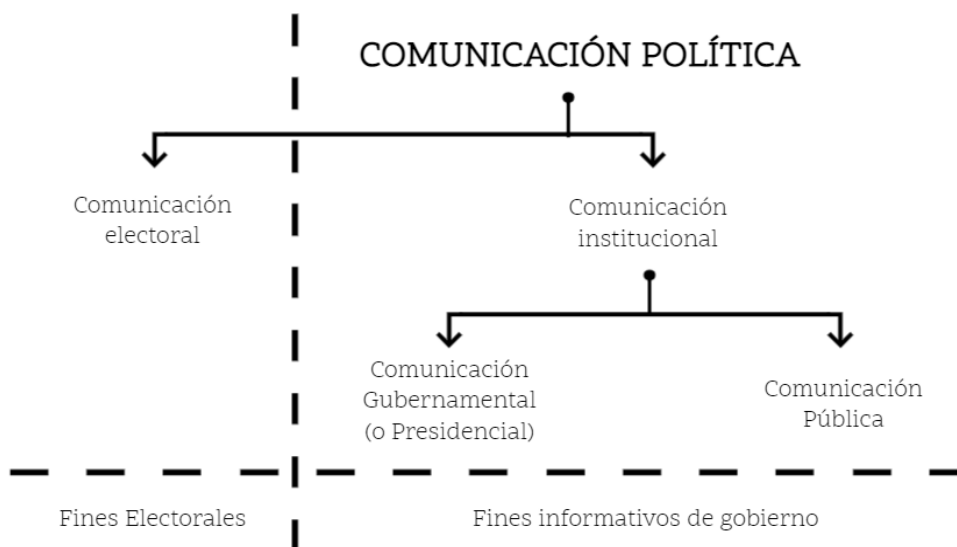
Elaborado y adaptado por Dader (2008) a partir de Mazzoleni (1998).

1.3.2. Clasificación de la comunicación política según sus fines

Poniendo el foco de estudio en la presidencia, se observa que tanto la Comunicación Política como la Ciencia Política han realizado investigaciones en los distintos momentos del ciclo político-electoral, identificando dos subcampos a partir de sus fines (electorales vs de gobierno): la comunicación electoral y la comunicación institucional o de gobierno. Fara y Sutelman (2018, 21) identifican que existen cuatro diferencias sustanciales entre la

comunicación electoral y la comunicación de gobierno. Por un lado, la campaña implica (1) responsabilidades menores frente a públicos, que tienen (2) altas expectativas y que esperan ser persuadidos. Por tanto, (3) las situaciones de crisis que enfrentan son ganar la competencia y/o posicionarse para futuras elecciones, ocupando un espacio limitado dentro del ciclo político-electoral, ya que (4) la magnitud de problemas de la población a los que dan respuesta es pequeña. Por otro lado, la comunicación de gobierno (1) sí tiene responsabilidades totales al (3) resolver las continuas crisis que surgen a lo largo de los años de gobierno. Tal manejo se hace con un comité permanente y/o un comité de crisis, frente a (2) un público que ya no requiere publicidad, sino información sobre decisiones políticas y sus resultados. Entonces, (4) los problemas de la población que deben enfrentar son generalmente grandes. Ahora bien, la comunicación institucional se subdivide en comunicación gubernamental o presidencial y comunicación pública -véase fig. 1.3- que se describen a continuación.

Figura 1.3. Subcampos de la comunicación política a partir de sus fines



Elaborado por la autora a partir de Cusot et al (2013), Dader (2008) y Giroux (1981).

1.3.2.1. Comunicación electoral

La comunicación electoral, muy influenciada por las técnicas, tácticas y principios del marketing político (Cárdenas Ruiz 2013, 35), tiene por objetivo llevar a los candidatos presidenciales a ganar y/o mantenerse en el gobierno a partir de la conquista de segmentos del electorado (Castells 2011, 535 en Cárdenas Ruiz 2013, 37). Para tales fines, existe un

calendario electoral a cumplirse (parte del ciclo político-electoral), así como otras reglas electorales respecto del presupuesto y los medios para realizar la promoción. Los partidos políticos que compiten en las “elecciones limpias, honestas y periódicas” de la definición de democracia de Huntington (en O’Donnell 2010, 27) asumen en toda la amplitud de la palabra “campaña” su sentido militar: estructuran un programa electoral que debe ser transmitido a través de una estrategia gracias a un equipo de campaña (Baeza 2016, 342). La estrategia, a más de la comunicación directa con los electores, suele apoyarse en los medios de comunicación de masas en un proceso interactivo de transmisión de información y de mensajes persuasivos (Norris 2002, 127 y Swenney 1995, 14 en García Beaudoux y D’Adamo 2006, 81).

Este tipo de comunicación centrada en el candidato presidencial prioriza su imagen, buscando mostrarlo cercano, optimista, confiable, capacitado y seguro ante los electores (Baeza 2016, 354). Entre los elementos que se abordan a la hora de construir la imagen del candidato presidencial se incluyen el relato (conformado por la historia personal, la historia del ahora y la historia del nosotros), la estrategia, el mensaje y el mapeo de los votantes, a fin de identificar sus objetivos y también sus límites. Los votantes de base leal son una “cuota de mercado ya ganada”, mientras que los votantes de base del adversario demarcan con certeza aquellos segmentos que no podrán ser convencidos. Siguiendo la misma lógica se encuentran los votantes persuasibles leales y adversarios, cuyos votos tienen tendencia hacia uno de los dos lados, pero pueden ser persuadidos para abstenerse o votar en contra. Finalmente, el segmento para el que se diseña la estrategia es el de los indecisos (Baeza 2016, 360–61). Napolitan (en Baeza 2016, 362) recomienda que “primero hay que proteger el terreno propio”, es decir, proteger a los votantes de base leal, al tiempo que se amplía la mirada hacia los indecisos, para capturar sus votos.

Stömbäck (2007 en Cárdenas Ruiz 2013, 36) identifica una evolución de las campañas políticas electorales con tres estadios: las premodernas, las modernas y las posmodernas. Este cambio da cuenta de algunas tendencias. En primer lugar, se evidencia una “desaparición progresiva de los contenidos programáticos de los candidatos en aras de la aparición de valores o conceptos centrales más ligados a la imagen y la publicidad... redundando en un desbalance entre los contenidos racionales y emocionales de las campañas” (Cárdenas Ruiz 2013, 36). Herramientas como *spots* radiales y televisivos son centrales en este punto, ya que son pequeñas pero potentes dosis de información sobre los candidatos y sus posiciones políticas (Benoit 1999 en García Beaudoux y D’Adamo 2006, 83). En segundo lugar, la

desconfianza de la ciudadanía en la política continúa creciendo, particularmente por el rechazo a las instituciones (partidos y movimientos políticos del estadio premoderno) y el apoyo a la personalización de las campañas (del estadio posmoderno) (Cárdenas Ruiz 2013, 36; García Beaudoux y D'Adamo 2006, 84).

Por último, “la política es fundamentalmente mediática. Los mensajes, las organizaciones y los líderes que no tienen presencia mediática no existen para el público” (Castells 2011 en Cárdenas Ruiz 2013, 37). Por tanto, el papel del candidato es asumirse como parte del espectáculo mediático en una lógica de personalización de la política. Diversos manuales de comunicación electoral ubican al *storytelling* como una de las herramientas centrales para “recuperar emociones en la estrategia política”, humanizando al candidato como centro de la campaña, a fin de consolidar su imagen en la mente de los electores (Cárdenas Ruiz 2013, 41). Ahora bien, tal objetivo se cumple a partir de otra herramienta: el *spot* televisivo, caracterizado por haber sido diseñado bajo el control total del mensaje dentro del partido y el uso de canales de comunicación de masas para su distribución (García Beaudoux y D'Adamo 2006; Kaid 2004b), a fin de apelar a la vista y al oído. Diversos estudios demuestran que existe una relación positiva entre resultados electorales y gastos en publicidad televisiva por parte de los candidatos (Bartels 1993 en García Beaudoux y D'Adamo 2006, 83).

¿Qué funciones cumple el *spot* televisivo? Benoit (1999 en García Beaudoux y D'Adamo 2006, 87–88) identifica tres. En primer lugar, busca resaltar todos aquellos atributos y certificaciones que acrediten a un candidato como un político deseable, a partir de expresiones positivas o auto aclamaciones. Al mismo tiempo, pretende disminuir las credenciales de los oponentes utilizando expresiones negativas o ataques. Por último, es el medio para responder a los ataques propendidos por los otros candidatos, en un sentido de defensa. A partir de estas tres funciones, el candidato se vende asumiendo uno o varios de los siguientes “roles simbólicos presidenciales”: el gran comunicador, el jefe visionario, el héroe, la figura paterna, el guardián de los valores, el comandante en jefe, el líder mundial, el primer legislador, el primer educador, o el primer administrador (García Beaudoux y D'Adamo 2006, 97–98).

1.3.2.2. Comunicación institucional

El campo electoral no es el único escenario en el que los políticos deben comunicarse. La campaña electoral es tan solo una pequeña parte del ciclo político-electoral. Dávalos (en Cusot, Dávalos, y Polanco 2013, 33) afirma que el proceso electoral requiere cautivar votos;

sin embargo, los años de gobierno demandan otro tipo de comunicación a fin de mantener el respaldo popular y poder completar el periodo del mandato constitucional. El candidato presidencial se convierte en presidente y debe llevar a cabo su plan de gobierno, comunicándose continuamente con la ciudadanía. Sotelo (2016, 192) sostiene que la comunicación institucional busca dar cuenta puntual de los actos políticos a través de rutinas de corte periodístico con el objetivo de mantener informada a la ciudadanía. Sin embargo, dada la autonomía del poder político gracias a haber ganado por voto popular, los líderes de las instituciones públicas pueden tomar decisiones con dinámicas persuasivas sin someterlas al debate y aprobación pública. Esta aseveración da paso para profundizar en los tipos de comunicación institucional, reconociendo una premisa básica: en teoría la comunicación institucional y su estrategia político-comunicativa estarían limitadas al ciclo político-electoral (Canel 2007, 20).

Comunicación gubernamental

Canel y Sanders (2010, 162) son enfáticas en reconocer que tanto el concepto como la práctica de una “estrategia de comunicación de las instituciones políticas es algo complejo”. Las autoras firman que existen un sin número de elementos de carácter personal e institucional, entre los que se puede observar el estilo del líder, su retórica y redacción de discursos, su agenda pública y política, y sus relaciones con la prensa. Por su parte, Swanson (1995) explica que en esta Tercera Ola de la Democratización debe observarse con particular atención la articulación entre instituciones mediáticas y políticas, vistas como instituciones generativas. Estudiar este fenómeno es una tarea ética para precautelar la democracia de distorsiones y pérdidas de objetivos de largo plazo.

Noguera (2005 en Amadeo 2016, 156) describe a la comunicación gubernamental como aquella centrada en la gestión, y que por tanto debe ser más sostenida y menos heroica. Así, tiene una profunda conexión con las relaciones públicas, como proceso estratégico de comunicación en el que el gobierno “construye relaciones mutuamente beneficiosas ... con sus públicos” (Public Relations Society of America 2012 en Amadeo 2016, 156). De este modo, la gestión y la administración pública son ubicadas dentro de una agenda pública con diferentes categorías de prioridad (Solís 2010 en Amadeo 2016, 157). Dentro de esta acotada circunscripción, Riorda (2006, 7 en Amadeo 2016, 157) identifica este proceso comunicacional dentro de los límites de la democracia, ya que la comunicación

gubernamental sería un método por el cual el gobierno “intenta hacer explícitos sus propósitos u orientaciones a la opinión pública para obtener apoyo o consenso en el desarrollo de sus políticas públicas”. El autor entiende, por tanto, que un gobierno dictatorial será el que no se comunique, sino que únicamente brinde información desde la propaganda.

A partir de la definición arriba detallada, ¿se podría decir que existe una planificación estratégica de la comunicación gubernamental? Amadeo (2016, 167) asegura que sí, porque responde al “ámbito de decisión que [busca] interactuar con la mayor cantidad de ciudadanos ... cada gobierno debe amoldar su sistema de comunicación tanto al estilo del líder como a las características culturales de su país”. La comunicación gubernamental busca informar desde el gobierno (sea por un portavoz o por el líder de la institución pública) acerca de los debates existentes entre los diferentes actores políticos para definir problemas estructurales y coyunturales; formular y adoptar políticas públicas; y finalmente aplicarlas (Canel 2007, 239–42). Esto puede darse en circunstancias normales o en momentos de crisis (Canel 2007, 243–44) que rompen con la estabilidad de la institución y requieren un trato prioritario dada la tensión y unicidad de los fenómenos tales como guerras, pandemias, catástrofes naturales, fallos funcionales que devengan en pérdidas humanas, sospechas de honorabilidad - corrupción y actuaciones ilegales-, crisis internas -huelgas-, entre otros (Canel 2007, 245). En ambos casos, el gobierno está a cargo de transmitir información puntual y verídica a la ciudadanía bajo el eje de transparencia y de libertad de opinión y prensa (Sotelo 2016, 192).

Comunicación pública

Es importante en este punto marcar una diferencia entre la comunicación política gubernamental y la comunicación política pública (Wolton 1998, 110). Giroux (1981, 143) las cataloga como persuasiva e informativa, respectivamente. La comunicación gubernamental hace referencia estrictamente a la función de portavoz del poder ejecutivo para publicitar y contar las acciones del gobierno, a fin de ganar apoyo, gobernabilidad, entre otros incentivos (Dader 2008, 14). Por este motivo, cuando se habla de comunicación gubernamental se entiende la visión del ejecutivo, la presidencia y el presidente (Canel y Sanders 2010, 19 en Amadeo 2016, 157), “que se vuelven persuasivos para responder a los imperativos de eficiencia administrativa del aparato estatal” (Giroux 1981, 144). Así, Giroux (1981) denuncia que este tipo de comunicación se aleja cada vez más de la posibilidad de recibir retroalimentación y supervisión por parte de la población.

Por su parte, la comunicación pública abarca a todo el conjunto de la ciudadanía, dejando por fuera incentivos de carácter económico-político y enfocándose en las campañas de salud y educación pública, por citar un par de ejemplos. En este tipo de comunicación se tratan temas diversos en función de lo que a la ciudadanía le preocupa y que llevan en la agenda pública la etiqueta de problemas socio-estructurales de larga data. Esto lleva a que exista una constante retroalimentación por parte del público (Giroux 1981, 144–45). La comunicación pública “fortalece la legitimidad democrática ... [y] pasa así a garantizar la disponibilidad de información relevante para cada ciudadano, facilitando el control y la creación de valor público a través de la reutilización de esta información” (Calleja y Rubio 2016, 116).

1.3.3. Comunicación gubernamental: tres formas de clasificarla

Al intentar tipificar la comunicación gubernamental resaltan al menos tres posibles formas. En primer lugar, Mouchon (1998) expone una propuesta que apunta hacia una lógica evolutiva de la comunicación presidencial, afirmando que el último estadio es el más democrático y, por ello, el ideal al que deberían apuntar todos los presidentes. En segundo lugar, Ponce (2013) afirma que existen tan solo dos modelos de comunicación en lógica antagónica: la comunicación abierta y la comunicación cerrada. Finalmente, Amadeo (2016) identifica que dentro de la dicotomía comunicación abierta – comunicación cerrada debe existir un amplio espectro de grises. El presente acápite revisa estas tres formas e inscribe la investigación en una ampliación de la tercera forma, a fin de proponer una taxonomía de la comunicación gubernamental.

1.3.3.1. Mouchon y la evolución de la comunicación presidencial

Mouchon (1998) determina que los años de gloria de la comunicación presidencial en Francia se dieron en la década de 1980, generando sobre ella una mirada crítica por sus costos exorbitantes y formas de financiamiento desviadas, que terminaron profundizando el descrédito y desconfianza en lo político. En sus inicios, se la observó como una práctica técnica e instrumental para diferentes actores. No obstante, Mouchon (1998, 203) explica que “los partidos y los sindicatos, tradicionales depositarios de la acción colectiva, ya no ejercían la atracción ni tenían la credibilidad que suscitaban la adhesión e impulsaban al compromiso”. A esto se sumó una concentración progresiva en lo coyuntural por encima de lo estructural, limitando la “capacidad operativa” de los proyectos políticos (Suárez 1982, 112). Esto se dio

en buena medida a partir de la televisión que, en lugar de unir al político con sus audiencias, conformó un “formalismo institucional”.

Respecto de los mecanismos de comunicación presidencial, pueden determinarse dos momentos con estilos distintos: uno anticuado y formal versus otro moderno y trivializado. En el primer grupo se encuentran las a) “formas canónicas de las presentaciones ritualizadas” manifestadas en las conferencias de prensa; y, b) la alocución presidencial o enunciación oficial con acentos positivos, justificada únicamente para el anuncio de decisiones importantes. Así, estos mecanismos cedieron su lugar a formas menos formales gracias a la televisión como medio para expresarse, desmoronando el modelo formal y dando fin a un periodo de relaciones asimétricas entre la autoridad política y los ciudadanos. De este modo, el segundo grupo de mecanismos es “menos limitado a las finalidades declarativa y de decisión, la enunciación presidencial apunta al reencuentro con la gente” (Mouchon 1998, 205). Entonces, el discurso y la conducta del presidente “deben adaptarse a los cambios de valores y de gustos surgidos en la sociedad” pudiendo, por ejemplo, distanciarse de las relaciones jerárquicas tradicionales.

Mostrado en su dimensión humana, el presidente está más próximo y resulta más familiar, pero al mismo tiempo, puede ser sometido más fácilmente a los juicios de aquellos que lo descubren. Sus presentaciones televisuales se transforman cada vez más en ocasiones de “trabajar” su imagen, la exteriorización de sí mismo. Ayudado por sus asesores en comunicación, el presidente supervisa la elección de los dispositivos y elabora el mensaje que ha de transmitir en función de las características de la situación política, del contexto económico y del estado de conocimiento de la opinión pública. Fuera del marco ritualizado de la alocución oficial, el presidente ve abrirse ante sí un espacio de intervención personalizada. No obstante, debe hacer un uso ocasional de ese espacio a fin de evitar que esa fórmula se vuelva a institucionalizar, con lo cual pronto sería percibida como una comunicación oficial disfrazada, sino como propaganda (Mouchon 1998, 205).

De esta manera, la enunciación presidencial pasa a cimentarse en nuevas bases, donde “informar, decidir, anunciar, persuadir o simplemente presentarse son actos que tienen finalidades comunicativas que deben hacerse explícitas” (Mouchon 1998, 206). Así, se conforma un contrato tácito entre el presidente y los ciudadanos fundamentado en la transparencia que brinda aceptación o rechazo por parte del público en función de la claridad de las intenciones del jefe de Estado. “Restringidos por reglas precisas (coestablecidas por el público y no ya solamente impuestas) y limitado en la cantidad de sus presentaciones, el presidente elige esas ocasiones de manera muy selectiva” (Mouchon 1998, 206).

En el caso francés, la comunicación presidencial dio saltos de la rigidez y formalismo a una “comunicación a medida”, que buscó quebrar la jerarquía social, a partir de una nueva forma de relación en la que “el jefe de Estado debía componer y no imponer”, reconociendo que lo formal y lo solemne ya no marcaban la pauta a la hora de comunicar (Mouchon 1998, 207). La trivialización de la comunicación política se dio a partir de la influencia de la asesoría en comunicación surgida del marketing. Ella transformó el espacio de lo político en un espacio de seducción y suprimió el rol prioritario acordado hasta entonces a la ideología. Con estas técnicas asesoradas, el rol de la televisión cambió hasta el punto en el que “el programa político reemplazó a otro tipo de programas de naturaleza no informativa y conocidos por contar con buena audiencia” (Mouchon 1998, 207).

Esta visión moderna de la comunicación presidencial conformó dos dispositivos: a) el intercambio estándar a la hora del noticiario con preguntas y respuestas por parte del presidente, y b) la renovación de la fórmula que incluía poner el “programa político” en horario de la noche y usar la técnica de repetición, construyéndolo con dirección al gran público. Mouchon (1998, 208) explica que este paso lleva a que la “expresión política se desvíe pues toma aspecto de espectáculo o pues el aspecto de espectáculo adquiere más importancia que el contenido”. Esto despierta la curiosidad del público, a fin de entretenerlo, además de darle espacio al presidente para corregir su imagen degradada de político. Así, se dejan los símbolos del formalismo ya desacreditados por la demagogia oculta detrás de ellos y se llega a los tiempos del plan-media y la sistematización de la comunicación presidencial.

Pero ¿qué implica quebrar los formalismos si se continúa usando dispositivos de ruedas de prensa y televisión? La diferencia se nota en la manera de hablar del presidente, acercándolo a la ciudadanía desde un lenguaje y unas maneras más populares y corrientes. Esta estrategia borra la brecha mediante la inmersión imprevista en el universo de la cultura popular. Esto evita el rechazo a los largos periodos del discurso político. Para responder a ese rechazo, se construye el intercambio verbal según principios que se ajustan a los cánones de las nuevas imágenes, pudiendo concluir que la comunicación política y presidencial se encuentran en una transición (Mouchon 1998, 209). El programa de comunicación política como dispositivo televisual adquiere valor simbólico y puede jugar con una serie de modelos a fin de transmitir diversos mensajes, además de manifestar diferencias en las estructuras de comunicación presidencial. Los modelos son el impositivo (en el que sólo están el mediador y el presidente), el del ágora (en el que el presidente se enfrenta a los medios en presencia directa de los

ciudadanos), y el interactivo (en el que se evidencia una relación directa entre el presidente y los ciudadanos, dejando a los medios en un espacio mínimo de acción).

Mouchon (1998, 215) explica que, a partir de finales del siglo XX, se ha pasado de un modelo impositivo a uno interactivo, redefiniendo las lógicas de la comunicación gobernante-gobernados. Al mismo tiempo, la imagen del periodista o mediador ha decaído, al ser tildado *a priori* de engañoso por poder proteger intereses ajenos a los de las grandes mayorías. Así, según Mouchon (1998, 217), es el conjunto de ciudadanos el que solicita comunicarse directamente con el presidente a fin de ejercer su derecho de vigilancia sobre el discurso político electoral y su congruencia con la ejecución en el plano de lo real. Para observar un resumen del paso de la comunicación gubernamental impositiva a la interactiva en el modelo evolucionista de Mouchon (1998), véase la tabla A.1 del Apéndice A.

1.3.3.2. Ponce y la dialéctica de la comunicación gubernamental

“El papel que cumplen los actores de la comunicación gubernamental es lo que define qué tipo de comunicación caracteriza a un gobierno” (Ponce 2013, 50). De este modo, Ponce (2013, 51) inicia una caracterización sobre dos estilos de comunicación gubernamental: la comunicación abierta, que tiene como actores principales a los medios de comunicación masiva, y la comunicación cerrada, que concentra el juego y los recursos comunicacionales en el gobierno, limitando el papel de los medios de comunicación como intermediadores. En tal sentido, la comunicación cerrada se caracteriza por una dirección del gobierno sobre los temas a instalar en la agenda pública, a través de medios oficiales y actos públicos.

En el estilo abierto, los medios de comunicación funcionan como el cuarto poder, ya que constantemente ponen en debate las decisiones y acciones políticas. Sin embargo, en la comunicación cerrada, los medios de comunicación “tienen serias dificultades para entrevistar a los mandatarios o para formularles preguntas luego de algunos de sus discursos” (Ponce 2013, 51). Esto “exalta la imagen de poder del gobernante” (Starke 2010 en Ponce 2013, 51). Con respecto al público, la comunicación abierta no distingue entre tipos de destinatarios. Es decir, se comunica con toda la población. Por su parte, la comunicación cerrada es unidireccional y se destina a dos grupos: los “prodestinatarios”, o seguidores fieles al Gobierno, y los “contradestinatarios”, o actores de oposición al Gobierno. Los “paradestinatarios” -público general- son dejados de lado (Amado 2013 en Ponce 2013, 51).

Ponce (2013, 51) identifica que el nivel de caracterización del mensaje también genera diferencias. La comunicación abierta tendería a ser informativa y argumentativa, mientras que la comunicación cerrada estaría cargada fuertemente de emocionalidad en lógica de protagonistas que guían una narrativa similar a una obra de teatro. Este formato de historia identifica claramente a los buenos y los malos, los héroes y los villanos, a partir del desarrollo de un cuento con introducción, nudo y desenlace (Ponce y Rincón 2013, 11–18; Ponce 2013, 51). Con respecto a los fines de la comunicación, el estilo abierto tiende a construir espacios de debate, diálogo y cooperación con actores políticos y sociales más allá del gobierno, al tiempo que se orienta a ser más transparente (Ponce 2013, 50). En cambio, el estilo cerrado reemplaza estos espacios por carga discursiva para librar batallas simbólicas contra enemigos contruidos por el discurso. De este modo, los choques y enfrentamientos de carácter público con la oposición y los medios de comunicación son constantes (Ponce 2013, 51–52), resultando en una estrategia menos transparente (Ponce 2013, 50).

Ponce (2013, 53) también encuentra características de ambientes institucionales que podrían propiciar uno de los dos tipos de comunicación. Con respecto a la volatilidad electoral (Ponce 2013, 55), en ambientes con baja volatilidad se promovería un intercambio en el diálogo público entre el Gobierno y el electorado siempre intermediado por la prensa y otros actores que ejecuten algún tipo de *accountability*. Por otra parte, en ambientes con electorados altamente volátiles, es probable que el gobierno sienta temor de liberar la comunicación y, por tanto, tienda a controlar más el debate público.

Con respecto a la fortaleza del sistema de partidos, se observa lo siguiente. Si el sistema de partidos es fuerte, habría una mayor tendencia a una comunicación abierta con reglas del juego claramente establecidas, es decir, un calendario electoral predefinido, mecanismos o dispositivos comunicacionales puntuales que siempre incluyen a los medios de comunicación, y normas para comunicarse inclusive con los adversarios políticos. Sin embargo, en un sistema con fuerte desinstitucionalización de los partidos, primaría la presencia del líder y con él su agenda y sus modos de comunicar (Ponce 2013, 56). Así también como con referencia al surgimiento de nuevas demandas por parte de la ciudadanía, un gobierno de comunicación abierta tendería a tramitarlas a partir de los partidos políticos, mientras que un gobierno de comunicación cerrada lo asumiría como agenda propia (Ponce 2013, 57).

Por último, en los sistemas con partidos políticos fuertes el líder se debe al partido promoviendo así un relato de una visión del pasado, el presente y el futuro del país desde la ideología partidista. Esto favorece una comunicación abierta. Sin embargo, un escenario en el

cual los líderes políticos se convierten en caudillos que construyen sus propios partidos a la medida promueve precisamente una comunicación cerrada carente de relatos históricos y con el líder siempre en la escena política (Ponce 2013, 58). Para observar un resumen de esta lógica dialéctica a partir de las seis variables revisadas, véase la tabla A.2 del Apéndice A.

1.3.3.3. Amadeo y el amplio espectro de la comunicación gubernamental

Amadeo (2016, 164) también articula una serie de variables para explicar que los “estilos de comunicación gubernamental forman parte de un eje que va de un sistema de comunicación totalmente abierto a uno totalmente cerrado, con todas las variantes intermedias posibles”. Sin embargo, la autora no detalla cuáles son las variantes intermedias posibles. Así, ubica entre las nueve variables: el enunciador, el papel asignado a los medios de comunicación masiva, el vocero, los destinatarios, el discurso, el enfoque, la comunicación de los ministerios, la producción de recursos, y el uso de TICs y redes sociales.

La comunicación totalmente abierta se caracterizaría por entender a los medios de comunicación como los actores principales que median entre el gobierno y la opinión pública. Las prácticas más usadas en este modelo serían la conferencia de prensa las entrevistas exclusivas y el contacto con periodistas en actos públicos tanto con el presidente como con el vocero oficial que estaría siempre activo y sería conocido. Los ministros también podrían ocupar esta figura de vocería, ya que cada una de sus instituciones mantendría una comunicación independiente y tematizada que no responde a la presidencia ni a su agenda. Los destinatarios de este tipo de comunicación serían toda la población a partir de la observancia de que todos son ciudadanos racionales y votantes informados. Por tanto, el discurso se ampara en el análisis de datos y en la búsqueda de consenso a fin de explicar la lógica de planificación, ejecución y evaluación de las políticas públicas (Amadeo 2016, 165).

Con respecto al material de difusión, el Gobierno no limitaría sus fuentes ni su presencia en medios de comunicación que no fueran afines a él (Amadeo 2016, 165). Finalmente, la comunicación abierta permite la comunicación 2.0, que implica una retroalimentación constante a partir de la opinión de los ciudadanos sin censura. Uno de los problemas identificados por la autora para el modelo de comunicación abierta es que este quita el foco de control de la función legislativa, dado que los medios de comunicación se posicionan como un contrapoder al Ejecutivo y fijan la agenda pública y la atención de los ciudadanos en temas de coyuntura, desplazando temáticas estructurales y de largo plazo (Amadeo 2016, 165–66).

Al otro lado del espectro planteado por Amadeo (2016, 166), se ubica la comunicación totalmente cerrada. Este modelo se caracteriza por tener como protagonista al Gobierno quién impone las reglas del juego y limita el papel de los medios de comunicación o cualquier otro intermediador. Así, el Gobierno se comunica directamente con la población a partir de medios oficiales o de actos públicos. Tanto los medios de comunicación tradicionales como las nuevas tecnologías terminan siendo meros espejos repetidores del discurso presidencial sin poder discutir, cuestionar o hacer preguntas. La figura del vocero es difusa en este modelo, siendo suplida por la del presidente de la República quién vuelve suyos todos los discursos y obras materializadas por los diferentes ministerios e instituciones del Ejecutivo. Así también sus discursos son marcados por su propia agenda bajo características dramáticas antes de estilo teatral con héroes y villanos. Es decir, la comunicación es un constante campo de batalla que parecería no encontrar diferencias con la comunicación electoral, cayendo en un manejo de campaña permanente (Amadeo 2016, 166–67).

La comunicación cerrada concentra la elaboración de material de difusión y lo distribuye gratuitamente a los medios de comunicación a cambio de permitirles entrar en el espacio en el que habla el presidente. Esto quiere decir que todos los medios de comunicación independientes no pueden acceder a los actos públicos presidenciales. Con respecto al uso de nuevas tecnologías y redes sociales, Amadeo (2016, 167) afirma que si bien existe una fachada de comunicación en doble vía o 2.0, la realidad es que la comunicación se maneja en una sola vía impidiendo que exista retroalimentación y cuestionamientos por parte de los interlocutores, siendo entonces en la realidad una comunicación 1.0.

De este modo, se puede observar que este tipo de comunicación implica una falta de debate que genera que quien gane las elecciones se atribuya el derecho de implementar normas sin debatirlas con la oposición, lo que acarrea resentimientos políticos. Así, en este modelo son los presidentes los que ponen la agenda colocando la atención de los ciudadanos en los temas de coyuntura. Finalmente, Amadeo (2016, 167) identifica que la comunicación cerrada se retroalimenta a partir de estrategias políticas como la de reforzar el apoyo al Ejecutivo por parte de los legisladores del partido de gobierno, aprovechando el poder partidario del presidente (Mainwaring y Shugart 2002 en Basabe-Serrano 2017, 6). Para observar un resumen de las nueve variables, véase la tabla A.3 del Apéndice A.

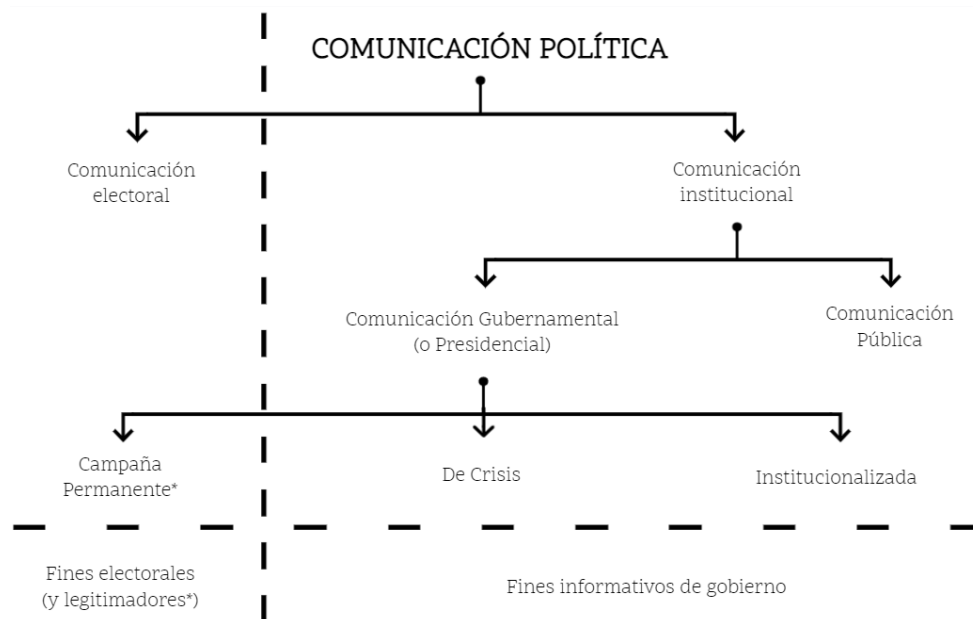
1.4. Propuesta taxonómica de modelos de comunicación gubernamental

Tras detallar las propuestas evolutiva de Mouchon (1998) y dialéctica de Ponce (2013), la presente investigación encuentra esencialismos y maniqueísmos en ellas. No se puede hablar de una evolución de la comunicación gubernamental, porque tal concepción implicaría que el último estadio (comunicación interactiva) es en esencia más democrática y mejor que el primer estadio (comunicación imperativa). La evidencia empírica indica que cada país, según su contexto y el carisma del presidente, elige y legitima uno de los tres estilos, imposibilitando, por tanto, aceptar la lógica evolutiva. A su vez, tampoco satisface la aproximación dialéctica, ya que asume de manera maniquea diversas características que son más complejas en la evidencia empírica, que en realidad parece moverse en un espectro. Esto implica reconocer en la propuesta de Amadeo (2016) la necesidad de observar dicho espectro con diversas gamas de grises, que ella no instituye. Por esto se propone ampliar esta tercera vía en lógica de espectro a partir de una taxonomía con tres tipos: (A) Comunicación Institucionalizada, (B) Comunicación de Crisis y (C) Campaña Permanente. En la fig. 1.4 se amplía la primera tipología detallada al inicio de la sección 3 -véase fig. 1.3-, ubicando la taxonomía propuesta a partir de los fines de cada uno de los tipos propuestos.

Esta propuesta taxonómica diferencia los tres tipos a partir del gerenciamiento de medios y de la agenda. Es decir, la diferencia radical entre las tres está en la gradación sobre su relación con los medios de comunicación en las formas de libertad de prensa y de opinión. En esta taxonomía no hay influencia directa del estilo carismático del presidente, sino la decisión estratégica y política de manejar sus relaciones con la prensa y de marcar la agenda.

Brevemente se puede resumir esto de la siguiente manera: (A) la comunicación gubernamental institucionalizada tiene normas y reglas para la producción y reproducción de información y toma de decisiones, garantizando la participación de los medios de comunicación como intermediarios; (B) La comunicación gubernamental de crisis se ampara en normas más estrictas que monopolizan las fuentes de información oficial, limitando la intermediación de los medios para ese tema en particular; y, (C) la comunicación gubernamental de campaña permanente monopoliza la agenda y los medios en la gran mayoría de los temas. En la fig. 1.5 se representa la propuesta taxonómica surgida de las tres fuentes antes analizadas (Mouchon 1998; Ponce 2013; Amadeo 2016). En los siguientes subapartados se describen cada una de estas categorías.

Figura 1.4. Subcampos de la comunicación gubernamental a partir de sus fines, incluyendo la propuesta taxonómica



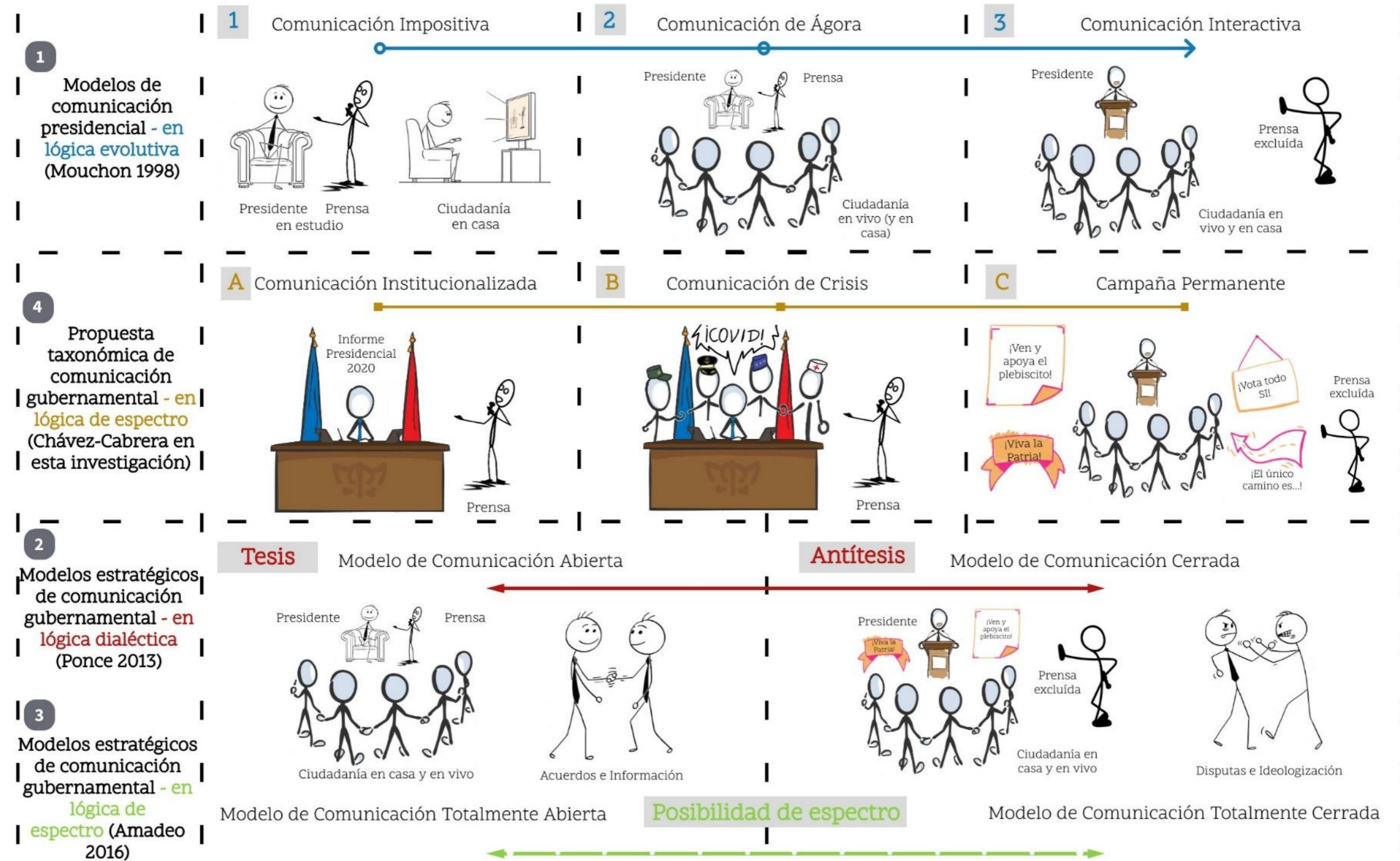
Elaborado por la autora a partir de Cusot et al (2013), Dader (2008) y Giroux (1981).

1.4.1. Comunicación gubernamental institucionalizada

Dentro de la taxonomía propuesta, la comunicación gubernamental institucionalizada toma elementos de la comunicación impositiva y de ágora de Mouchon (1998), el modelo de comunicación abierta de Ponce (2013) y el modelo de comunicación totalmente abierta de Amadeo (2016). Todas estas características parten de una relación de independencia comunicacional entre el gobierno y los medios de comunicación en entornos de relativa certidumbre y normalidad de la vida política y social.

Desde la propuesta de Mouchon (1998, 205), este tipo de comunicación se caracterizaría por estar institucionalizada y formalizada a partir de algunos rituales o “formas canónicas” de comunicación, así como de alocuciones presidenciales. En el ámbito institucional, esta estrategia requeriría de un sistema político y partidario fuertemente institucionalizado, que posea la capacidad operativa para agregar demandas sociales y convertirlas en soluciones de política pública (Mouchon 1998, 203). Así también, este modelo implicaría usar tanto las oportunidades frente a la prensa como los actos públicos para comunicar a la audiencia sobre los programas políticos y la ideología del partido de gobierno y de los partidos de la oposición (Mouchon 1998, 207).

Figura 1.5. Propuesta taxonómica de los modelos de comunicación gubernamental



Elaborado por la autora. Léase en orden: 1. Mouchon (1998), 2. Ponce (2013), 3. Amadeo (2016) y 4. Propuesta taxonómica de esta investigación.

Con respecto al modelo de comunicación abierta de Ponce (2013, 51), la comunicación gubernamental institucionalizada tendría como actores centrales a los medios de comunicación masiva, en el rol de intermediadores y cuestionadores de las acciones gubernamentales. La población sería observada como un único público al que se llega a través de un mensaje informativo y argumentativo, reconociendo que, aunque habría diferencias con la oposición, también habría intentos de debate, diálogo y cooperación. Con respecto a los posibles entornos en los que este tipo de comunicación surge, se encuentran los países con bajos niveles de volatilidad electoral y alta institucionalización del sistema de partidos, ya que prima el diálogo en doble vía a través de los medios de comunicación (Ponce 2013, 55), y los partidos procuran respetar las normas electorales, limitando los liderazgos personalistas y construyendo discursos ideológicos del presente, pasado y futuro del país (Ponce 2013, 58). Finalmente, se detallan las características tomadas del modelo de comunicación totalmente abierta de Amadeo (2016), sin repetir las que son similares a la propuesta de Ponce (2013). La comunicación gubernamental institucional daría prioridad a la figura de vocería e independencia a los ministros para rendir cuentas de sus acciones y obras. Así también, observaría a la población como ciudadanos racionales y votantes informados, promoviendo un discurso basado en el análisis de datos y la búsqueda de diálogo y consenso (Amadeo 2016, 165). El material de difusión no estaría limitado a los medios de comunicación afines al gobierno, por lo que podría considerarse como una estrategia más transparente (Ponce 2013, 50). Así, la comunicación usaría un modelo 2.0, en el que la retroalimentación por parte de los medios y de la población obligarían a que el gobierno trabaje de manera democrática (Amadeo 2016, 165–66).

1.4.2. Comunicación gubernamental de crisis

El tipo de comunicación gubernamental de crisis se apoya en la posibilidad abierta por Amadeo (2016, 164) de que diversos “estilos de comunicación gubernamental forman parte de un eje que va de un sistema de comunicación totalmente abierto a uno totalmente cerrado, con todas las variantes intermedias posibles”. Así, este tipo ideal toma también elementos de la comunicación impositiva y de ágora de Mouchon (1998), el modelo de comunicación abierta de Ponce (2013) y el modelo de comunicación totalmente abierta de Amadeo (2016), con una particularidad. Todas estas características parten de una relación de independencia comunicacional entre el gobierno y los medios de comunicación, pero en entornos de crisis,

que llevan al gobierno a exigir ser la fuente oficial de noticias, limitando en cierto grado la libertad de expresión para el tema particular que genera la incertidumbre.

“Las crisis se generan cuando hay cambios radicales que llegan sin ser esperados” (Pérez Múñera 2018, 25). Este tipo de fenómenos conlleva principalmente a la pérdida de aceptación del presidente y pone en tela de juicio su capacidad y credibilidad para resolverlos. Sin embargo, Losada Maestre (2016, 198) es enfático en aclarar que no todo fenómeno inesperado es una crisis. De hecho, para poder catalogar una crisis, esta debe cumplir con los criterios de incertidumbre y ambigüedad (Losada Maestre 2016, 205).

Como los momentos de crisis rompen con la estabilidad de la institución, requieren un trato prioritario dada la tensión y unicidad (Canel 2007, 243–44). Algunos ejemplos de estos fenómenos pueden ser: guerras, pandemias, catástrofes naturales, fallos funcionales que devengan en pérdidas humanas, sospechas de honorabilidad -corrupción y actuaciones ilegales-, crisis internas -huelgas-, entre otros (Canel 2007, 245). Losada Maestre (2016, 205–6) propone algunas tipologías de crisis: (a) diferencias entre las causadas por los humanos -riesgos- y las causadas por la naturaleza -peligros- (Luhmann 1996); (b) facilidad o dificultad para ser gestionada; (c) por la cantidad de recursos que exige su gestión; (d) por el alcance y número de personas afectadas, entre otras.

Dado que las crisis siempre pueden llegar, los equipos de comunicación suelen prevenir algunas de estas consecuencias a partir de la construcción de manuales y comités de crisis que ya otorgan roles y responsabilidades predefinidas (Sánchez Calero 2004, 87; Pérez Múñera 2018, 29). El tradicional comité permanente de la comunicación gubernamental institucionalizada se convierte en un comité de crisis que asume características parecidas a las de la campaña electoral, ya que busca defender los índices de popularidad y credibilidad en el primer mandatario. Este comité de crisis debe evaluar la magnitud del problema (extrema, media o manejable) y construir un mensaje consistente y oficial, definiendo un portavoz o vocero -que podría ser el mismo presidente dependiendo del caso-.

Los medios de comunicación siguen siendo intermediadores, por lo que el gobierno no puede cortar comunicación con ellos, sino más bien transmitir a través de sus canales la versión oficial sobre la situación de la crisis (Pérez Múñera 2018, 35–36, 204). No obstante, sí existen dentro de los manuales un sinnúmero de reglas para gerenciar y controlar que los medios de comunicación no provoquen caos social. Comunicar en una situación de crisis es complejo, dado que requiere “determinar el contenido adecuado a comunicar, como conocer el momento

en que debe comunicarse” (Losada Maestre 2016, 206). Una vez solventada la crisis, se mantiene por un tiempo una comunicación de postcrisis, a fin de cerrar todos los cabos sueltos con el vocero y el mensaje oficial, al tiempo que se lleva a cabo un plan de recuperación para retomar la normalidad y apuntalar la confianza en el presidente y su gobierno (Pérez Múñera 2018, 203).

1.4.3. Comunicación gubernamental en formato de Campaña Permanente

Dentro de la taxonomía propuesta, la comunicación gubernamental en formato de campaña permanente toma elementos de la comunicación interactiva de Mouchon (1998), el modelo de comunicación cerrada de Ponce (2013) y el modelo de comunicación totalmente cerrada de Amadeo (2016). Todas estas características parten de una relación de dependencia comunicacional entre el gobierno y los medios de comunicación, tanto en entornos de relativa certidumbre y normalidad de la vida política y social como en entornos de incertidumbre y crisis.

Desde la perspectiva de Mouchon (1998, 203), esta decisión estratégica se daría en países con partidos y sindicatos debilitados y carentes de credibilidad para agrupar las demandas de sus partidarios. Esta condición llevaría a la población a buscar formas más directas de comunicación y de reencuentro con su gobierno (Mouchon 1998, 205), obligando al presidente a dejar los formalismos y mostrarse más humano y cercano a la realidad del ciudadano promedio a través de la cultura popular (lenguaje verbal y no verbal), promoviendo un estilo personalista. Si bien para Mouchon (1998, 215) este acercamiento implicaría mayor cercanía y democracia, él mismo ubica elementos no tan sanos para la democracia. Por ejemplo, las nuevas bases de la enunciación presidencial serían “informar, decidir, anunciar, persuadir y simplemente presentarse” (Mouchon 1998, 206), bajo una nueva “comunicación a la medida” (Mouchon 1998, 207). Entonces, los discursos programáticos e ideológicos son sustituidos por programas políticos trivializados y repetitivos en los que “el espectáculo adquiere más importancia que el contenido” (Mouchon 1998, 208), consiguiendo gran valor simbólico, pero también estratégico (Mouchon 1998, 209).

Después de la mirada ampliamente positiva de Mouchon (1998), la comunicación gubernamental en formato de campaña permanente también tendría características del modelo de comunicación cerrada de Ponce (2013). En la campaña permanente, el actor central es el gobierno, que limita el papel de los medios de comunicación e impone sus reglas del juego,

sus dispositivos comunicacionales y su agenda (Ponce 2013, 51). Con respecto a los destinatarios, este modelo tiende a dividir a la ciudadanía en función de su filiación política. Maneja un discurso distinto para los prodestinatarios y los contradestinatarios, olvidando por completo a los paradestinatarios (Amado 2013 en Ponce 2013, 51). Así, la comunicación se carga de emocionalidad y dramaturgia con héroes (el gobierno) y villanos (la oposición y los medios de comunicación) que se enfrentan simbólicamente en la arena política (Ponce 2013, 51–52). Sobre las condiciones institucionales que podrían propiciar esta estrategia, Ponce (2013, 55) identifica que países con mayor volatilidad electoral llevarían a sus gobiernos a controlar la comunicación y el debate público, por temor a perder popularidad y legitimidad. Con respecto al sistema de partidos, países desinstitucionalizados tenderían a propiciar ventanas de oportunidad para la primacía de los líderes y sus agendas (Ponce 2013, 56), al tiempo que usarían sus partidos políticos en lógica caudillista a fin de construir sus propios relatos históricos (Ponce 2013, 58).

Por último, del modelo de comunicación totalmente cerrada de Amadeo (2016) se puede tomar para la comunicación de gobierno de campaña permanente que el presidente asume el rol de vocería, impidiendo que sus ministros u otros funcionarios burocráticos den declaraciones sin su autorización. Por tanto, toda la gloria surgida por obras y políticas públicas es acaparada por el primer mandatario, que termina usando un discurso dramático en el que él es el héroe que justifica su existencia dada la presencia de la oposición villana (Amadeo 2016, 166–67). Además, este tipo de comunicación tendería a concentrar la elaboración y la difusión de sus materiales para los medios de comunicación aliados al gobierno. Así también, usando una fachada de comunicación 2.0, en realidad impiden la retroalimentación fungiendo como comunicación 1.0. Finalmente, todas las decisiones del Ejecutivo terminan siendo reforzadas por los legisladores partidarios del partido de gobierno (Amadeo 2016, 167).

Los estudios en campaña permanente permiten definirla como el “resultado de la creación de imágenes sumada al cálculo estratégico que convierte al acto de gobernar en un acto de perpetua campaña y reconstruye al gobierno como instrumento diseñado para sostener la popularidad de los representantes electos” (Blumenthal 1980, 7). Esto implica un cambio sustancial en los fines de la comunicación gubernamental: ya no prima informar, sino persuadir. Por tanto, la comunicación dispuesta en el ciclo político-electoral es alterada. De la definición de Blumenthal (1980) se puede concluir que existe una asociación entre gobernar y comunicar a partir de la conformación estratégica de toda una estructura que produce y

reproduce dispositivos comunicacionales a fin de permitir al presidente gobernar con una popularidad sostenida. Se profundizará en la revisión de la literatura del objeto de estudio en el segundo capítulo.

1.5. Estudiar la campaña permanente desde la Ciencia Política y la Política Comparada

“La campaña permanente se manifiesta como la forma de gobernar haciendo campaña, imponiendo la lógica de los medios a la oportunidad, la dirección y la sustancia de las decisiones políticas” (Plasser 2002 en Rossi y Reina 2018, 98). Además, a fin de garantizar la reelección, implica asumir una mentalidad estratégica en la que los esfuerzos de ganar las próximas elecciones comienzan inmediatamente después del día de haber ganado las elecciones (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 5). Este fenómeno arduamente estudiado en Estados Unidos, según Tenpas (2000, 108), “no ha afectado únicamente a los presidentes como individuos, sino también ha generado un efecto duradero en la institución de la presidencia”. El autor afirma que la campaña permanente es inescapable, o por lo menos así lo fue para los Estados Unidos. De manera similar, aunque menos estudiado, Thomas (2013, 66 en Marland, Esselment, y Giasson 2017, 4) afirma que este fenómeno ahora forma parte omnipresente del gobierno canadiense, sin importar la tendencia política del partido que asuma el poder.

La Ciencia Política ha dejado un vacío en el estudio de este fenómeno, pudiendo llegar a ubicarlo como objeto de estudio exclusivo de la Comunicación Política. Particularmente, estudiar la campaña permanente y las causas de adoptarla por decisión política es trascendental para la Ciencia Política en América Latina por varias razones. En primer lugar, este es un tema que se ha estudiado incipientemente en el contexto latinoamericano, una región caracterizada por debilidad institucional, presidencialismos fuertes y sistemas de partidos relativamente en crisis (Przeworski y Curvale 2007). Canel y Sanders (2010, 9–10) explican que los estudios de comunicación gubernamental en general se han centrado en Estados Unidos, Europa y Australia, dejando pocos estudios de caso para América Latina.

En segundo lugar, como afirman Marland et al (2017, 7), la campaña permanente no es únicamente marketing o comunicación política, sino que implica toda una estrategia política amparada en la centralización de la toma de decisiones en el ejecutivo para asegurarse la reelección. Las aristas comunicacional y de marketing son los factores más visibles y sin duda contribuyen al éxito de la estrategia, pero ocultan el fondo del asunto: la institucionalización

de acciones estratégicas en el periodo interelectoral -años no electorales-. Entonces, existe una línea abierta para repensar la institucionalidad de la presidencia en el contexto latinoamericano, toda vez que la evidencia empírica demuestra el surgimiento de hiperpresidentes con poderes institucionales fortalecidos (Basabe-Serrano 2017), muchos de los cuales usan estrategias populistas (de la Torre 2018) desde liderazgos carismáticos (Weber 2002, 172), entre las cuales podría incluirse a la campaña permanente (C. Conaghan y de la Torre 2008).

Y finalmente, Calvo (2007) ha identificado que los estudios de poderes presidenciales, por ejemplo, Shugart y Carey (1992) y Mainwaring y Shugart (2002, 49–50), han dejado por fuera de sus clasificaciones al poder de comunicar y persuadir, poder que ha trastocado el ciclo político-electoral, distorsionando las reglas del juego democrático. Así, la campaña permanente toca aristas como el uso de fondos públicos para fines partidistas y/o privados y la normalización de la persuasión a partir de diversos dispositivos comunicacionales confundiendo lo político, lo partidista y lo gubernamental (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 7).

De este modo, se da cierre a este primer capítulo, enfatizando en la necesidad de tomar con seriedad el estudio de la campaña permanente como un complejo conjunto de tácticas políticas, comunicacionales, de marketing, etc. que forman parte de una gran estrategia para asegurarse la reelección. Este tipo de decisión política legitima la necesidad de cobertura mediática y convierte toda cuestión política en un mini concurso de popularidad con ganadores y perdedores. Además, modifica el ciclo político-electoral, institucionalizando el uso de técnicas de campaña electoral en la comunicación gubernamental. Finalmente, puede implicar grandes riesgos para la democracia, cuando devenga en democracia plebiscitaria como medio para que el partido de gobierno permanezca en el poder dada la desigualdad de condiciones con los partidos de oposición.

Capítulo 2

Marco Conceptual: Campaña permanente, un estado del arte sobre sus causas, manifestaciones y consecuencias

La propuesta taxonómica surgida tras la revisión y el debate de los modelos de Mouchon (1998), Ponce (2013) y Amadeo (2016) permitió identificar a la Campaña Permanente como una decisión política de los gobiernos. Sin embargo, es preciso profundizar en su revisión como objeto de estudio para observar sus causas, manifestaciones y consecuencias. En tal sentido, el presente capítulo busca responder a la pregunta: ¿Qué condiciones explican la decisión política de gobernar bajo una comunicación gubernamental en formato de campaña permanente?

Para tales fines, este capítulo se organiza en cuatro apartados. En el primer apartado se expone la revisión de la literatura sobre la campaña permanente en Estados Unidos de América, Canadá y América Latina. El segundo apartado identifica límites y supuestos de partida de esta investigación. El tercer apartado expone conclusiones generales de la revisión de la literatura y los supuestos de partida. Finalmente, el capítulo cierra en el cuarto apartado con una hipótesis teórica primaria sobre las causas de la campaña permanente a partir de la identificación de condiciones clave.

2.1. Tres formas de observar empíricamente a la Campaña Permanente

La campaña permanente ha sido un fenómeno ampliamente estudiado en el contexto norteamericano, europeo y australiano (Canel y Sanders 2010, 9–10). En EUA y Canadá, este fenómeno es entendido como anticonstitucional, ya que afecta la calidad de la democracia al usar el primer periodo presidencial como catapulta para la reelección (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 3). En el contexto latinoamericano, autores como C. Conaghan y de la Torre (2008) han utilizado el término para referirse a los gobiernos del socialismo del siglo XXI en América Latina. De este modo, a fin de identificar claramente las causas, manifestaciones y consecuencias empíricas de la campaña permanente, este apartado se compone de tres subapartados. Se inicia con la visión estadounidense, para dar paso a las particularidades canadienses y finalmente a las aproximaciones latinoamericanas al objeto de estudio.

2.1.1. Una aproximación a la campaña permanente en EUA

El primer capítulo cerró la taxonomía propuesta con la definición de Blumenthal (1980, 7) sobre la campaña permanente. El autor la denomina como la “ideología de nuestra era” a fin de referirse a la comunicación estratégica de gobierno. Su definición es el “resultado de la creación de imágenes sumada al cálculo estratégico que convierte al acto de gobernar en un acto de perpetua campaña y reconstruye al gobierno como instrumento diseñado para sostener la popularidad de los representantes electos” (Blumenthal 1982, 7). Sin embargo, los estudios estadounidenses de la campaña permanente tienen una cronología previa a Blumenthal (1980; 1982) y su denominación del fenómeno tal cual se lo conoce hoy en día. Hecló (2000, 1–3), en una revisión histórica del término, identifica otros autores -políticos, consultores y periodistas-, cuyos aportes previos a 1980 ya dieron forma a este concepto.

En 1960, Grafton escribió en el *New York Times* respecto de la creciente y preocupante dependencia de los políticos hacia las encuestas de opinión pública. En simultáneo -diciembre de 1959-, Neustadt (1993) publicaba la primera edición de su libro sobre el poder presidencial de persuadir. En 1974, Mayhew argumentaba que la clave para tener éxito en el Congreso estadounidense se encontraba en una infatigable campaña de los congresistas por su reelección. Para 1976, el expresidente Carter recibía un memo titulado *Initial Working Paper on Strategy*, escrito por su asesor político y de encuestas, Patrick Caddell, en el que le recomendaba que, para asegurarse la reelección, debía asumir una nueva ideología “no ideológica”, a fin de diferenciarse de los demás políticos y no formar parte del *establishment* (Caddell 1980, 42). En sus palabras:

Al diseñar una estrategia para la Administración, es importante reconocer que no podemos separar exitosamente la política del gobierno ... Ocasionalmente, el resultado de un gobierno apolítico es positivo, pero la mayor parte del tiempo da lugar al descontento de los votantes y eventualmente a desastres políticos. Cuando la política se divorcia del gobierno, sucede a menudo que la talentosa y bien intencionada gente que trabaja en la administración pública actúa sin comprender las razones que la llevaron a ser electa y comienza a ejecutar políticas que van en contra de las expectativas y deseos de los votantes ... En esencia, esta es mi tesis respecto de que gobernar con aprobación presidencial requiere una campaña política continua (Caddell 1980, 38–39).

Posterior a 1980, surgieron otras líneas temáticas que planteaban visiones similares a las de la campaña permanente. Por ejemplo, en las décadas de 1980 y 1990 se generaron relatos sobre la presidencia plebiscitaria, que depende de la aprobación de la opinión pública, dotando a

esta última de gran poder para delimitar la agenda política. En 1997, King propuso estudiar por qué los políticos estadounidenses estaban en campaña de manera excesiva, mientras gobernaban muy poco. Un año después, Drew propuso estudiar la corrupción de la política norteamericana a partir de una reducción de la calidad de los políticos dentro de una cultura corrupta de dinero en el partidismo estadounidense, observando, tras el estudio de Mayhew en 1974, que el fenómeno se había esparcido en todos los cargos y niveles políticos (Hecklo 2000, 1–3). De este modo, el término campaña permanente ha sido usado de manera peyorativa para la comunicación de las instituciones políticas una vez asumen el poder, debido a que, en el rigor del ciclo político-electoral, ya no deberían seguir en campaña electoral. Las diferencias entre comunicar en campaña electoral y en el gobierno radican en que los tiempos (meses vs. años) y propósitos (votos vs. colaboración y persuasión vs. deliberación) ya no son los mismos, como lo critica Hecklo (2000).

Blumer y Kavanagh (1999) han denominado a estas últimas décadas como la “tercera edad de la comunicación política”, debido a que continuar en campaña implicaría haber tomado un estilo de gobierno en el que se sigue persiguiendo la meta de ganar, pero sin comprometerse a gobernar. Por su parte, McChesney (2008) observa a la campaña permanente como el resurgimiento de la propaganda. A este estudio se suma la visión de la relación estructural entre Estado y medios como “los manufactureros del consenso”, término propuesto por Herman y Chomsky (2002). Según Hess (2000, 49), la campaña permanente fue inventada por los que están en el poder, quienes tomaron técnicas desarrolladas para las políticas electorales como medios a fin de alcanzar sus fines. Como estrategia gubernamental, la campaña permanente reporta y enmarca una interpretación de los eventos políticos, ignorando otras interpretaciones.

Los medios de comunicación también juegan un rol importante en la disputa por la *agenda-setting* y la *agenda-building* (Kaid 2004a). De modo que, dentro de la línea de estudio planteada en esta investigación, Cook (2005) afirma que “los medios hoy no son sólo meramente partes de la política; son, incluso, partes del gobierno”. Por tanto, he aquí la conjugación de cómo el presidente al ser cabeza de gobierno podría manejar su poder de agenda y la cantidad de publicidad gubernamental a su disposición a partir de la utilización de medios de comunicación a favor de su mandato. Este tema ya toca otras aristas de la comunicación política -que formaron parte de la propuesta taxonómica del primer capítulo-, en tanto se habla de libertad de expresión (Fiss 2010) manifiesta en la libertad de prensa y en la existencia y los alcances de los medios públicos (Toussaint 2017), elementos importantes a

la hora de estudiar las estrategias y estructuras de comunicación gubernamental. En definitiva, “los procesos de gobernar y de hacer campaña pierden sus diferencias y se fusionan” (N. Ornstein y Mann 2000, 219).

Después de los aportes de Blumenthal (1980; 1982), Heclo (2000, 19–27) es quien ha condensado seis razones por las que la campaña permanente tuvo origen en EUA: (1) se suscitó un declive del sistema de partidos; (2) se dio una apertura a políticas que incluían a diversos grupos de interés; (3) existe una necesidad de dinero político; (4) existen participaciones accionarias en activismo gubernamental; (5) han surgido nuevas tecnologías de la comunicación y (6) nuevas tecnologías de la política -encuestas de opinión pública-. A continuación, se profundizan en estas seis razones agrupadas en cuatro secciones.

2.1.1.1. Declive del sistema de partidos

Al estudiar al (1) sistema de partidos, se observan dos elementos aparentemente contradictorios que darían cuenta de la campaña permanente según Heclo (2000, 19). Por un lado, el fortalecimiento de los partidos políticos a partir de una notoria demarcación de sus diferencias ideológicas genera distinción social y confrontación frente a otros partidos, polarizando el sistema de partidos. Por otro lado, también se observa el declive de los partidos a partir de sus problemas a la hora de seleccionar y/o generar candidatos que puedan movilizar gente para que vote por ellos a través de un vínculo legítimo. Por tal motivo, los partidos han perdido el control en tal nominación de candidatos, dejando de enfocar las elecciones en los partidos y apuntando más bien hacia una “atmósfera de cada hombre para sí mismo” -personalismo político-. Esto busca romper el problema de que la identificación votante–candidato era cada vez menor, ya que los formalismos partidarios llevaron a una fuerte distinción entre la élite política y el ciudadano promedio. Ahora la norma es pasar de ser “hombre de partido” a “empresario político libre” (Heclo 2000, 19–20).

2.1.1.2. Generación de políticas que promueven inclusión social

Con respecto a la (2) apertura a políticas inclusivas, se observa que diversos grupos sociales y de interés requieren voz y espacio sobre la mesa para tomar decisiones. No bastaba la inclusión -grupos históricamente excluidos-, sino también el acceso -participación ciudadana y política efectiva que garantice derechos mínimos a partir de la democracia participativa, la transparencia, el *accountability* y el buen gobierno- (Heclo 2000, 20). Como el sistema de

partidos no ofrecía incentivos ni certidumbre de carreras políticas para sus políticos, estos comenzaron a ceder ante presiones de grupos de interés poderosos (Hecklo 2000, 21). De esta manera, la campaña permanente fue convirtiéndose en una herramienta que fomentaba el círculo vicioso de vulnerabilidad del sistema político frente a los esfuerzos de un manejo profesionalizado de las élites para orquestar y amplificar el supuesto derecho a voz -inclusión ciudadana y política- que sirve a sus propios intereses y al de sus mecenas (N. Ornstein y Mann 2000, 231) en el modelo de democracia plebiscitaria.

2.1.1.3. La política como inversión

Este tipo de estrategias de comunicación gubernamental requieren de (3) fondos -a veces muy elevados- de dinero político para poder alcanzar los objetivos planteados (Hecklo 2000, 26), lo que a su vez conlleva la (4) existencia de un interés económico en la política. La campaña permanente es una inversión del político en sí mismo y en los medios, ya que “las campañas se han vuelto grandes y permanentes porque el gobierno se ha vuelto grande y permanente” (Hecklo 2000, 27). Hess (2000, 44) y Corrado (2000, 93) denominan a este hecho como la economía de los medios, en la que la campaña permanente requiere organizaciones de campaña permanente costosas y fuertemente competitivas para ganar contratos millonarios -por pauta publicitaria, pero también por obras públicas o prestación de servicios en cumplimiento de las promesas de campaña-. Es decir, este grupo de causas de la campaña permanente son más profundas e independientes del personalismo pasajero de cualquier líder, ya que involucran la normalización de prácticas como el *lobby* (Hecklo 2000, 29).

2.1.1.4. Avances tecnológicos de política y de comunicación

No se puede dejar de lado los avances tecnológicos y su influencia sobre la política y la comunicación. En los apartados hasta aquí revisados se hace evidente que las (5) tecnologías de la comunicación -televisión, radio, redes sociales- permitieron llegar a un número mayor de espectadores, aumentando el público al que se le comunicaban las decisiones y acciones políticas (Hecklo 2000, 23). Estos avances pueden implicar una democratización de la información en el juego político. Además, el (6) uso de tecnología para la medición de la opinión pública y la gestión del gobierno (Bowman 2000) han permitido abarcar y perfeccionar herramientas para proponer a los votantes “lo que en realidad les interesa y preocupa” (Germano 2018). Nótese que el desarrollo de la industria de las encuestas implicó

también el surgimiento de consultores de relaciones públicas y marketing político (Hecló 2000, 24–25). Por tanto, aquí también aplica la crítica de Ornstein y Mann (2000, 231) respecto de los intereses políticos y partidarios detrás del modelo de democracia plebiscitaria.

2.1.2. Particularidades de la campaña permanente en Canadá

Canadá, bajo un régimen parlamentario, no escapa al fenómeno de la campaña permanente. Marland et al (2017, 11) identifican que la necesidad de reelección se ha convertido en la guía del hiperpartidismo canadiense, sin dejar de lado una preocupante concentración del poder en manos del Primer Ministro, a partir del uso de su poder partidario para la toma de decisiones y de una comunicación planificada bajo la norma de disciplina partidista. De este modo, en seguimiento de las recomendaciones de Caddell (1980) y Blumenthal (1980), los partidos políticos canadienses comenzaron a aplicar, desde inicios de 2004, cinco objetivos estratégicos bajo el nombre de campaña permanente: (1) controlar la comunicación, (2) explotar recursos económicos, (3) concentrar poder para redefinir las normas, (4) institucionalizar el manejo de bases de datos de electores para usar sondeos como insumos al construir campañas a la medida, y (5) ganar a partir de la construcción de coaliciones ganadoras minoritarias (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 17).

Estos cinco objetivos de campaña permanente y sus manifestaciones empíricas han sido estudiadas desde diferentes aristas por académicos en gobernanza, comunicación política, administración pública y ciencia política. Marland et al (2017) han hecho un compendio de los estudios de Savoie (1999; 2010), Aucoin (2011; 2012), Kozolanka (2014), Elmer et al (2012), Esselment (2014), entre otros. A continuación, se ordenan las causas de la campaña permanente en el contexto canadiense en cinco grupos de condiciones que encuentran su manifestación actual en sus cinco objetivos estratégicos.

2.1.2.1. Tensiones en el sistema de partidos: polarización hiperpartidista y alta volatilidad electoral

Aucoin (2011; 2012 en Marland, Esselment, y Giasson 2017, 15) ha diseñado el modelo NPG – Nueva Gobernanza Política, amparado en la premisa de que Canadá vive un proceso de polarización hiperpartidista entre los partidos y dentro del electorado. Tal situación vendría dada por modificaciones en las leyes electorales y presupuestarias que orillan a los partidos a vivir en constante competencia, olvidando la tradicional y ordenada planificación de un solo

año electoral (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 21). La regla de “el ganador se lleva todo” ha incentivado a los partidos a construir coaliciones ganadoras mínimas. Sin embargo, este no es el único inconveniente. Clarke et al (1979; 2009 en Marland, Esselment, y Giasson 2017, 18) afirman que el declive del partidismo se inició en los años 60 y que para el siglo XXI el número de partidarios flexibles es superior al existente en EUA. Es decir, los paradesinatarios aumentan y con ellos la volatilidad electoral, dada su susceptibilidad a factores de corto plazo. Como los partidos políticos no logran convocar partidarios, el partido de gobierno opta por usar el periodo interelectoral -años no electorales- para hacer campaña y adherirse votantes (McNeney y Coletto 2017).

2.1.2.2. Avances en las tecnologías de la comunicación y de sondeos de opinión

Marland et al (2017, 18) identifican que los avances tecnológicos de la comunicación con respecto a las redes sociales, la blogificación de los medios de comunicación y el acceso 24/7 a diversas fuentes de información han promovido la aceleración del ciclo político. Así, la comunicación política pasa a convertirse en una red que repercute en la esfera de los políticos, los ciudadanos y los medios de comunicación (Elmer et al 2012 en Marland, Esselment, y Giasson 2017, 15). Tal como afirmaba Mouchon (1998), la tecnología fue permitiendo reunir al público votante alrededor de la televisión para observar las convocatorias a iniciativas legislativas y presidenciales. Además, la profesionalización de expertos en comunicación ha aumentado. Cada vez existen más consultores políticos y especialistas en campañas y publicidad que son bienvenidos con sus técnicas y herramientas a los cuartos de guerra o secretarías de comunicación de los Primeros Ministros (Savoie 2010, 96; Delacourt 2016 en Marland, Esselment, y Giasson 2017, 9–10). Esto sucede gracias a la legitimación de que el gobierno necesita herramientas exclusivas de campañas electorales a lo largo del mandato para cumplir con las propuestas de campaña (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 5).

Entre las técnicas de campaña llevadas a la comunicación gubernamental se encuentran los sondeos de opinión y bases de datos de votantes, a fin de identificar con exactitud qué es lo que los partidarios flexibles o paradesinatarios desean (Craft 2017; Patten 2017). La misma Ley Electoral autoriza que los datos de contacto de los electores sean entregados con regularidad a los diferentes partidos (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 19). Tras estos estudios del mercado político, de la búsqueda de donantes y mecenas (Marland y Matthews 2017), los canadienses son expuestos a publicidad preelectoral continua e ininterrumpida en

forma de comunicación gubernamental oficial, pero que vende políticas y programas del partido gobernante (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 21).

2.1.2.3. Normas de financiamiento electoral

Canadá ha tenido diversas reformas para emparejar las condiciones de competencia electoral durante el año de elecciones. Sin embargo, esto ha motivado a los partidos de gobierno a planificar las elecciones en años no electorales aumentando el gasto publicitario (Kozolanka 2014 en Marland, Esselment, y Giasson 2017, 15), bajo la premisa de que en ellos “no hay límites de gasto, ni de publicidad, ni de encuestas, ni periodos de bloque, y nadie tiene que determinar lo que es o no es un gasto electoral” (Carson 2014 en Marland, Esselment, y Giasson 2017, 19). Esto explica el aumento de gasto en publicidad gubernamental a pesar de los intentos por igualar la cancha de juego electoral (Savoie 2010, 96 en Marland, Esselment, y Giasson 2017, 10). Así, es común que se usen fondos públicos para fines partidistas, tales como el envío de mensajes y convocatorias a campañas, el otorgamiento de cargos burocráticos a profesionales partidistas -politizando la administración pública-, el cobro de diputados por tiempo extra como parte del legislativo cuando estaban cumpliendo con responsabilidades del partido, o la construcción de costosas campañas persuasivas destinadas a condicionar la opinión pública para el siguiente ciclo electoral (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 9, 13, 21). Los límites entre lo político, lo partidista y lo gubernamental quedan así borrados (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 7).

2.1.2.4. Campañas negativas y control de los medios

Un cuarto grupo de causas tiene que ver con la conformación de amplias campañas negativas contra los partidos de oposición (Savoie 2010, 96 en Marland, Esselment, y Giasson 2017, 10), así como una relación conflictiva y limitada con los medios de comunicación. Con respecto a este segundo punto, el Ejecutivo da acceso a un reducido grupo de periodistas para hacer consultas y solicitudes de información. Las preguntas de las entrevistas son pedidas con antelación a fin de saber cuáles y cómo contestar. Las conferencias de prensa han sido sustituidas por oportunidades de fotografías y eventos en formato de preguntas y respuestas con un moderador amigable elegido a dedo (Lawlor 2017). Además, sólo se invita a periodistas pro gobierno, limitando al cuarto poder a informar sobre eventos ya acontecidos y relatados bajo la versión del oficialismo (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 13).

2.1.2.5. Concentración del poder en el Ejecutivo

Finalmente, todas estas condiciones están llevando a que, a pesar de ser un régimen parlamentario en el que la legitimidad del poder popular descansa en el Legislativo, es el Ejecutivo el que concentra el poder, la toma de decisiones y la capacidad de persuasión a través de diferentes dispositivos comunicacionales (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 22). Este Ejecutivo crece en tamaño y en responsabilidades, a partir de organismos de apoyo especializados -ya nombrados en el subapartado 1.2.2.-, tales como consultoría política, de marketing y de comunicación (Savoie 1999 en Marland, Esselment, y Giasson 2017, 10). Desde este Ejecutivo fortalecido, se organiza y planifica toda la comunicación gubernamental apoyada en la disciplina partidista (Esselment y Wilson 2017).

La disciplina partidista es la que permite al Primer Ministro exigir una comunicación organizada y disciplinada a sus diputados, al tiempo que usa su poder partidario dentro del Legislativo (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 8). Entonces, la gobernanza se convierte en una máquina muy disciplinada con mentalidad de mensajes partidistas oficialistas (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 13). Además, la comunicación disciplinada implica también que los diputados del gobierno actúen de manera dócil frente a los electores, para ganar sus votos, asumiendo roles de agentes de servicio al cliente para promover políticas y programas de gobierno (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 21). Finalmente, esto implica un fenómeno insidioso para la democracia canadiense, ya que el partido de gobierno, gracias a la capacidad del Primer Ministro, tiene claras ventajas sobre los partidos de oposición, evitando así la alternancia en el poder (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 22).

2.1.3. Narrativas sobre la campaña permanente en América Latina

Existe muy poca literatura que haga referencia puntual sobre las causas de la campaña permanente en una suerte de compendio de variables o condiciones para América Latina. Entre los pocos textos existentes, destacan cinco. Los trabajos de Amadeo (2016) y Canel y Sanders (2010) ya han servido como insumo de los apartados anteriores y de la taxonomía propuesta. Por otro lado, Noguera (2001, 79) explica que existe una unificación de estrategias de marketing político de campaña, de gobierno y de oposición a fin de garantizar la posibilidad de mantenerse en el poder. Por su parte, Campo (2018, 50) afirma que:

la campaña permanente se utiliza para atraer al público indeciso -paradestinatarios- (Verón et al. 1987, 17). Se pretende convencer al grupo que se resiste a aceptar que existen cambios que han transformado el país y para ello se usará toda la estructura mediática y de contenidos creados a lo largo del tiempo.

Finalmente, autores como C. Conaghan y de la Torre (2008) han utilizado el término para referirse a los gobiernos del socialismo del siglo XXI en América Latina. Sin embargo, sí existen otros estudios en formato de narrativas con respecto a tres graves problemas que afectan a la región y que tocan tangencialmente a la campaña permanente. Por un lado, se ubica la tan criticada desinstitucionalización de los sistemas de partidos. Por otro lado, abundan diversos análisis sobre el estallido y la caída de los socialismos del siglo XXI. Finalmente, estos gobiernos normalizan la democracia plebiscitaria, al tiempo que continúan apoyándose en redes de clientelismo y patrimonialismo. A continuación, se profundiza en estas tres aportaciones teóricas y empíricas para entender la campaña permanente desde la realidad latinoamericana.

2.1.3.1. Desinstitucionalización del sistema de partidos

En América Latina, uno de los estudios más reveladores sobre la institucionalización del sistema de partidos estuvo a cargo de Mainwaring y Scully (1995). Los autores, tras evaluar en 12 países de la región: (1) la volatilidad electoral, (2) el arraigo partidista a bases sociales, (3) la legitimidad de los partidos como el medio para determinar gobernantes, y (4) la solidez de las organizaciones partidistas, generan la siguiente taxonomía. Venezuela, Costa Rica, Chile, Uruguay, Colombia y Argentina formaban parte de sistemas de partidos institucionalizados (Mainwaring y Scully 1995, 81). Al otro lado del espectro, Bolivia, Brasil, Perú y Ecuador eran parte de los sistemas de partidos incipientes (Mainwaring y Scully 1995, 84). Finalmente, México y Paraguay tenían sistemas de partidos hegemónicos en transición (Mainwaring y Scully 1995, 85). Entre sus conclusiones, destacan que los países con sistemas de partidos incipientes pueden dar paso a diversos problemas para la democracia, como las prácticas patrimoniales, el clientelismo y el surgimiento de líderes *outsiders* y populistas (Mainwaring y Scully 1995, 88–90).

Alcántara y Freidenberg (2001b) editaron otra gran investigación en tres tomos, a fin de observar a los sistemas de partidos latinoamericanos comparados por subregiones: (1) Centroamérica, México y República Dominicana, (2) Cono Sur y (3) Países Andinos. En otro estudio que compara a 18 países de América Latina en dos cortes -retorno a la democracia y

último lustro del siglo XX-, Alcántara y Freidenberg (2001a, 20–22) encuentran grandes cambios, pasando de sistemas relativamente sólidos a altamente fragmentados y en constante reconfiguración. Freidenberg (2016b) coordinó la actualización del estudio de 2001 en dos tomos: (1) México, América Central y República Dominicana y (2) Cono Sur y Países Andinos. Si bien en estos estudios los datos han cambiado con respecto a la ubicación de los países en la taxonomía de sistemas de partidos de Mainwaring y Scully (1995), y existe una gran heterogeneidad en las realidades de la región, es una constante que América Latina adolece de graves problemas por la debilidad institucional, en general (Levitsky y Murillo 2010, 32), y de desinstitucionalización del sistema de partidos y una fuerte crisis de representación, en particular (Freidenberg 2016b).

Helmke (2007) afirma que las crisis institucionales entran en un bucle de episodios de inestabilidad, socavando la legitimidad de las instituciones. Esta legitimidad decreciente “allana el camino para más crisis”, porque reduce los costos de atacarlas y destruirlas en un futuro (Helmke 2007, 28). Levitsky y Murillo (2012, 25–26) identifican que a inicios de la década de los 2000, se dio un colapso del sistema de partidos en Ecuador, Guatemala y Perú que reconfiguró por completo el escenario político y electoral. No es casualidad que, para el 2015, Freidenberg (2016b, 526) identificara cambios radicales en al menos cuatro países de la región: Ecuador, Bolivia, Venezuela y Perú con sistemas de partidos colapsados.

2.1.3.2. Irrupción de *outsiders* y/o populistas

Mayorga (2006) afirma que el declive del sistema de partidos es la principal causa para el surgimiento de *outsiders* y populistas. Para el 2015, Freidenberg (2016b, 526) identifica que el colapso de los sistemas de partidos en Ecuador, Bolivia, Venezuela y Perú tuvo su culmen en la emergencia de políticos *outsiders*. Así, tal como afirma Mainwaring (1999 en Torcal 2015, 9), un sistema débilmente institucionalizado conlleva partidos que carecen de autonomía, convirtiéndose en meras extensiones de líderes individuales o élites oligárquicas. En la misma línea, Mainwaring y Scully (1995, 102) y Ruiz y Otero (2013, 168) advierten que una débil institucionalización conlleva crecientes probabilidades de la irrupción de *outsiders* y/o populistas en el juego político, aumentando el juego personalista y desincentivando la estructuración programática de los sistemas de partidos (O’Donnell 1994).

La llegada de *outsiders* puede generar problemas en la relación Ejecutivo-Legislativo, al promover (a) estancamientos por la dificultad de generar relaciones de trabajo con las otras

bancadas en la Legislatura (Linz 1990; Pérez-Liñán 2007), o (b) excesos del Ejecutivo al tener la bancada mayoritaria (Basabe-Serrano 2017) logrando que su movimiento político forme parte de los partidos relevantes del sistema de partidos (Mainwaring 1993). Ambos caminos promueven la inestabilidad política y una alta volatilidad electoral (Pedersen 1979 en Carreras 2012, 1454). Las explicaciones estructurales de su surgimiento, un paso por detrás de la crisis del sistema de partidos, incluyen demandas históricamente insatisfechas, principalmente de carácter socioeconómico. Corrales (2008) identifica que los votantes que sufren de problemas económicos suelen ser más propensos a apoyar a *outsiders* con su voto, dada la memoria económica de largo plazo y la aplicación del voto castigo hacia los partidos del *establishment* (Fiorina 1981; Benton 2005 en Carreras 2012, 1460) a partir de identidades negativas y/o anti *establishment* (Meléndez y Rovira Kaltwasser 2019).

Los *outsiders* pueden ser políticos nuevos sin carreras previas que conforman partidos nuevos -a veces meros vehículos electorales- (Mainwaring 1993) o que compiten dentro de partidos tradicionales (Carreras 2012, 1456). Como advierte Carreras (2012, 1455), esta diferencia interna entre *outsiders* suele complejizar aún más los intentos por obtener una definición homogénea del término, cuando autores como Linz (1994 en Carreras 2012, 1455) unifican bajo el mismo concepto las características de *outsider*, populismo y retórica anti *establishment*. Así, es preciso diferenciar que no todos los *outsiders* son populistas, ni todos los populistas son *outsiders*. No obstante, en ambos casos, tal como afirman Siavelis y Morgenstern (2009), el comportamiento de los presidentes está moldeado por los procesos que los llevan al poder.

Con respecto al populismo, las posiciones están divididas. Laclau (2005) afirma que los líderes populistas establecen comunicaciones directas y no medidas con sus seguidores, tomando sus demandas insatisfechas en un solo sujeto democrático y prometiendo reivindicarlas a cambio de seguirlo. Sin embargo, detractores y críticos del populismo encuentran grandes problemas en este tipo de manifestación política. Levitsky y Loxton (2019), Arato y Cohen (2019) y Urbinati (2019) ven a las prácticas como potenciales distorsionantes de la democracia, ya que las libertades de asociación y de expresión se ven frenadas, restringidas y supervisadas por el líder y su equipo. Además, los estudiosos del populismo determinan que la campaña permanente no se aleja de ser un gran programa escenográfico: el *performance* populista de Moffitt y Tormey (2013) y de su sustento ideacional (Hawkins y Rovira 2017; Hawkins 2019) en el que la política se mediatiza y telenoveliza (Amadeo 2016; Dinatale y Gallo 2010).

Murillo (2018, 166) identifica que el populismo tiene tres condiciones de origen en América Latina: “la construcción del concepto de soberanía popular, la histórica debilidad de los Estados y el impacto de los ciclos político-económicos”. Estas tres condiciones de origen son importantes para identificar patrones aún vigentes como la necesidad de convocar a un pueblo o comunidad imaginaria que incluya en su concepto de nación a los grupos históricamente excluidos, el histórico incumplimiento de promesas de campaña dada la debilidad institucional y las desigualdades político-económicas que se incrementan con la incertidumbre y la dependencia económica (Murillo 2018, 169–71). De hecho, el concepto mismo de populismo nació de los fenómenos empíricos suscitados en la región en las décadas de 1930 y 1940, bajo los estudios de Gino Germani (1965 en Murillo 2018, 167–68). Desde ese entonces, las ideologías han ido cambiando y el *modus operandi* populista se ha adaptado para pasar del populismo clásico de los años 30 y 40 al neopopulismo de los años 90 hasta el populismo radical de los socialismos del siglo XXI (Murillo 2018, 168).

Explicar los populismos radicales bajo la propuesta historicista de Murillo (2018) requiere reconocer que las condiciones de desigualdad continúan llevando a los líderes populistas a convocar a la unidad para homogeneizar al pueblo y así ir en contra del *establishment* a partir de una identidad aglutinante pero confrontativa (de la Torre 2021, 33–34). Como explica Roberts (2007), la combinación de un declive económico y la incertidumbre de las reformas de mercado del retorno a la democracia debilitaron a los partidos de masas y a las organizaciones laboristas, abriendo espacios políticos a *outsiders* y populistas. Finalmente, los diversos estudios en formatos de relato de las tres etapas del populismo identifican a los populistas como innovadores mediáticos. Su poder radica en su palabra y su carisma, en búsqueda de conseguir la legitimidad frente al pueblo. De allí que confronten a los medios de comunicación y busquen eliminarlos simbólicamente (de la Torre 2021, 35–36). Como afirman C. Conaghan y de la Torre (2008), los populistas terminan aplicando estrategias comunicacionales bajo el formato de campaña permanente y de presidencias plebiscitarias, por lo que es preciso estudiar tanto la retórica como las prácticas populistas.

2.1.3.3. Democracia plebiscitaria, patrimonialismo mediático y clientelismo

La tendencia populista de la región conlleva a cambios profundos en la democracia, que ha pasado a ser plebiscitaria. Altman (2005, 204) afirma que a partir de 1991 se observa un marcado crecimiento de mecanismos de democracia directa en América Latina, en formatos

de plebiscitos, plebiscitos consultivos, iniciativas populares, referéndums y referéndums revocatorios. Existen dos direcciones configuradas con respecto a quién utiliza el mecanismo: arriba-abajo implica que el gobierno es el que consulta a la ciudadanía, mientras que abajo-arriba involucra iniciativas surgidas desde la ciudadanía hacia el gobierno. Si bien Altman (2005, 21), en su estudio hasta 2004, concluye que en las iniciativas arriba-abajo sólo existe un uso estratégico por parte de los gobiernos autoritarios, las experiencias del socialismo del siglo XXI llevan a cuestionar tales conclusiones. De la Torre (2013a), Conaghan (2008) y Weyland (2019) critican que tales mecanismos de democracia directa han terminado convirtiéndose en presidencias plebiscitarias que buscan asiduamente ganar el favor popular en lógica de concurso de popularidad (Torcal 2015).

Este tipo de democracia plebiscitaria se ampara en profundas redes de patrimonialismo y clientelismo. “Al abordar los recursos de comunicación pública como si fueran licencias de transmisión y los fondos oficiales, como si fueran propiedades privadas, el Estado de Derecho se debilita aún más” (Waisbord 2013, 119). El patrimonialismo mediático, como lo denomina Waisbord (2013, 114), implica que la comunicación política en la región está fuertemente influenciada por un sistema de medios que intentó volverse comercial, pero sin dejar de lado sus tendencias partidistas. Así, sus vínculos con los gobiernos de turno explican profundas conexiones que legitiman su accionar.

Menéndez-Carrión (1986) identifica que esta característica es parte constitutiva de los sistemas de partidos débilmente institucionalizados. Además, advierte que no pueden ser homologadas con el populismo, ya que implican la construcción de redes de confianza entre patrones partidarios y clientelas populares para la obtención de obras o servicios a cambio de votos. Así, es una estrategia paternalista muy utilizada y normalizada en la región. Menéndez-Carrión (1986) afirma que este fenómeno, como estrategia segmentada para ganar elecciones que convive con la democracia representativa, es una respuesta racional de los clientes dada su situación de precariedad estructuralmente inducida en la que viven. Otra razón por la que no pueden ser homologadas con el populismo radica en que las redes de confianza requieren una construcción cotidiana y muy cercana, distinta a la de las grandes máquinas electorales.

2.2. Límites y supuestos de partida de esta investigación

Tras esta revisión teórico-conceptual y retomando la propuesta taxonómica del primer capítulo, es preciso hacer tres puntualizaciones que limitan el alcance de esta investigación y

la forma en la que se observa al objeto de estudio. En primer lugar, la identificación de actores de Mazzoleni (1998) ayuda en la organización de las hipótesis de trabajo e hipótesis alternativas de esta investigación, sin entrar en debates sobre los modelos de interpretación de la comunicación política ni la mediatización de la política. En segundo lugar, reconociendo que la campaña permanente no es exclusiva del gobierno, ya que la oposición también busca ser parte de ella, esta investigación parte de asumir que el gobierno decide entrar en ella estratégicamente dado el inmenso aparato y recursos gubernamentales que posee a partir de una serie de condiciones explicadas en la hipótesis teórica primaria del siguiente apartado. Finalmente, la taxonomía propuesta en el primer capítulo no toma en consideración como elemento diferenciador el nivel de carisma o estilo personalista del presidente. A continuación, se desarrollan estas tres aclaraciones.

2.2.1. Supuesto 1: las hipótesis se ordenan a partir de los actores identificados por Mazzoleni sin profundizar en debates sobre sus modelos interpretativos

En la revisión del estado del arte de la Comunicación Política del primer capítulo se identificó que Mazzoleni (1998) propone dos modelos de interpretación de la comunicación política. Esta investigación, enmarcada en la Ciencia Política y la Política Comparada, no busca entender ni explicar a profundidad si los casos a ser estudiados responden a uno u otro modelo. La mediatización de la política se toca tangencialmente. Más bien, este estudio se ampara en la concatenación de los tres sistemas de actores: (1) sistema político, (2) sistema ciudadano y (3) sistema de medios con la organización de la hipótesis de trabajo -mecanismo causal (1') político-institucional- y las hipótesis alternativas -mecanismo causal (2') socio-estructural y (3') mediático, a fin de dar un orden lógico desde los actores, sus intereses y recursos.

2.2.2. Supuesto 2: la campaña permanente no es exclusiva del gobierno, pero se facilita dado el aparato y recursos gubernamentales

Dentro del sistema político, la constante pugna por el protagonismo y el control de la agenda política y de medios requiere al menos dos partes, por lo que la campaña permanente no es un fenómeno exclusivo del gobierno, quien sí o sí tiene una oposición que también busca hacerse espacio y posicionar temas en el debate público. No obstante, esta investigación, retomando el memo *Initial Working Paper on Strategy* de 1976 de Patrick Caddell (1980, 42)., delimita su

objeto de estudio a partir de la decisión teórico-conceptual de asumir que el gobierno de turno elige de manera endógena desarrollar y utilizar una estrategia de comunicación en formato de campaña permanente. Esta decisión presidencial surge a partir de una serie de elementos contextuales e históricos de carácter político, económico y social, nutriéndose de los recursos y aparatajes gubernamentales que son los que permiten y condicionan su viabilidad.

A partir de esta propuesta, el gobierno podría poseer una ventaja abismal sobre la oposición, ya que tiene el legítimo poder para (1) influir en la creación de leyes, normas e instituciones, (2) convocar a la ciudadanía desde su sentido de autoridad obtenida popularmente, y (3) movilizar recursos económicos y comunicacionales con los que la oposición probablemente no pueda contar. Sin embargo, esta investigación no descarta que pueden existir medios de comunicación en manos de la oposición o que fungen directamente como oposición. En palabras de Caddell al ex presidente Carter en su memo del 10 de enero de 1977:

...estoy bastante preocupado por el hecho de que la prensa parece decidida a presentar a su administración como una que no va a cumplir sus promesas electorales. Cada ligera desviación que perciben es convertida por la prensa en un incidente gigantesco. Dado que la credibilidad de la administración es fundamental para su éxito y para el proceso político en general, le recomiendo que pase "por encima" de la prensa en un futuro próximo para hacer frente a este problema. Como usted mismo sugirió después de las elecciones, hay buenas razones para celebrar una reunión hogareña que se centre en una descripción de sus promesas electorales, una explicación de cómo va a cumplirlas y un calendario para llevarlas a cabo, para dar a la gente la sensación general de que está comprometido con lo que ha ofrecido. Creo que esto podría ser extraordinariamente eficaz con la gente, y disipar esta insistencia continua de la prensa. Lo mejor sería hacerlo antes de la toma de posesión. Pero si esto no es realista, debería hacerse casi inmediatamente después de la toma de posesión, antes de entrar en el proceso de proponer programas sustantivos. Si no se controla este constante cuestionamiento de sus promesas electorales, podrían surgir graves problemas casi de inmediato. Tiene usted la oportunidad de obtener enormes resultados positivos (Caddell 1977, 54).

2.2.3. Supuesto 3: el estilo personalista no es sinónimo de campaña permanente

El tercer supuesto de partida tiene que ver con diferenciar dos términos que suelen usarse como sinónimos, pero no lo son. Hasta este punto, ya se han dado varios detalles sobre qué es la campaña permanente. Por ello, aquí se profundiza en qué es el estilo personalista y por qué no implica automáticamente el ejercicio estratégico de la campaña permanente. Ortiz Ayala y

García Sánchez (2014, 377) definen al estilo de gobierno personalista como “una estrategia política que busca ejercer y mantener el poder mediante una relación directa con los ciudadanos ... caracteriza[da] por la construcción de un vínculo emocional entre el presidente y los gobernados”. El establecimiento de esa relación requiere del uso del carisma del presidente, un discurso de redención y una identificación y cercanía con lo popular (de la Torre 2016; Weyland 2019; Laclau 2005). Los presidentes, gracias a la construcción del vínculo emocional, logran hacerse de la confianza de los ciudadanos, promoviendo mayores niveles de aprobación de su gestión. Así, los ciudadanos juzgan las acciones del líder personalista desde la emoción, castigándolo menos severamente si hubiera problemas con la economía a lo largo de su gestión (Ortiz Ayala y García Sánchez 2014, 378). Entonces, el estilo personalista depende del carisma y de la capacidad del líder para construir el vínculo emocional con la ciudadanía, y tal construcción puede darse desde:

- A. un tipo de comunicación gubernamental institucionalizada, donde el presidente aproveche las ruedas de prensa y actos públicos a los que todos los medios de comunicación asisten, dada la libertad de opinión y prensa;
- B. un tipo de comunicación gubernamental de crisis, donde el presidente cumpla una función de liderazgo que reduzca la incertidumbre que enfrenta la población, generando un sentido de seguridad en ella, a partir del fenómeno conocido como *rally round the flag* (Mueller 1970 en Kernell 1978); y
- C. un tipo de comunicación gubernamental en formato de campaña permanente, en el que restrinja las libertades de opinión y prensa, controle la agenda y limite su comunicación a unos cuantos medios de comunicación afines a su gestión.

De este modo, se concluye hipotetizando *a priori* que toda comunicación gubernamental en formato de campaña permanente requiere de un líder con estilo personalista, pero que un líder con estilo personalista no necesariamente implica que un país tiene una comunicación gubernamental en formato de campaña permanente.

2.3. Conclusiones teóricas tras la revisión de la literatura y los supuestos de partida

Tras esta breve revisión de la literatura sobre las causas y consecuencias de la campaña permanente en el continente americano, es preciso remarcar algunos puntos en común. Las tres revisiones están desarrolladas en lógica narrativa o de variables estudiadas por separado. Además, no dan cuenta de teorías enteras y claras, sino que requieren una construcción y

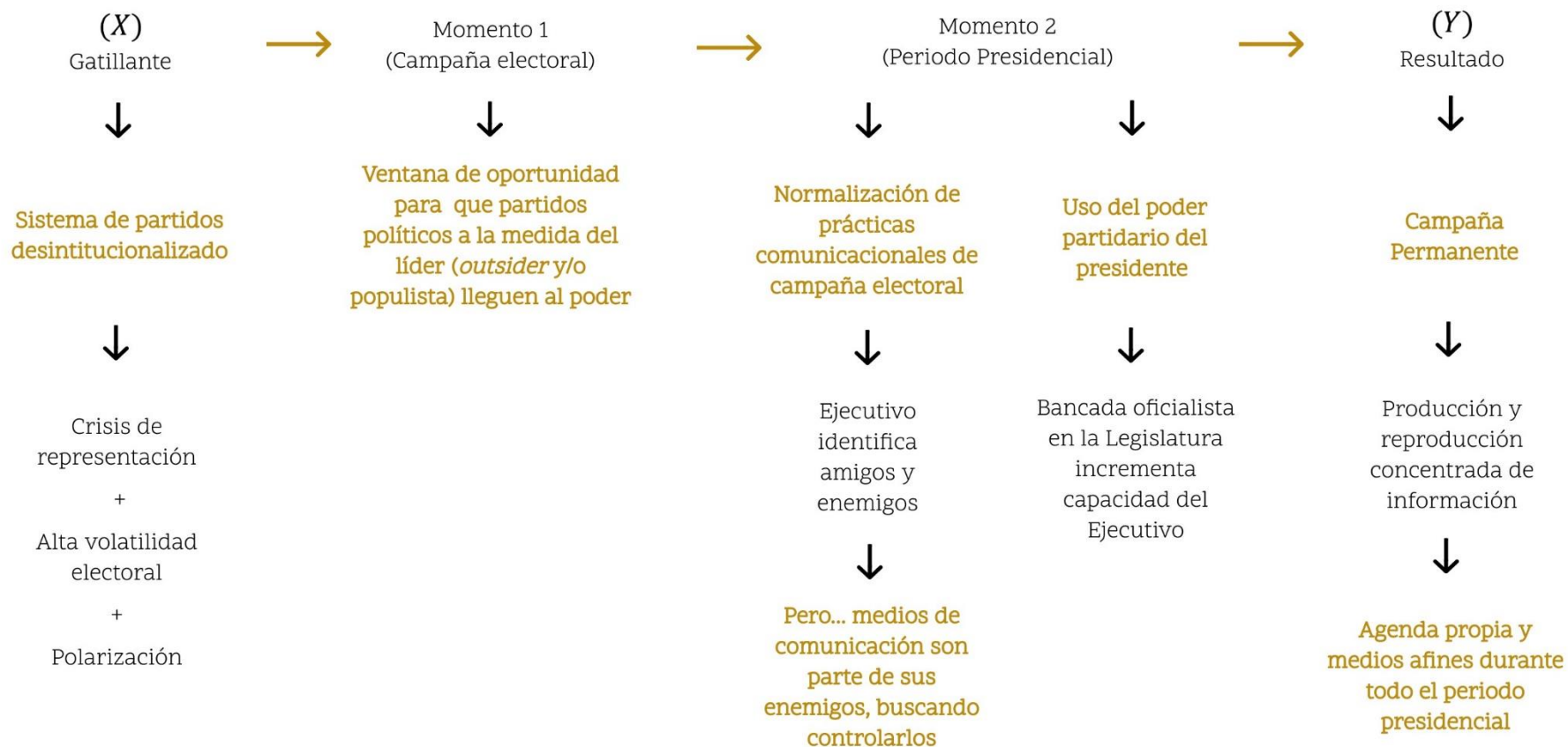
orden mecanicista para poder ser testeadas. Son un grupo de condiciones clave que encuentran su símil u homologación a pesar de las diferencias entre tipos de régimen (parlamentarismo canadiense frente a presidencialismos estadounidense y latinoamericano), y tipos de sistemas de partidos (bipartidismo estadounidense frente a multipartidismos -en distintos grados- canadiense y latinoamericano). En particular, la condición identificada como gatillante en los tres relatos es un cambio en el sistema de partidos que lo lleva a la polarización y a una alta volatilidad electoral. Así, se concluye que se conoce con claridad únicamente el inicio de la cadena causal de la campaña permanente, y que se detallan en el apartado 4. en una hipótesis primaria, las condiciones que coinciden y que podrían ser los eslabones del mecanismo causal a ser identificados en los siguientes capítulos.

2.4. Hipótesis teórica primaria

Este segundo capítulo se cierra bosquejando una cadena causal teórica primaria que explica, desde la literatura observada, las primeras pistas institucionales para su surgimiento -véase fig. 2.1-, bajo la siguiente hipótesis teórica primaria:

H: Sistemas de partidos desinstitucionalizados favorecerían ventanas de oportunidad para que partidos políticos “a la medida” del líder -*outsider* y/o populista- lleguen al poder. Una vez en el cargo, estos presidentes normalizarían prácticas comunicacionales de campaña electoral en lógica de amigo-enemigo, ubicando a los medios de comunicación como enemigos y buscando controlar también a los que son sus amigos. Al mismo tiempo, el Ejecutivo buscaría legitimar sus acciones en la Legislatura aprovechando el poder partidario del presidente. Así, impondría una agenda propia transmitida desde medios afines al régimen, es decir, tomaría la decisión estratégica de comunicación gubernamental en formato de campaña permanente.

Figura 2.1. Propuesta de cadena causal teórica primaria de la campaña permanente



Elaborado por la autora a partir de Mouchon (1998), Ponce (2013), Amadeo (2016), Hecló (2000), Marland et al (2017), Mainwaring y Scully (1995), Waisbord (2013), Carreras (2012), C. Conaghan y de la Torre (2008), entre otros.

Capítulo 3

Diseño metodológico: propuesta secuencial multimétodo para integrar QCA y PT

La propuesta taxonómica surgida tras la revisión y el debate de los modelos de Mouchon (1998), Ponce (2013) y Amadeo (2016), sumada a la revisión bibliográfica sobre las causas, manifestaciones y consecuencias de la campaña permanente permitieron organizar y generar una propuesta teórica hipotetizada sobre las causas de la campaña permanente al finalizar el segundo capítulo. Una vez identificado el objeto de estudio -campaña permanente- y su gatillante -la desinstitucionalización del sistema de partidos-, el presente capítulo busca diseñar una propuesta metodológica integradora secuencial multimétodo (Seawright 2016) que vincule al QCA -*Qualitative Comparative Analysis* o análisis cualitativo comparado- y al PT -*process tracing* o rastreo de procesos- (Schneider y Rohlfing 2013). De este modo, se podrán responder las siguientes preguntas de investigación: ¿Qué caso típico permitiría utilizar los factores explicativos de la decisión política de campaña permanente como eslabones en la construcción de una cadena causal y su posterior testeo? -en el cuarto capítulo- y ¿El mecanismo causal político-institucional que explica la campaña permanente está presente en primer gobierno de Rafael Correa en Ecuador (2007-2013)? Y ¿funciona tal como lo predijo la teoría? -en el quinto capítulo-.

Para tales fines, el presente capítulo metodológico se subdivide en tres apartados. El primero se centra en la propuesta de Seawright (2016) sobre los diseños integradores secuenciales multimétodo y sus ventajas sobre las investigaciones de un solo método y de métodos mixtos triangulados. El segundo apartado profundiza en los aportes metodológicos de Schneider y Rohlfing (2013) para articular la selección de casos por QCA -según principios de necesidad o suficiencia- y el PT. En tal sentido, este apartado revisa estas dos herramientas metodológicas y sus tipos y fines. Por último, el tercer apartado sintetiza el diseño metodológico de esta investigación dadas las características del objeto de estudio y de las preguntas de investigación, a fin de cumplir con el principio de publicidad del método científico (King, Keohane, y Verba 2000, 18–19).

3.1. Seawright: diseños integradores secuenciales multimétodo

Seawright (2016, 2) define a la investigación multimétodo como la integración de más de dos métodos en una misma investigación. Los debates metodológicos entre diseños de métodos

mixtos y multimétodo han tomado auge en las Ciencias Sociales en los últimos años, ubicándose como una nueva vía entre las lógicas cuantitativa y cualitativa (Seawright 2016, 1–2). La combinación de métodos distingue dos corrientes dentro de esta tercera vía metodológica (Tashankkori y Teddlie 2013 en Álamos-Concha 2017a, 70). Por un lado, los métodos mixtos apuntan hacia la triangulación, sometiendo el objeto de estudio a la misma pregunta de investigación desde dos métodos diferentes para verificar si llegan a las mismas conclusiones. Por otra parte, los multimétodos o diseños secuenciales integradores combinan cuidadosamente dos o más métodos para apoyar una única inferencia causal unificada. Con tal diseño, un método produce la inferencia final, y el otro se utiliza para diseñar, probar, refinar o reforzar el análisis que produce esa inferencia (Seawright 2016, 8–10).

La triangulación tiene diversos problemas, sobre todo cuando los resultados obtenidos por separado con cada método son contradictorios. Si los resultados son similares o complementarios se puede generar una superposición. Sin embargo, debido a que los enfoques cualitativos y cuantitativos producen resultados que son diferentes en especie, sólo es posible evaluar dicha convergencia de manera muy abstracta (Seawright 2016, 5). En lo cuantitativo se encontrarán variables estadísticamente significativas, que, sumadas a variables relacionadas en lo cualitativo, lleven a asumir dicho elemento como parte fundamental que sustenta la investigación desde ambos métodos. Pero, aun al ignorar las magnitudes y solo tomar en cuenta la inclinación de la pendiente, es difícil determinar si los resultados cualitativos y cuantitativos se corresponden. Los diseños de triangulación llevan a cabo inferencias completas, con pros y contras de cada método, y luego las comparan y combinan para responder la misma pregunta (Seawright 2016, 6).

Seawright (2016, 8) argumenta en pro de la visión secuencial integradora al reconocer que un buen diseño y ejecución poseen ventajas inferenciales muy por encima de las investigaciones de métodos mixtos y de un solo método. Probar supuestos que no han podido serlo en investigaciones de un solo método, además de transformar cuestiones clave de inferencia descriptiva y causal, de cuestiones de afirmación en puntos de debate empírico, son parte de ese listado de ventajas. Sin ser la panacea, el multimétodo en las Ciencias Sociales puede mejorar la inferencia causal para el cumplimiento de diversos objetivos, como la formación y perfeccionamiento de conceptos, y la descripción y la evaluación de políticas aplicadas. Esto se logra gracias a que cada método es usado para lo que es especialmente bueno, buscando minimizar las debilidades inferenciales mediante el uso de otros métodos a la hora de probar, revisar o justificar supuestos. Si se construye cuidando los detalles con cálculo estratégico, un

diseño integrador producirá una inferencia causal más robusta y de mayor calidad que la de un diseño de triangulación o de un diseño de un solo método. Además, se suprime el problema del enfrentamiento y búsqueda de reconciliación de los diversos métodos al utilizar cada uno de ellos de manera planificada y estratégica en una lógica modular y secuencial con preguntas particulares y separadas que integran la inferencia causal.

La lógica integradora propone dos caminos tradicionales: (1) iniciar con un estudio de caso, para luego pasar a una regresión hacia la inferencia causal, con el fin de probar y ajustar los supuestos clave sobre la medición, las variables omitidas, las interacciones causales y las vías; o (2) iniciar con la regresión y luego pasar al estudio de caso hacia la inferencia causal, con el objetivo de probar pasos especialmente importantes, sensibles o elusivos en la cadena causal del estudio de caso que conecta la causa inicial con el resultado de interés. Sea el camino que se tome, la secuencia de investigación integradora permite que el primer método proporcione un resumen inicial del conocimiento actual sobre el problema de inferencia causal, mientras el segundo método pone a prueba las suposiciones colocadas en el resumen inicial, a fin de descubrir nuevo material que permita mejorar el primer análisis. Esto permite planificar una investigación infinita en la que se genera un ciclo indefinido de descubrimiento y refinamiento, solo frenado por los recursos de tiempo y dinero.

Si bien existen críticas que afirman que lo cualitativo y lo cuantitativo poseen visiones distintas de causalidad, generando problemas en la investigación (Goertz y Mahoney 2012), Seawright (2016, 21) asevera que la causalidad es un estándar compartido por lo cuantitativo y lo cualitativo e inserta la discusión en la lógica de los marcos de resultados potenciales (H. E. Brady, Collier, y Seawright 2004, 5). Las dos visiones tienen herramientas y preguntas diferentes, pero finalmente buscan la comprensión de una única y última causalidad. Así, entre muchos otros diseños integradores posibles, Seawright abre una ventana de oportunidades a ser tomada en esta investigación: la opción de realizar análisis cuantitativos o comparados dentro de un rastreo de procesos (Seawright 2016, 177–81). En el siguiente apartado se profundiza en esta opción de diseño integrador aplicado en esta investigación.

3.2. Integrando QCA y PT

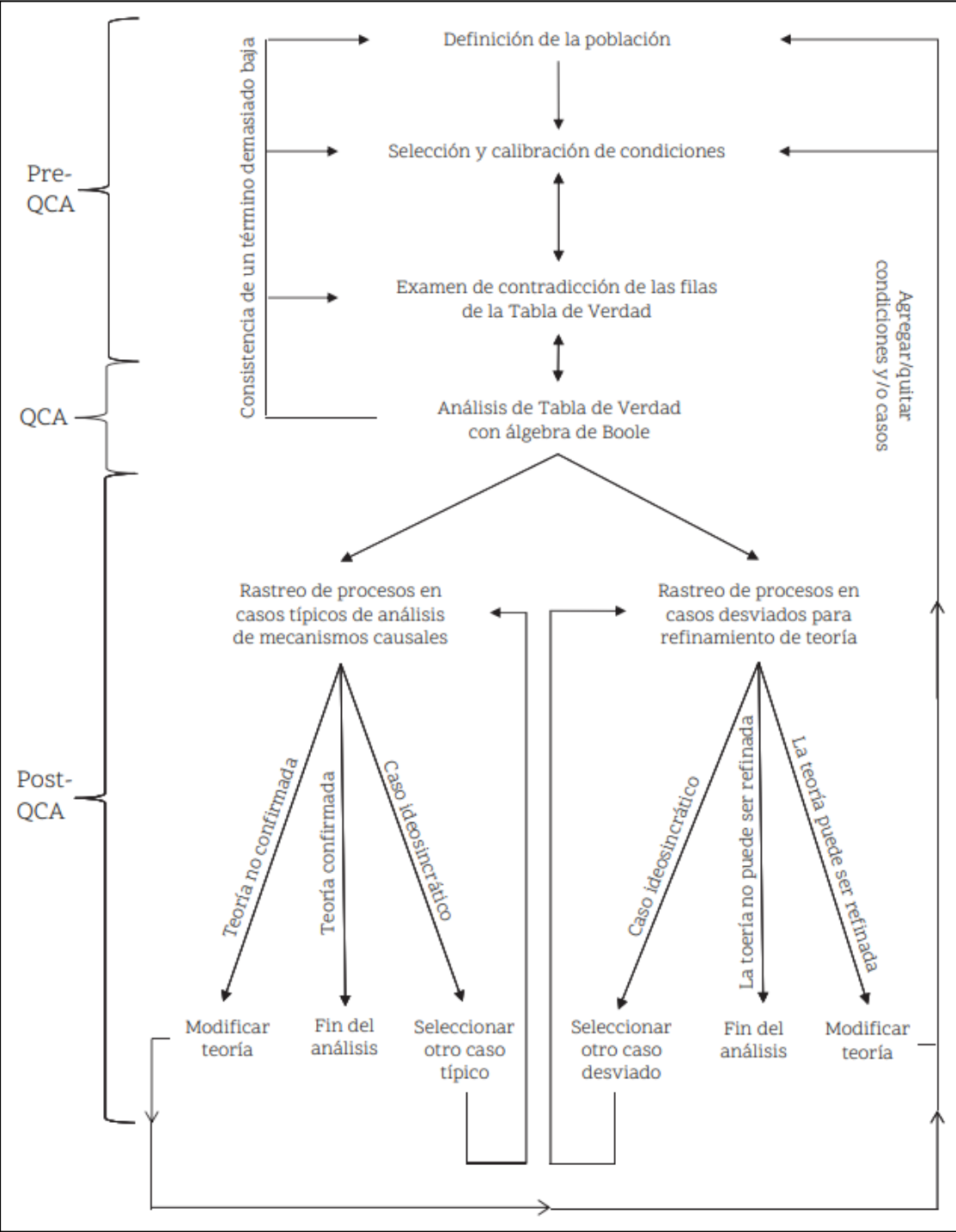
Articular métodos de investigación requiere prestar atención a las perspectivas ontológicas mono-método para poder fortalecer la investigación desde distintas visiones del fenómeno de estudio, aumentando la validez de datos y resultados con distintos niveles y formas de análisis

(Álamos-Concha 2017a, 69–70). El QCA -*Qualitative Comparative Analysis* o análisis cualitativo comparado- y el PT -*process tracing* o rastreo de procesos- comparten características sobre la importancia de conocer a profundidad los casos a partir de condiciones clave (Ragin 2007), en lógica de necesidad y suficiencia. Sin embargo, son sus diferencias las que permiten articularlos. Como afirman Rihoux y Álamos-Concha (2013 en Álamos-Concha 2017a, 71) con respecto a la falta de evidencia en la cadena de eventos -a una de las cinco características de una genuina investigación de caso en profundidad-:

La “caja negra” o fuerzas causales que van desde las configuraciones al resultado de interés no se estudian sistemáticamente, por lo tanto, se requiere de explicación histórica para abordarlo. En consecuencia, existe una conexión parcial entre QCA y estudio de caso en profundidad. QCA se oriente hacia la comprensión del porqué de un fenómeno, mientras que para conocer lo que ocurre en la caja negra se requiere comprender cómo ocurren los hechos. En tanto que QCA se encuentra menos orientado a comprender los eventos subyacentes entre las configuraciones y el resultado de interés, se requiere un análisis dentro del caso combinando métodos para este fin.

Esta posibilidad de articulación da paso a articular las fases del QCA con otros métodos. Particularmente para los fines de esta investigación, conviene focalizar esta articulación de QCA con otros métodos post-QCA (Álamos-Concha 2017a, 74–75). Schneider y Rohlfing (2013, 559, 562) proponen un modelo que permite articular el QCA como herramienta de selección de casos al PT, a fin de aumentar el apalancamiento inferencial en los diseños multimétodo. Los autores critican que, si bien esta combinación de análisis ha tomado importancia en los últimos años, no existe una orientación clara sobre cómo articularlas y sacarles el mayor provecho. En la fig. 3.1 se observa las dos opciones de estudios secuenciales del modelo de Schneider y Rohlfing (2013, 561). Ambos inician con la fase Pre-QCA, en las que se define el universo de casos (Ragin 2000 en Schneider y Rohlfing 2013, 561), se selecciona y calibra las condiciones a ser consideradas en el análisis (Berg-Schlosser y De Meur 2009 en Schneider y Rohlfing 2013, 562), y se examinan las filas contradictorias de la Tabla de Verdad (Ragin 1987, 113). Una vez revisada la Tabla de Verdad, se puede aplicar el análisis con álgebra booleana en la fase QCA (Schneider y Rohlfing 2013, 562). Luego, en la fase Post-QCA se da una bifurcación dependiendo del tipo de PT a realizarse. El primer camino selecciona casos típicos para analizar mecanismos causales. Si la teoría se confirma, el análisis termina; si el caso seleccionado fue idiosincrático, se debe seleccionar otro caso típico hasta confirmar la teoría y finalizar el análisis; y, si la teoría no se confirma, inicia un proceso de modificación teórica -agregando o quitando condiciones o casos- que

Figura 3.1. Estudios de caso Pre-QCA y Post-QCA en QCA



Elaborado por Schneider y Rohlfing (2013, 561). Traducido por la autora.

regresa hasta la etapa Pre-QCA. Por su parte, el segundo camino selecciona casos desviados para refinar teoría. Si la teoría no puede ser refinada, finaliza el análisis; si el caso seleccionado fue idiosincrático, se debe seleccionar otro caso desviado; y, si la teoría puede

ser refinada, inicia un nuevo proceso retornando a la etapa Pre-QCA. De este modo, la integración del PT -que permite ir más allá del porqué del fenómeno de estudio- con el QCA - que orienta el estudio hacia la búsqueda de configuraciones causales- da paso al enriquecimiento de una misma inferencia causal, permitiendo determinarlo, comprenderlo y explicarlo con mayor robustez (Álamos-Concha 2017a, 75). En los siguientes subapartados se profundiza en ambos métodos.

3.2.1. csQCA para selección de caso

El QCA -*Qualitative Comparative Analysis* o análisis cualitativo comparado- es un método que responde a una inferencia *cross-case* o entre casos, a fin de buscar una generalización (Goertz 2017, 2), pero basada en la diversidad (Gjolberg 2007, 15 en Castillo Ortiz y Álamos-Concha 2017, 21), al buscar un equilibrio entre la parsimonia y la complejidad causal (Castillo Ortiz y Álamos-Concha 2017, 22). Sin embargo, en este diseño secuencial, Schneider y Rohlfing (2013, 561), basándose en Berg-Schlosser et al (2009), proponen observar al QCA como una técnica, es decir, como “el momento analítico de analizar una Tabla de Verdad con álgebra booleana”. Entonces, el QCA sería un conjunto de técnicas que formalizan la lógica del análisis comparado de John Stuart Mill a partir de la aplicación de álgebra booleana con casos entendidos como configuraciones pertenecientes a conjuntos (Castillo Ortiz 2017, 8–11).

Berg-Schlosser et al (2009, 15) detallan que el QCA tiene cinco usos. El primero es resumir la información. Una vez identificadas las condiciones clave de los casos, el QCA ofrece una sistematización de las diferentes combinaciones o configuraciones. A partir de la Tabla de Verdad, el QCA puede aportar en la construcción de taxonomías, tipologías y clasificaciones. La segunda es testear la coherencia de los datos, a partir de la identificación de casos contradictorios. La tercera es testear hipótesis o teorías existentes. La cuarta es testear rápidamente conjeturas sin necesidad de amplias y complejas teorías previas. Finalmente, la quinta es desarrollar nuevos argumentos teóricos dada la identificación de múltiples series de patrones causales -equifinalidad- que llevan al resultado de interés.

Epistemológicamente, el QCA es un conjunto de técnicas holísticas configuracionales que buscan entender la complejidad causal desde la equifinalidad y la causación asimétrica, a partir de las relaciones de necesidad y suficiencia, y la expectativa determinística de que las combinaciones o configuraciones de condiciones producen un resultado (Castillo Ortiz 2017,

12–14). Su formulación de hipótesis es también determinística y se basa en ideas de necesidad o suficiencia con hipótesis asimétricas, desde el análisis e interpretación configuracional que suelen entenderse como historias o narrativas que ocultan, detrás de los casos, patrones causales (Castillo Ortiz 2017, 15).

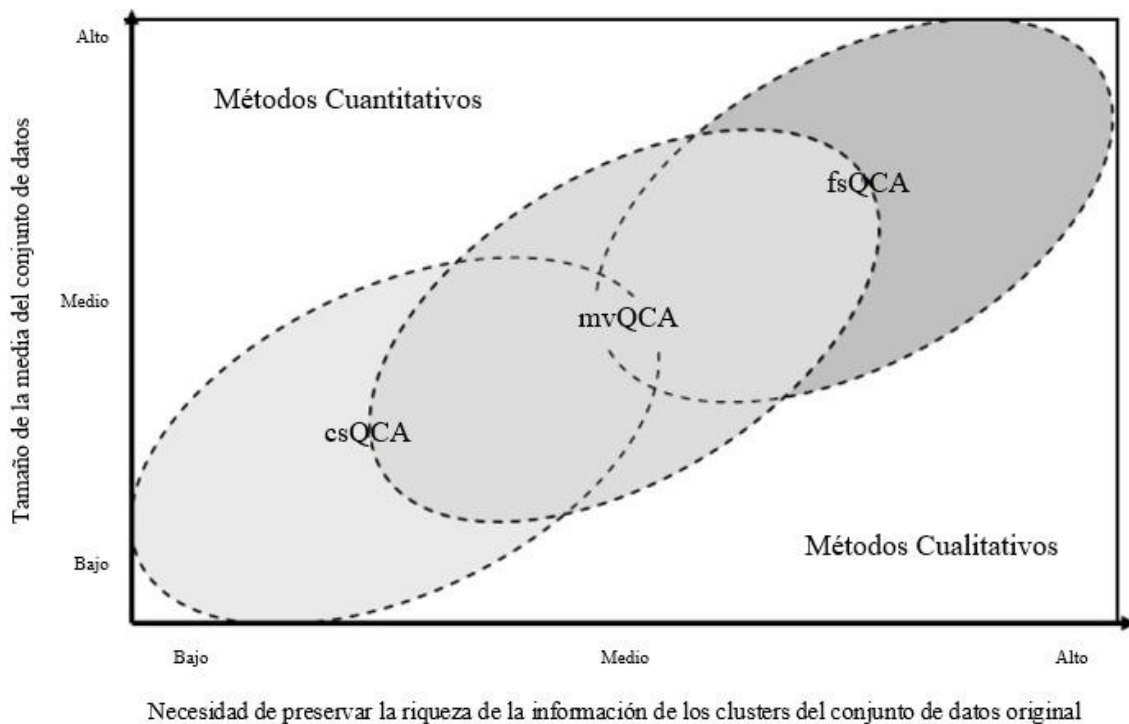
El QCA, como abordaje, está conformado por tres técnicas: (1) el *crisp-set* QCA (csQCA) o de condiciones dicotómicas o nítidas, (2) el *multi-value* QCA (mvQCA) o de lógica multicotómica, y (3) el *fuzzy-set* QCA (fsQCA) o de condiciones difusas (Castillo Ortiz 2017, 8; Castillo Ortiz y Álamos-Concha 2017, 24–25). Particularmente para el *crisp-set* QCA, la construcción se realiza a partir de categorías dentro-fuera del conjunto, es decir, [1] si se da la condición o resultada, o [0] si no se da la condición o resultado. Estos valores se ubican tanto en la primera tabla de datos dicotomizados como en la Tabla de Verdad (Castillo Ortiz y Álamos-Concha 2017, 25, 27).

¿Cuál de estas tres vías es la mejor? Responder esta pregunta depende, según Herrmann y Cronqvist (2006, 16), de dos factores: por un lado, el número de casos y por el otro la necesidad de preservar la complejidad de los casos -véase fig. 3.2-. Es decir que el csQCA es recomendado para estudios de N-pequeño o mediano donde haya una mayor tolerancia con la pérdida de información dada la dicotomización. El fsQCA está recomendado para estudios de N-grande que requieran preservar la complejidad de los datos. Y el mvQCA quedaría como una opción central. Si bien una de las mayores críticas que enfrenta el csQCA es que al dicotomizar las condiciones, limita la complejidad de la realidad, el mismo Ragin (1987, 86) afirma que muchos de los fenómenos sociales se manifiestan en lógica de presencia o ausencia, siendo “difíciles de medir en escalas de intervalos”. Además, este tipo de QCA provee robustez analítica a las investigaciones, ya que “calibrar” el mvQCA o el fsQCA implica dos realidades. Por un lado, que no existe una teoría de medición que justifique la decisión de los valores (Mejía Trejo 2021, 88), y por el otro, que cualquier pequeña modificación en el proceso de operacionalización de una condición podría traer graves alteraciones en toda la comprensión de la condición y luego en la combinación de las condiciones (Ragin 1987, Rihoux 2006, De Meur y Rihoux 2009 en Brito 2015, 51). Así, siendo el csQCA la opción más utilizada y con mayor robustez, la presente investigación sigue esta vía.

El csQCA se nutre de dos fuentes: el álgebra booleana y la lógica proposicional. El álgebra booleana requiere de un estudio particular de condiciones necesarias -presentes siempre que se produce el resultado de interés- y suficientes -el resultado de interés se produce siempre

que la condición está presente- (Castillo Ortiz y Álamos-Concha 2017, 31). El proceso de minimización booleana busca conseguir expresiones cortas y parsimoniosas (Castillo Ortiz y Álamos-Concha 2017, 33) a partir del reconocimiento de la interacción de la presencia y ausencia de condiciones, matemáticamente representadas a partir de lógica formal (Bennett 2010, 315–17). Para ello, los conceptos de consistencia y cobertura se vuelven importantes. La consistencia muestra cuántos casos son explicados por la solución y tienen el resultado de interés. La cobertura da cuenta de cuántos casos con el resultado de interés están cubiertos por la solución (Castillo Ortiz y Álamos-Concha 2017, 43). Para formalizar las configuraciones causales se utiliza lógica proposicional a partir de los diferentes sistemas de notación.

Figura 3.2. Cuando (no) escoger un análisis csQCA, mvQCA o fsQCA



Elaborado por Herrmann y Cronqvist (2006, 16). Traducido por la autora.

Rihoux y De Meur (2009, 33 en Castillo Ortiz y Álamos-Concha 2017, 23) describen que la notación clásica usaba mayúsculas para expresar la presencia de condiciones y minúsculas para su ausencia. La notación moderna escribe las condiciones presentes con minúsculas, y distingue a las ausentes con el signo “~”. El lenguaje común simplemente antecede cada condición con la expresión “presencia de” o “ausencia de” (Castillo Ortiz y Álamos-Concha

2017, 23–24). Según Pöschel y Rosenberg (2013, 3). Las investigaciones cualitativas usan álgebra booleana para formular los análisis a partir de proposiciones lógicas con operaciones fundamentales “O” (\vee), “Y” (\wedge) y “NO” (\sim). En notación clásica, el conector lógico “O” también se representa con (+) y el conector lógico “Y” con (*) (Vis 2010 33 en Castillo Ortiz y Álamos-Concha 2017, 23).

Rihoux (2017, 54) identifica que la elaboración de un análisis de QCA implica los siguientes pasos a seguir: (1) definir los casos, (2) decidir cuántos casos serán incluidos en el análisis empírico, (3) decidir qué casos serán seleccionados, y (4) lograr el diálogo con los casos durante el análisis QCA. Sin embargo, al usar QCA como un método para la selección de casos, se pueden resumir tales pasos en (A) seleccionar los casos y (B) seleccionar las condiciones para construir el modelo causal. Aquí es importante recordar que las tablas de datos no pueden ser leídas como puntos de datos, tal como se hace en los análisis estadísticos de N-grande, sino que cada caso debe ser tratado como un sistema en sí mismo (Przeworski y Teune 1970).

El QCA también tiene fases: pre-QCA, durante QCA y post-QCA (Álamos-Concha 2017a, 74). La fase pre-QCA involucra la definición de la pregunta de investigación, la recolección de datos en múltiples pasos para evitar sesgos y conseguir precisión (Álamos-Concha 2017a, 72–73). Así, el primer paso en el uso de QCA para selección de casos de Rihoux (2017, 54) involucra (A) establecer con claridad qué casos de qué fenómeno se desean estudiar. Esto implica formular la pregunta de investigación incluyendo el resultado de interés, al tiempo que se circunscriben todos los casos con y sin dicho resultado (Rihoux 2017, 55–56). En tal sentido, los casos podrían cubrir la totalidad de una región geográfica, pero limitando una temporalidad (Rihoux 2017, 56). Así, Berg-Schlosse y De Meur (2009 en Rihoux 2017, 57) proponen definir con la mayor claridad posible un “área de homogeneidad” o “campo de investigación” que delimite las fronteras dentro de las cuales los casos son definidos y seleccionados. Así, recomiendan empezar por un caso típico del fenómeno de estudio, que permita definir aquellas propiedades o condiciones necesarias para el tipo ideal, siempre recordando que los casos son construcciones definidas en términos temporales (Rihoux 2017, 58).

El segundo paso involucra (B) identificar las condiciones a ser estudiadas (Rihoux 2017, 54). La construcción de la tabla de datos requiere conceptualizar y operacionalizar las condiciones seleccionadas, generalmente a partir de técnicas estadísticas y de la puesta en diálogo y debate sobre las diferentes formas de medición o *proxis* que la literatura ha probado (Rihoux 2017,

61). Una vez construida la tabla de datos de manera estadística, es necesario dicotomizarla para generar ausencias y presencias en codificación de [0] y [1] (Álamos-Concha 2017b, 78). Después, retomando la propuesta multimétodos de Schneider y Rohlfing (2013), y usando álgebra booleana y lógica proposicional, se escribe la proposición verdadera que servirá para construir la tipología de casos a partir del análisis de condiciones necesarias y suficientes (Álamos-Concha 2017b, 79, 83), como se muestra a continuación:

Necesidad: $X \leftarrow Y$

(“Si Y, entonces X”, o “Y implica X”, o “Y es un subconjunto de X”)

Suficiencia: $X \rightarrow Y$

(“Si X, entonces Y”, o “X implica Y”, o “X es un subconjunto de Y”)

Aquí se pueden generar cuatro tipologías: en lógica de csQCA por necesidad o por suficiencia, y en lógica de fsQCA por necesidad o por suficiencia (Schneider y Rohlfing 2013). Para los fines de esta investigación, en las figs. 9 y 10 se exponen únicamente las dos tipologías de csQCA. Con respecto a la necesidad -véase fig. 3.3-, la tipología asume la declaración de que la condición es un superconjunto del resultado (Most y Starr 1989 en Schneider y Rohlfing 2013, 565). En los análisis de necesidad tiene sentido combinar condiciones a partir del operador “O”, para construir condiciones con alta consistencia (Ragin 2000, 174 en Schneider y Rohlfing 2013, 565). Así, la tipología de casos por necesidad da cuatro cuadrantes a partir del cruce de dos variables: en el eje de las X se ubica la pertenencia al conjunto de condiciones necesarias de la premisa verdadera y en el eje de las Y, la pertenencia al conjunto del resultado de interés. Cuando están presentes ambas, es decir, la declaración teórica de necesidad y el resultado de interés, se habla de (1) casos típicos (Schneider y Rohlfing 2013, 565–66). Los (4) casos desviados por consistencia implican que se da el resultado en ausencia de las supuestas condiciones necesarias, contradiciendo la declaración de necesidad (Schneider y Rohlfing 2013, 567). Los (2) casos irrelevantes asumen esta característica dado que su cobertura es baja, implicando que no califican como desviados del patrón de necesidad, por lo que no es útil estudiarlos (Schneider y Rohlfing 2013, 568–69). Finalmente, los (3) casos individualmente irrelevantes no son miembros ni de la condición ni del resultado. Su rastreo individual no proporciona conocimientos empíricos relevantes, salvo cuando se realizan PT comparativos (Schneider y Rohlfing 2013, 569).

Luego de realizar el análisis y la tipología por necesidad, se construye en lógica proposicional las configuraciones de suficiencia -véase fig. 3.4-, bajo la premisa de que X es suficiente para

un resultado si el conjunto de X es un subconjunto del conjunto del resultado Y. Los casos con esa definición son (1) casos típicos. Por su parte, si el patrón de casos es totalmente coherente con la afirmación de que un término es suficiente para el resultado, serían (2) casos desviados por consistencia (Schneider y Rohlfing 2013, 573). Con respecto a los (3) casos desviados por cobertura, no proporcionan evidencia contra la declaración de suficiencia, pero sí son desconcertantes porque forman parte del resultado, pero no están cubiertos por la solución. Finalmente, los (3) casos individualmente irrelevantes no son miembros ni de la condición ni del resultado (Schneider y Rohlfing 2013, 574). Así, dependiendo de los fines del PT y de las características de la investigación (conocimiento de objeto de estudio y/o gatillante), se tomará la decisión de optar por un caso típico o uno de los casos desviados. Para profundizar en esto, se presenta en el siguiente subapartado el rastreo de procesos.

Figura 3.3. Tipos de casos en csQCA por necesidad

Pertenencia al conjunto del resultado de interés	1	(4) Caso desviado por consistencia	(1) Caso típico
	0	(3) Caso individualmente irrelevante	(2) Caso irrelevante
		0	1
Pertenencia al conjunto de condiciones necesarias de la premisa verdadera			

Elaborado por Schneider y Rohlfing (2013, 565). Traducido por la autora.

Figura 3.4. Tipos de casos en csQCA por suficiencia

Pertenencia al conjunto del resultado de interés	1	(4) Caso desviado por cobertura	(1) Caso típico
	0	(3) Caso individualmente irrelevante	(2) Caso desviado por consistencia
		0	1
Pertenencia al conjunto de X en solución del QCA			

Elaborado por Schneider y Rohlfing (2013, 572). Traducido por la autora.

3.2.2. PT y su variante de testeo de teoría

El PT *-process tracing* o rastreo de procesos- es un método que responde a una inferencia *within-case* o dentro del caso, con el objetivo de profundizar en estudios de caso (Goertz 2017, 2). Según Zamora (2018, 27), el PT permite dar preponderancia a la temporalidad de la ocurrencia de los hechos enfatizando en el diseño de investigación de un caso en profundidad (George y Bennett 2005 en Collier 2011, 823). El PT implica rastrear mecanismos causales (Bennett 2008, 704). Glennan (1996, 52 en Beach y Pedersen 2013, 1) define mecanismo causal como “un sistema complejo, que produce un resultado por la interacción de varias partes”. Entonces, el rastreo de procesos implica, en palabras de George y Bennett (2005, 206–7), “intentos de identificar el proceso causal interviniente -la cadena causal y el mecanismo causal- entre una variable independiente y el resultado de la variable dependiente”.

Utilizar este método brinda la posibilidad de observar causas y efectos, pero también de indagar en mecanismos, cadenas y fuerzas causales (Goertz y Mahoney 2012) como sistemas (Beach 2016 en Zamora 2018, 28), considerando al tiempo como factor causal (Falletti 2016), sin dejar de lado las condiciones contextuales (Kreuzer 2016). Además, es una herramienta valiosa a la hora de probar y refinar teoría a partir del realismo científico y el pensamiento configuratorio (Zamora 2018, 28). El PT asume causalidad asimétrica: no pretende explicar la ausencia de causa o la ausencia de efecto, sino centrarse en la causa y el resultado de interés. Finalmente, observa condiciones y no variables (Beach y Pedersen 2016a, 3–4). Las condiciones formuladas a partir de los conceptos teóricos permiten conformar mecanismos causales, a fin de abrir la caja negra de la relación causal, que no es otra cosa que explicar “una conexión teorizada entre causa(s) y efecto, donde cada parte del mecanismo está claramente descrita en una secuencia ordenada, en términos de entidades articulándose en actividades que transfieren las fuerzas causales” (Beach y Pedersen 2016b, 4). En tal sentido, el PT busca construir una explicación en los siguientes términos:

$$X \rightarrow MC (A, B, C, \dots, N) \rightarrow Y$$

Donde:

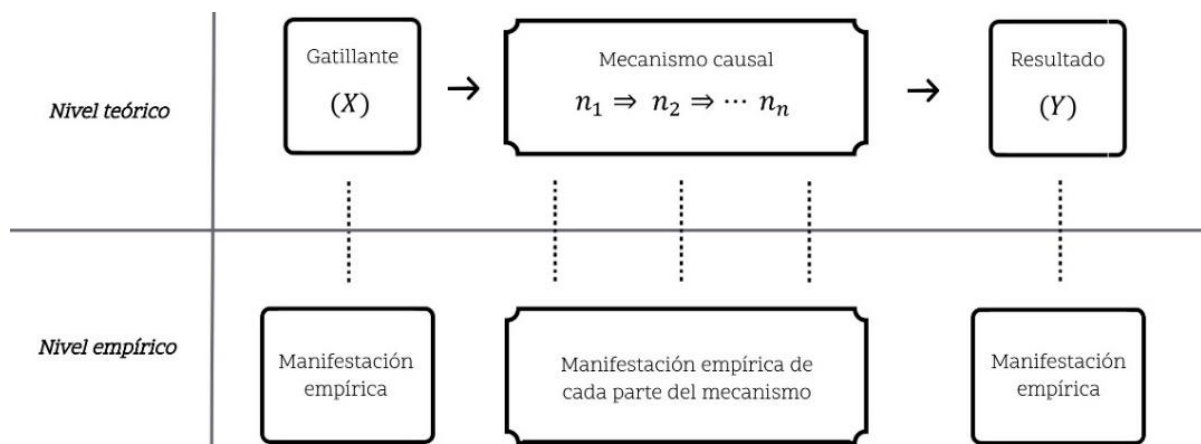
X: causa

MC: mecanismo causal compuesto por N condiciones

Y: efecto

El rastreo de procesos no es una narración histórica de hechos (Beach y Pedersen 2013, 33–35). Abrir la caja negra de los mecanismos causales implica convertir tales narrativas y manifestaciones empíricas en un mecanismo causal generalizable -teorías de rango medio- (Beach y Pedersen 2013, 61), -véase fig. 3.5-. Entonces, relatar eventos sería la forma de observar las manifestaciones empíricas a ser transformadas o formalizadas para luego ser falseadas en otro grupo de casos, reconociendo que no se puede hacer afirmaciones de suficiencia, dada la heterogeneidad causal (Beach y Pedersen 2013, 34). Asumir con seriedad una visión determinística y mecanicista de la causalidad permite dar cuenta de la complejidad y asimetría causal (Beach y Pedersen 2013, 25–26). Así, hay concordancia entre QCA -método determinista de regularidades- y PT -método determinista de mecanismos- (Beach y Pedersen 2013, 28).

Figura 3.5. Métodos de Process Tracing centrados en la teoría

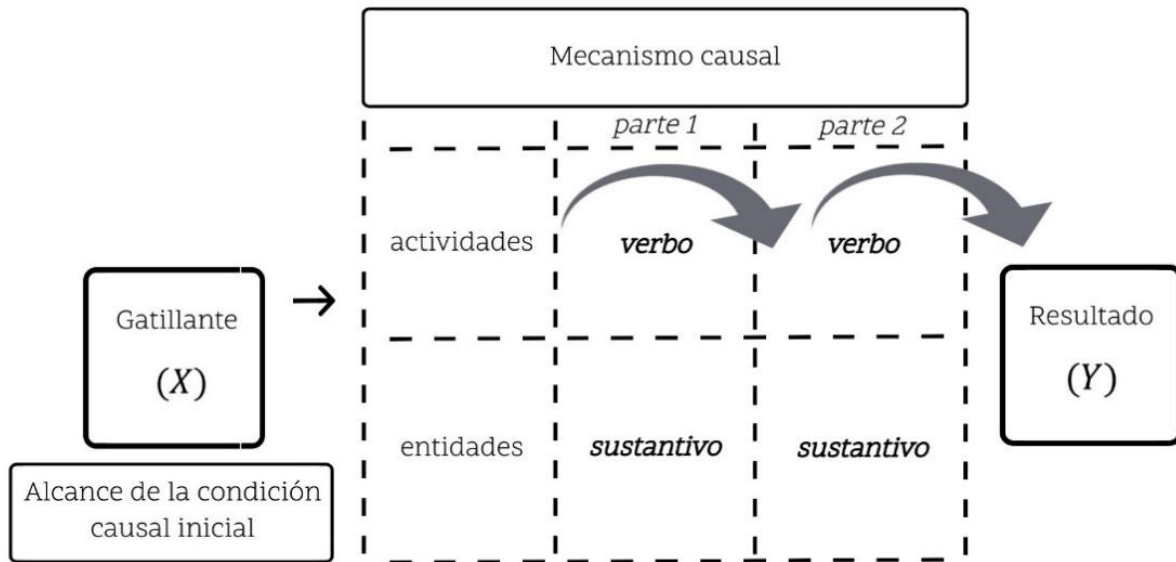


Elaborado por Beach y Pedersen (2013, 35). Traducido por la autora.

De este modo, la construcción mecanicista de un mecanismo causal requiere pasar de la representación “ $X \rightarrow MC (A, B, C, \dots, N) \rightarrow Y$ ” a la identificación de los eslabones a partir de entidades -sustantivos- que ejecutan actividades -verbos- que transmiten las fuerzas causales en un determinado orden y combinación hasta llegar al resultado de interés (Y) (Beach y Pedersen 2013, 50) -véase fig. 3.6-. Sin embargo, es preciso volver a recalcar que esta identificación empírica involucra un ejercicio de conceptualización y operacionalización que trasciende a X y Y para profundizar en cada una de las partes del mecanismo causal (Beach y Pedersen 2013, 49). Además, no se debe olvidar la existencia de condiciones previas o antecedentes -*priors*- a ser tomados en cuenta a la hora de conceptualizar al gatillante (Little

1996, 37 en Beach y Pedersen 2013, 49–50). Esto lleva a la conformación de mecanismos causales estructurales, institucionales, ideacionales y psicológicos (Parsons 2007, 96).

Figura 3.6. Construcción mecanicista de un mecanismo causal



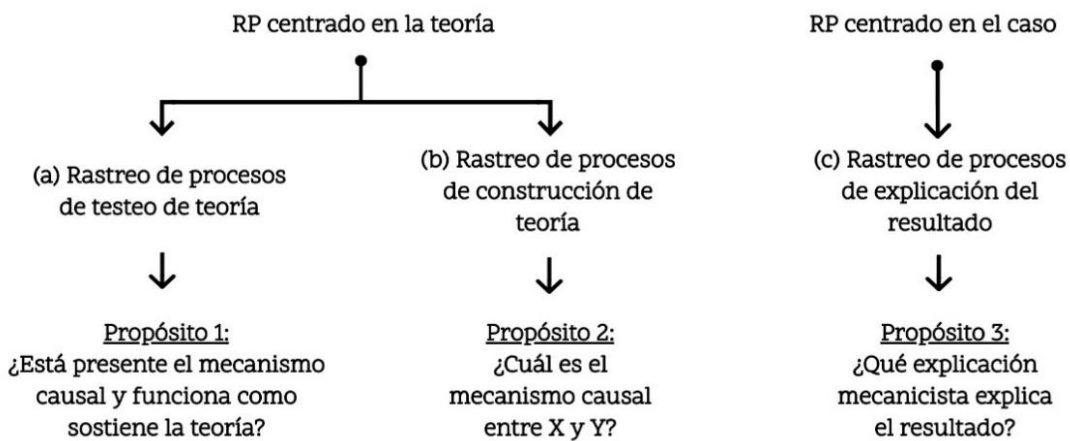
Elaborado por Beach y Pedersen (2013, 50). Traducido por la autora.

Existen tres tipos de PT a partir de diversos objetivos y de la selección de casos (Beach y Pedersen 2013, 11): (a) los basados en el testeo de teoría, (b) los centrados en la construcción de teoría, y (c) los que buscan explicar el resultado. Además, según Aguirre (2017, 10–11), esta metodología es multinivel a partir de visiones contextuales (nivel macro), relacionales (nivel meso) y cognitivos (nivel micro). Tilly (2001, 24–25) afirma que en la práctica la mayoría de los trabajos de investigación aplican una mezcla de estos tres. En la fig. 3.7 se presentan los tres tipos de PT a partir de su propósito fundamental como diferenciador. Dadas las características de la presente investigación, no se profundizará en el tercer tipo, que aplica una lógica de investigación netamente inductiva para explicar fenómenos muy puntuales, dada su característica de ser únicos (Beach y Pedersen 2013, 18–20), ni en el segundo tipo, que, a pesar de ser teórico, es también inductivo e inicia con los hechos para alcanzar una teoría de rango medio (Beach y Pedersen 2013, 16–18, 60).

Como se observa, los dos primeros tipos están centrados en la teoría, mientras que el tercero presta atención a la explicación de un resultado en específico. La diferencia entre los dos tipos centrados en la teoría radica en que el testeo de teoría prueba en un caso toda una teoría

existente o al menos plausible en lógica deductiva, mientras que la construcción de teoría propone identificar el mecanismo causal que lleva al resultado de interés, en ausencia de teorías completas y de potenciales manifestaciones causales en lógica inductiva (Beach y Pedersen 2013, 12–13). Para ser exactos con respecto al testeo de teoría, en muchas ocasiones no existe una teoría completa, pero sí conjeturas que vinculan X y Y, o, al menos, el “razonamiento lógico” para formular un mecanismo causal hipotético desde la literatura existente (Beach y Pedersen 2013, 14, 57). El mecanismo debe identificar los eslabones lógicamente necesarios a fin de ser parsimoniosa, pero sin dejar lagunas lógicas (Beach y Pedersen 2013, 59).

Figura 3.71. Tres usos (tipos) del Process Tracing

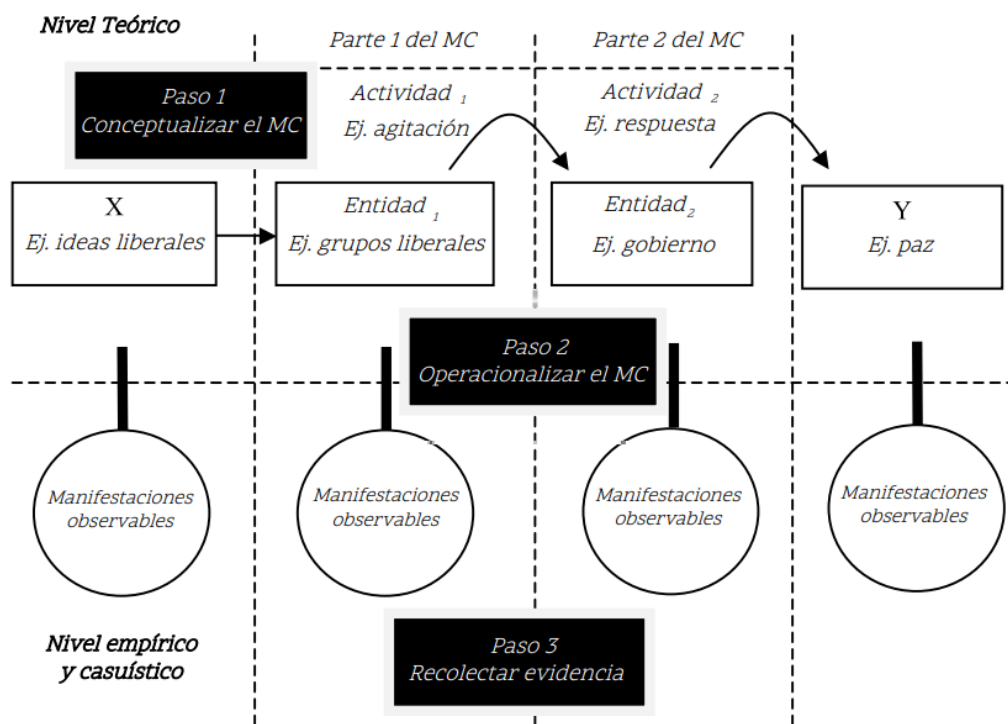


Elaborado por Beach y Pedersen (2013, 12). Traducido y adaptado por la autora.

Un PT de testeo de teoría es considerado netamente deductivo -véase fig. 3.8-, ya que parte de una conceptualización teórica del mecanismo causal -paso 1-, hacia la operacionalización de cada uno de los eslabones a partir de manifestaciones observables que se espera encontrar -paso 2-, hasta la recolección de evidencia que permitan testear si cada eslabón teórico está presente en el caso seleccionado -paso 3- (Beach y Pedersen 2013, 33). Se busca comprobar si el mecanismo teórico está presente y si funciona como se esperaba (Beach y Pedersen 2013, 14–15). Esto no implica un simple testeo según las teorías previas, sino que requiere la revisión de la conceptualización y operacionalización de cada eslabón, a fin de capturar la transmisión explícita de fuerzas causales a través del mecanismo (Beach y Pedersen 2013, 57). Para este tipo de PT, lo más aconsejable es tomar casos típicos, en los que estén presentes la teoría causal y el resultado de interés (Beach y Pedersen 2013, 147).

La construcción de la hipótesis de trabajo sigue la misma línea mecanicista del diseño del mecanismo causal, constituida por un contexto o *priors*, una variable independiente o gatillante, varios eslabones organizados, y un resultado de interés (Owen 1994 en Beach y Pedersen 2013, 71). Recordando la lógica mecanicista y probabilística, el PT reconoce las limitaciones de la investigación, de modo que cada parte del mecanismo es insuficiente por sí misma para producir el resultado, pero todas en conjunto son necesarias (Beach y Pedersen 2013, 58). Así, asume un estudio coordinado entre la hipótesis de trabajo y las hipótesis alternativas a partir de la construcción de tests de necesidad y suficiencia (Collier 2011, 825) - véase tabla 3.1-. No obstante, Beach y Pedersen (2013, 15–16) recomiendan no probar el poder explicativo de las hipótesis alternativas, a menos que se realice un estudio cruzado de casos.

Figura 3.8. Process Tracing de testeo de teoría



Elaborado por Beach y Pedersen (2013, 15). Traducido por la autora.

Realizar la comprobación de hipótesis de trabajo e hipótesis alternativas puede ayudar a robustecer la inferencia causal, pero depende de los recursos del investigador. Zaks (2017, 348) propone una tipología de hipótesis alternativas, entre las que se encuentran la mutuamente excluyentes, las coincidentes, las congruentes y las inclusivas. Esta tipología es

importante a la hora de evaluar los tests de inferencia causal, ya que, por ejemplo, las hipótesis coincidentes, congruentes e inclusivas implicarían una lógica de complementariedad explicativa, que, dada la limitación de recursos en las investigaciones, dejan en claro la complejidad y heterogeneidad causal, al tiempo que promueven nuevas agendas de investigación.

Para testear los mecanismos hipotéticos, se usa CPOs – *causal process observations* observaciones del proceso causal- (Bennett 2010) que luego de pasar las pruebas se convierten en evidencia probatoria. Beach y Pedersen (2013, 99) proponen utilizar una amplia variedad de evidencia empírica para la comprobación de las hipótesis, procurando evitar caer en sesgos a partir del uso y contrastación de fuentes. Por ello, distinguen cuatro tipos de evidencias: el patrón, la secuencia, el rastreo y el relato. Cada una de estas piezas observacionales requieren pasar una prueba para admitirse como evidencia sobre la que se construyen inferencias (Beach y Pedersen 2013, 120).

Tabla 3.1. Tests de Inferencia Causal en Process Tracing

		Suficiente para confirmar la inferencia causal	
		No	Sí
Necesario para confirmar la inferencia causal	No	1. Straw-in-the-Wind	3. Smoking-Gun
		a. Pasa: confirma relevancia de la hipótesis, pero no la confirma	a. Pasa: confirma la hipótesis
		b. No pasa: no elimina la hipótesis, pero sí la debilita escasamente	b. No pasa: no elimina la hipótesis, pero sí se debilita ligeramente
		c. Implicaciones para hipótesis rivales:	c. Implicaciones para hipótesis rivales:
		Si pasa - se debilitan escasamente	Si pasa - se debilitan significativamente
		Si no pasa - se fortalecen escasamente	Si no pasa - se fortalecen significativamente
	Sí	2. Hoop	4. Doubly Decisive
		a. Pasa: confirma relevancia de la hipótesis, pero no la confirma	a. Pasa: confirma la hipótesis y elimina las otras
		b. No pasa: elimina la hipótesis	b. No pasa: elimina la hipótesis
		c. Implicaciones para hipótesis rivales:	c. Implicaciones para hipótesis rivales:
	Si pasa - se debilitan ligeramente	Si pasa - se eliminan	
	Si no pasa - se fortalecen ligeramente	Si no pasa - se fortalecen significativamente	

Elaborado por Collier (2011, 825), adaptado de Bennett (2010, 210), que construyó las categorías formuladas por Van Evera (1997, 31–32). Traducido por la autora.

De este modo, al recolectar y analizar la evidencia, las manifestaciones empíricas previstas son guiadas de manera ordenada y estructurada por el mecanismo causal teórico subyacente y no por la presentación empírica narrativa de los hechos y eventos del caso (Beach y Pedersen 2013, 34). Así, para cerrar el análisis según el modelo de Schneider y Rohlfing (2013, 561), debe confirmarse la hipótesis de trabajo propuesta tras el análisis de toda la evidencia. Esto, en términos de Bunge (1997, 2004 en Beach y Pedersen 2013, 40) implicaría que:

si luego podemos confirmar la existencia de un mecanismo causal hipotético en una prueba de teoría, habremos producido evidencia sólida que muestra cómo las partes teorizadas del mecanismo causal producen Y y cómo X y Y están conectadas causalmente por el mecanismo.

3.3. Diseño integrador secuencial mixto para esta investigación

Hasta este punto se ha podido identificar un potencial camino explicativo para entender a la campaña permanente como decisión política de los Ejecutivos en ontología mecanística (Beach y Pedersen 2013, 29). La presente investigación, reconociendo la ausencia de trabajos en lógica mecanicista, propone abrir la caja negra que une las causas y los efectos (Beach y Pedersen 2013, 25; Bennett 2008, 704), aprovechando las potencialidades del QCA y el PT bajo el modelo de Schneider y Rohlfing (2013, 561) bajo la lógica integradora de Seawright (2016). A continuación, se explica el diseño metodológico propuesto.

3.3.1. Etapa 1: csQCA para selección de caso típico

Paso 1: Definir el universo de casos (Rihoux 2017, 54)

- 1) Delimitar espacio geográfico y temporal a ser estudiado (Rihoux 2017, 56).

Paso 2: Definir las condiciones clave (Rihoux 2017, 54)

- 1) Conceptualizar y operacionalizar las condiciones clave de la hipótesis teórica primaria (Rihoux 2017, 61).

Paso 3: Resumir datos -parte inicial del primer uso de QCA según Berg-Schlosser et al (2009, 15)-.

- 1) Construir tabla de datos.

Paso 4: Dicotomizar condiciones (Álamos-Concha 2017b, 78)

- 1) Determinar el *codebook* con presencia [1] y ausencia [0] de condiciones.

- 2) Construir la tabla dicotomizada, a partir de la aplicación de promedios de los datos.

Paso 5: Construir tipología de casos -parte secundaria del primer uso de QCA según Berg-Schlosser et al (2009, 15)-, desde el modelo de Schneider y Rohlfing (2013, 561).

- 1) Construir Tabla de Verdad (Castillo Ortiz y Álamos-Concha 2017, 25, 27) a través de la aplicación de álgebra booleana para la minimización (Castillo Ortiz y Álamos-Concha 2017, 31).
- 2) Ubicar los casos en las tipología de Schneider y Rohlfing (2013, 565, 572) por necesidad y suficiencia, a partir de lógica proposicional que determine la proposición mecanicista verdadera.

Paso 6: Conectar QCA con PT

- 1) Determinar tipo de PT a utilizar (Beach y Pedersen 2013, 12).
- 2) Determinar tipo de caso a estudiar (Beach y Pedersen 2013, 146).

3.3.2. Epata 2: PT de testeo de teoría

Paso 1: Construir cadenas causales teóricas

- 1) Construir, gráfica y narrativamente, cadenas causales a partir de los relatos empíricos y teóricos de la revisión de la literatura, y de la conceptualización de las condiciones clave de la etapa 1 (Beach y Pedersen 2013, 58).

Paso 2: Operacionalizar el mecanismo causal a ser testeado

- 1) Formular la teoría causal hipotética a ser testeada a partir de sus diversas formas de medición (Beach y Pedersen 2013, 14).
- 2) Identificar los mecanismos alternativos (Zaks 2017, 348).
- 3) Plantear los mecanismos como hipótesis y cada eslabón como subhipótesis.
- 4) Construir tests de necesidad y suficiencia a partir de la evidencia esperada para comprobar la teoría causal hipotética (Beach y Pedersen 2013, 14).

Paso 3: Recolectar CPOs y testear el mecanismo causal

- 1) Revisar y ordenar evidencia del caso típico, posiblemente dentro de estudios en lógica narrativas empíricas (Beach y Pedersen 2013, 120) o en otras fuentes académicas y periodísticas.

Paso 4: Analizar las inferencias causales e implicaciones generales

- 1) Determinar si el mecanismo está presente en el caso típico
- 2) Determinar si el mecanismo opera como se esperaba
- 3) Identificar y detallar las especificaciones del caso estudiado**

Capítulo 4

Etapa 1: Construyendo un csQCA que permita distinguir configuraciones causales hacia la campaña permanente en América Latina

Tras la propuesta taxonómica -primer capítulo-, la revisión de la literatura sobre campaña permanente y la selección de condiciones clave desde la hipótesis teórica primaria -segundo capítulo-, el presente capítulo muestra la aplicación de QCA para selección de caso típico como primera etapa del diseño metodológico multimétodo integrador secuencial -tercer capítulo-. Se busca responder la pregunta de investigación: ¿Qué caso típico permite utilizar los factores explicativos de la decisión política de campaña permanente como eslabones en la construcción y testeo de una cadena causal?

Para cumplir con este propósito, el capítulo se divide en seis secciones, cada una de ellas en cumplimiento de los seis pasos estipulados al final del tercer capítulo. De este modo, se inicia definiendo el universo de casos espacial y temporalmente, identificando como unidades de análisis a los gobiernos presidenciales de América Latina. En segundo lugar, se definen las condiciones claves a partir de su conceptualización y operacionalización. En esta sección se revisan las cinco condiciones explicativas “X”: (1) la institucionalización del sistema de partidos, (2) la característica de líder *outsider*, (3) la práctica del líder populista, (4) los poderes partidarios del presidente, (5) la relación gobierno-medios, y el resultado de interés “Y”, es decir, si el líder ha usado campaña permanente. En tercer lugar, se construye la tabla de datos. Luego, en el cuarto paso se dicotomizan las condiciones a partir de la lógica de presencia y ausencia. En quinto lugar, gracias a la aplicación de álgebra booleana y lógica proposicional, se construye la Tabla de Verdad y se tipifican los casos según la proposición verdadera identificada. Por último, se conectan la técnica de QCA con la de PT, a partir de la selección del tipo de PT y del caso a ser estudiado en el quinto capítulo.

4.1. Paso 1: Definir el universo de casos

Tomando uno de los ejemplos dados por Rihoux (2017, 56), la definición del universo de casos puede abarcar todo una región geográfica. Por tal motivo, bajo el objetivo de generar una teoría de nivel medio para América Latina, se toma a toda la región con un total de 18 países. Para poder establecer con claridad qué casos de qué fenómeno se desean estudiar, es preciso volver al resultado de interés: la campaña permanente como decisión de los

Ejecutivos, particularmente de los presidentes. Así, en la tabla 4.1 se identifican los gobiernos a ser analizados, considerando al primer gobierno de presidentes que hubiesen completado un periodo constitucional antes del 30 de octubre de 2019. Esta decisión se ampara en dos motivos. Por un lado, el fin de la marea rosa dentro de la región latinoamericana (Luna y Rovira Kaltwasser 2021); y, por otro lado, que todos estos gobiernos se enmarcan en un entorno comunicacional prepandemia, que les permite mantenerse en alguno de los dos extremos de la propuesta taxonómica de esta investigación: bien sea comunicación institucionalizada o bien sea campaña permanente.

Tabla 4.1. Gobiernos latinoamericanos para QCA

País	Presidente	Periodo
Argentina	Cristina Fernández	10.12.2007 - 10.12.2011
Bolivia	Evo Morales	22.01.2006 - 22.01.2010
Brasil	Dilma Rousseff	01.01.2011 - 31.12.2014
Chile	Michelle Bachelet	11.03.2006 - 11.03.2010
Colombia	Juan Manuel Santos	07.08.2010 - 07.08.2014
Costa Rica	Luis Guillermo Solís	08.05.2014 - 08.05.2018
Ecuador	Rafael Correa	15.01.2007 - 10.10.2009 10.10.2009 - 24.05.2013
El Salvador	Salvador Sánchez Cerén	01.06.2014 - 01.06.2019
Guatemala	Álvaro Colom	14.01.2008 - 14.01.2012
Honduras	Juan Orlando Hernández	27.01.2014 - 27.01.2018
México	Enrique Peña Nieto	01.12.2012 - 30.11.2018
Nicaragua	Daniel Ortega	10.01.2007 - 10.01.2012
Panamá	Juan Carlos Varela	01.07.2014 - 01.07.2019
Paraguay	Horacio Cartes	15.08.2013 - 15.08.2018
Perú	Ollanta Humala	28-07.2011 - 28.07.2016
República Dominicana	Danilo Medina	16.08.2012 - 16.08.2016
Uruguay	José Mujica	01.03.2010 - 01.03.2015
Venezuela	Hugo Chávez	02.02.1999 - 10.01.2001 10.01.2001 - 10.01.2007

Elaborado por la autora.

Nota: Ecuador y Venezuela tienen dos periodos, dado que en el primero los presidentes convocaron a nuevas elecciones y las ganaron, ampliando así su primer periodo.

4.2. Paso 2: Definir las condiciones claves – debates conceptuales y de operacionalización

Para la conformación de la proposición verdadera que dé paso a la construcción tipológica de casos, se observaron cinco condiciones y un resultado de interés identificados en la hipótesis teórica primaria. En los siguientes subapartados, se profundiza en la conceptualización y operacionalización de cada una de ellas:

1. Institucionalización del sistema de partidos
2. *Outsider*
3. Líder populista
4. Poderes partidarios del presidente
5. Relación Gobierno-Medios
6. Resultado: Campaña Permanente

4.2.1. Institucionalización del sistema de partidos

Según Eckstein (1968 en Casal, Scherlis, y Bardi 2015), existen dos enfoques a la hora de abordar y definir los sistemas de partidos. Por un lado, puede observárselos como conjuntos, entendiendo que pueden chocar unos contra otros y yuxtaponerse, siendo medidos únicamente por su número (Ware 2004, 239). Por otro lado, Sartori (1992) propone observarlos desde una lógica sistémica de cambios en los patrones de interacción, yendo más allá de la mera suma de partidos para observar a la ideología como elemento que determina dicha interacción. Así, la visión sistémica da lugar a estudiar las limitaciones u oportunidades presentadas a lo largo de los patrones de interacción de los partidos. Mainwaring y Scully (1995, 92) conceptualizan al sistema de partidos como “el conjunto de interacciones normadas en la competencia entre los partidos”. He allí donde entra la lógica de la institucionalización.

La definición de la institucionalización del sistema de partidos (ISP) ha pasado por un largo camino iniciado con Huntington (1968 en Torcal 2015, 9) al observar la institucionalización como reglas y como organización. Mainwaring y Scully (1995, 92) la definen como el “proceso por el cual un sistema y sus prácticas llegan a ser estables y bien conocidos y universalmente aceptados”. Mainwaring (1999 en Torcal 2015, 9) propone que un sistema débilmente institucionalizado conlleva partidos que carecen de autonomía siendo meras extensiones de líderes individuales o élites oligárquicas. Finalmente, Mainwaring y Torcal (2006, 206 en Torcal 2015, 9–10) definen que un sistema de partidos institucionalizado es aquel en el que los actores desarrollan comportamientos y expectativas basadas en una premisa de previsibilidad de los límites, reglas y tendencias, permitiéndoles adoptar estrategias racionales de competición y otorgando a los votantes la opción de adoptar comportamientos racionales de control y delegación del voto.

Estas tres visiones teóricas incluyen un proceso de evolución en la medición de la ISP, observándose indicadores unidimensionales -polarización, superposición, cristalización,

fragmentación, número efectivo de partidos (NEP), volatilidad y fluidez- y multidimensionales -institucionalización, nacionalización y éxito electoral- (Ruiz y Otero 2013). En la tabla B.1 del Apéndice B se presenta un resumen de dicha evolución.

4.2.2. *Outsider*

El concepto de *outsider* todavía no ha logrado una definición única y homogéneamente aceptada. Carreras (2012) identifica dos tendencias: (1) vincular a los *outsiders* con los populistas o neopopulistas, o (2) articularlos a los antipolíticos que usan retórica anti *establishment*. De allí que advierta sobre embrollos conceptuales que complejizan su estudio. Por ejemplo, Linz (1996, 26 en Carreras 2012, 1455) identifica a los *outsiders* como “candidatos no identificados ni apoyados por ningún partido político, a veces sin ninguna experiencia gubernamental o incluso política, sobre la base de un llamamiento populista a menudo basado en la hostilidad hacia los partidos o los políticos”. Carreras (2012) recomienda observar con cuidado las manifestaciones empíricas, ya que los *outsiders* pueden o no ser populistas y/o políticos anti *establishment*, de modo que no se puede definir a priori estas condiciones como partes de su definición.

Barr (2009, 33) afirma que un forastero es “alguien que gana prominencia política no a través o en asociación con un partido competitivo establecido, sino como un político independiente o en asociación con partidos nuevos o recientemente competitivos”, A esta definición se suma la de Samuels y Shugart (2012, 63–64), quienes identifican que los *outsiders* provienen de partidos nuevos afianzados en el personalismo y no en la institución, promoviendo que la confianza popular se deposite en el caudillo. Los *outsiders* crean partidos nuevos y si este periodo es menor a 10 años (Ortiz y García 2014 en Caicedo 2017) se entiende que las bases siguen al candidato y no al partido. Carreras (2012, 1455) encuentra una limitación en este tipo de definición, ya que deja por fuera a los candidatos nuevos que se postulan dentro de partidos establecidos o de alianzas entre partidos existentes.

De todas estas deficiencias encontradas a las diferentes definiciones de *outsider*, Carreras (2012, 1456) propone una nueva definición y una clasificación. Así, afirma que los políticos *outsiders* que se candidatizan para las elecciones presidenciales quienes (a) no han tenido una carrera previa en la política o la administración pública mientras comienza la campaña, y/o (b) participan en las elecciones como políticos independientes o en asociación con partidos nuevos. En tal sentido, propone tres tipos de *outsiders*: (i) completos -no tienen carrera

política y compiten desde partido nuevo-, (ii) inconformistas -fueron figuras políticas en partidos ya existentes, pero compiten con partido recién creado- y (iii) aficionados -no tienen carrera política, pero compiten desde partidos tradicionales. En la fig. 4.1 se muestra la tipología propuesta por Carreras (2012), que ubica la diferencia entre políticos nuevos y de carrera a partir de estar “dentro” o “fuera” del sistema de partidos y de su experiencia.

Figura 4.1. Tipología de candidatos presidenciales

		Vínculo partidista	
		Partido establecido	Partido nuevo
Experiencia política	Trayectoria política previa	Político de carrera	<i>Outsider</i> inconformista
	Recién llegado	<i>Outsider</i> aficionado	<i>Outsider</i> completo

Elaborado por Carreras (2012, 1457). Traducido y adaptado por la autora.

La propuesta de Carreras (2012, 1457–60) identifica tres variables institucionales en el surgimiento de *outsiders*: elecciones electorales y legislativas no concurrentes, voto obligatorio y prohibición de reelección. Así también, entre las variables estructurales ubica: factores socioeconómicos y heterogeneidad étnica que conllevan a demandas insatisfechas no solucionadas por el sistema de partidos tradicional, fomentando así la crisis de legitimidad en las instituciones y la creciente percepción de impunidad ante actos de corrupción (Carreras 2012, 1460–62).

4.2.3. Líder populista

Al igual que con la definición de *outsider*, la definición de populismo continúa en construcción. El concepto de populismo adolece de lo que Sartori (2011) denomina “estiramiento conceptual”. Este problema surge de la necesidad de los investigadores por crear conceptos universales que puedan viajar en tiempo y espacio. No obstante, esto ha conllevado a que muchos investigadores incurran en un error: establecer categorías que, si bien engloban una amplia cantidad de características, no poseen un contrario, dificultando encontrarles referentes empíricos. Por ello, Sartori (2011, 19) señala que “lo que se gana en

capacidad extensiva se pierde en precisión connotativa”. Weyland (2004, 12–13) analiza que, en el derrotero del concepto de populismo, la confusión conceptual se agudiza cuando los investigadores, lejos de centrarse en los aspectos comunes, ponen énfasis en la divergencia de sus atributos. A esto se suma la pluralidad de posturas desde las cuales se analiza el concepto (política, económica, social y discursiva).

Weyland (2004, 13) identifica que se han desarrollado tres estrategias que buscan dilucidar el carácter difuso del populismo: la acumulación, la adición y la redefinición. La primera hace referencia a la conceptualización a través de la agregación de las características principales identificadas en los diversos estudios sobre populismo. La segunda, contempla la posibilidad de que estos rasgos principales no se encuentren presentes de manera conjunta, conformando subtipos disminuidos o “conceptos radiales” (Collier y Mahon 1993 en Weyland 2004, 13). Por último, la tercera vuelve a las características determinantes de los conceptos clásicos a fin de construir definiciones mínimas basadas en atributos “necesarios y, en conjunto, suficientes” (Sartori 1984, 32–33), que permitan delimitar el término populismo.

Como se ha observado, el populismo carece de unanimidad conceptual entre los académicos. No obstante, los principales estudios a la fecha parten de un elemento común: la estrecha relación entre populismo y democracia. Para establecer este vínculo, se parte de los dos componentes mínimos de la democracia -liberal- para O’Donnell (1985, 296): la ciudadanía y la representación, dentro de la esfera pública, como garantías del ejercicio electoral y del Estado de derecho. Es a partir de esta asociación con la democracia que se han generado las principales definiciones de populismo, centradas alrededor de tres grandes posturas: (1) un populismo democratizador (Laclau 2005); (2) un populismo que amenaza y atenta contra la democracia (Arato y Cohen 2019; Levitsky y Loxton 2019; Moffitt y Tormey 2013; Urbinati 2019; Weyland 2004; 2019), y (3) un populismo incluyente pero autoritario (de la Torre 2016; 2019; Finchelstein 2019).

Laclau (2005, 5) ve al populismo como una lógica política de prácticas que agregan demandas insatisfechas no solventadas por una política meramente administrativa. Esta postura se considera democratizante en la medida que mantiene vigente la visión schmittiana de la política, es decir, evitar que la política se vuelva administración. Por su parte, Arato y Cohen (2019) y Urbinati (2019) plantean la idea de que el populismo, en su búsqueda por quebrar el *establishment*, afecta la sociedad civil, al señalar que solo una parte de la población representa los intereses del conjunto. Otros estudios son enfáticos en señalar que el populismo resquebraja la democracia debido a que deviene inevitablemente en un autoritarismo

(Weyland 2019; Levitsky y Loxton 2019). Sin embargo, a pesar de que el populismo adopte formas autoritarias, no puede ser llamado fascista, ya que su legitimidad se sustenta en las elecciones y no utiliza la violencia física contra sus enemigos (Finchelstein 2019).

Con respecto a la medición u operacionalización del populismo, existen diversas líneas. Por un lado, Laclau (2005, 5) lo define como un acto político. Por su parte, Weyland (2004) el populismo es estratégico, oportunista y camaleónico. Otra aproximación surge cuando Moffitt y Tormey (2013, 12–14), en crítica a las visiones ideológica, lógica, discursiva y estratégica/organizativa del populismo, lo identifican como un estilo y un *performance* del político del populista frente a sus audiencias a partir de la invocación al pueblo. Así, articulan dos tipos de populismos: (a) el populismo duro que convoca al pueblo desde el quebrantamiento de las formalidades de la alta política y los malos modales, y (b) el populismo blando que “baja al nivel popular” pero continúa manteniendo las formalidades dependiendo del escenario y público al que se enfrente. A partir de estas varias aproximaciones, se han ido construyendo propuestas de identificación de populistas, tales como The Guardian (2019).

Por otra parte, Hawkins (2019) y Hawkins y Rovira (2017) describen al populismo como ideacional, ya que en contextos de crisis utiliza una retórica interpretativa y catalizadora para genera un vínculo carismático entre el líder y sus audiencias. Así, este último estudio propuso identificar a los populistas a partir del estudio de los discursos presidenciales. Sin embargo, su método de medición es fuertemente criticado, cuando en una escala de puntuación del 0 al 2 (0 = poco o no populista, 1 = moderada o inconsistentemente populista, y 2 = fuerte o consistentemente populista) el expresidente Augusto Pinochet obtuvo un puntaje 1.5 frente al 0.9 logrado por el expresidente Juan Perón (Hawkins y Rovira 2017).

En línea a la crítica de Carreras (2012) sobre el vínculo *outsiders*-populistas, autores como Levitsky y Loxton (2019, 335) proponen una tipología de líderes populistas a partir de su conexión con las bases sociales: (a) populistas totales o a gran escala, (b) populistas inconformes y (c) populistas de partido. Esta tipología surge de tres características dadas por Barr (2009, 30–36): los populistas son *outsiders*, personalistas y movilizan a las masas desde la lógica anti *establishment*. En la tabla 4.2 se muestra que cada uno de estos tipos tiene un distinto nivel de relación entre el populismo y el autoritarismo. El populista total es un *outsider*, personalista y anti *establishment* que devenga en prácticas autoritarias. Por su parte, el populista inconformista abandona un partido y desde otro construye vínculos personalistas con discursos anti *establishment*, teniendo así un nivel moderado de relación populismo-

autoritarismo. Finalmente, un populista de partido, al no provenir de una base social y movimientistas, no puede ser plenamente personalista, por lo que existe una relación más débil entre sus prácticas populistas y la posibilidad de ser autoritario.

Tabla 4.2. Tipología de líderes populistas

Características	Populista total o a gran escala	Populista inconformista	Populista de partido
<i>Outsider</i> = novato	Sí	No, abandona un partido y crea otro	Sí
Personalista	Sí	Sí	No, emerge desde movimiento social
Anti <i>establishment</i>	Sí	Sí	Sí
Tendencia hacia el autoritarismo	Fuerte	Moderada	Débil
Ejemplos	Chávez (VN) Fujimori (PE) Gutiérrez y Correa (EC)	Bucaram (EC) Caldera (VN)	Morales (BO)

Elaborado por la autora a partir de Levitsky y Loxton (2019, 335).

La propuesta de Levitsky y Loxton (2019, 335) entrelaza las condiciones de llegada con las prácticas de gobierno y puede llevar a incurrir en el error de que todo *outsider* es populista y a la inversa. Por estas razones, es preciso observar que la literatura enfatiza dos momentos claves en el desarrollo del populismo: el proceso electoral y el gobierno populista. Para el primer momento, se mencionan repetitivamente ocho características que explicarían la aceptación del populismo y su victoria en los procesos electorales:

1. Un líder personalista (Moffitt y Tormey 2013; Levitsky y Loxton 2019), carismático (Moffitt y Tormey 2013; Weyland 2004), paternalista (Roberts 1995, 88 en Kampwirth 2010), *outsider* (Weyland 2019; Levitsky y Loxton 2019), performativo (Laclau 2005), oportunista y estratégico (Weyland 2004);
2. La existencia de masas sociales desorganizadas con necesidades insatisfechas (Laclau 2005; Weyland 2004; Urbinati 2019);
3. Una ideología populista manifestada en el discurso, con tintes amorfos, ecléctica, anti elitista y anti *establishment* (Weyland 2004; Roberts 1995, 88 en Kampwirth 2010), cargada de significantes vacíos y flotantes (Laclau 2005);

4. Una relación ambivalente con las mujeres, atrayendo el voto de las pobres, pero distanciándose de las feministas (Kampwirth 2010);
5. La percepción generalizada de un entorno de crisis económica (Weyland 2019; Levitsky y Loxton 2019) y de partidos (Laclau 2005; Weyland 2019);
6. El deseo del líder populista de llegar al poder a través de la democracia electoral a partir del apoyo popular (Laclau 2005; Arato y Cohen 2019);
7. Un discurso de soberanía nacional deteriorada, a ser reivindicada por el líder populista que encarna al pueblo soberano (Laclau 2005; Arato y Cohen 2019); y,
8. Un manejo de la política como lucha antagónica, simplificándola en la lógica schmittiana amigo-enemigo (Laclau 2005).

Para el segundo momento, la literatura identifica 11 características que explicarían la permanencia del líder populista en el gobierno:

1. Las características del líder se conservan iguales;
2. La ideología amorfa se convierte en un pragmatismo oportunista y camaleónico (Weyland 2004);
3. El respaldo popular se da bajo la lógica *pars de toto* (Urbinati 2019; Arato y Cohen 2019), con movilización social (Laclau 2005), además de la construcción de una ciudadanía despolitizada (Urbinati 2019);
4. La relación ambivalente con las mujeres se mantiene;
5. La búsqueda de legitimación constante se da a partir de medios electorales con referéndums (Laclau 2005) y plebiscitos manipulados desde arriba (Weyland 2019), diferenciándose del fascismo dictatorial (Finchelstein 2019);
6. Se trabaja en la reivindicación de la soberanía popular (Laclau 2005), personificada en el líder (Arato y Cohen 2019);
7. El manejo de la política se torna hostil, pero de manera simbólica (Urbinati 2019; Finchelstein 2019; Laclau 2005; Weyland 2019; Levitsky y Loxton 2019), excluyendo a la vieja élite y creando una nueva (Urbinati 2019) a partir de acciones rápidas y de corta temporalidad (Moffitt y Tormey 2013);
8. El manejo de las instituciones queda a merced del líder *outsider*, que busca quebrar el *statu quo* representado en la constitución, la separación de poderes y el *accountability* (Urbinati 2019; Weyland 2019); además de crear sus propias instituciones (Laclau 2005);

9. El manejo de la economía tiende a usar métodos redistributivos o clientelistas bien definidos (Weyland 2004; Roberts 1995, 88 en Kampwirth 2010);
10. La democracia liberal se ve disminuida, sobre todo en el aspecto de la libertad de asociación y la libertad de expresión (Arato y Cohen 2019), además de la libertad de manifestarse en contra del gobierno; y,
11. La política se mediatiza a través de un *performance* continuo del líder (Moffitt y Tormey 2013), quien violenta y controla a los medios de comunicación (Weyland 2004; 2019), a partir de la campaña permanente (C. Conaghan y de la Torre 2008).

4.2.4. Poderes partidarios del presidente

Mainwaring y Shugart (2002, 20–21) sostienen que la fortaleza de los presidentes, entendida como “su capacidad para ejercer influencia sobre la legislación”, radica en dos tipos de poderes: los constitucionales y los partidarios. Los poderes constitucionales le otorgan al presidente la capacidad de moldear los resultados de las políticas con o sin control de la mayoría legislativa. Sin embargo, los poderes partidarios le permiten controlar el proceso mismo de confección de las leyes al tener mayorías partidarias en el Legislativo, así como al comprar y negociar el apoyo de sus legisladores por medios legítimos o ilegítimos (Cox y Morgenstern 2001 en Morgenstern, Polga-Hecimovich, y Shair-Rosenfield 2013, 42).

Esta distinción es importante, ya que “la forma en que el Ejecutivo es elegido y la forma en que éste interactúa con la Legislatura y los partidos y se mantiene en el poder, es de fundamental importancia para la política democrática” (Mainwaring y Shugart 2002, 36). Los sistemas presidenciales, a diferencia de los sistemas parlamentarios, se basan en frenos y contrapesos. Esto quiere decir que tienen diseños institucionales que reducen las posibilidades de que “el ganador se lleve todo”. De allí que si un partido o coalición no logra hacerse de la presidencia, pueda todavía controlar votos para obtener una bancada que le dé margen de acción en la Legislatura y así frene las iniciativas presidenciales (Mainwaring y Shugart 2002, 48).

La interacción entre poderes constitucionales y partidarios genera dos tipos de poderes legislativos. Por un lado, los poderes proactivos “permiten al presidente establecer -o tratar de establecer- un nuevo *statu quo*”, mientras que los poderes reactivos “sólo le permiten defender el *statu quo* contra las tentativas de la mayoría legislativa” (Mainwaring y Shugart 2002, 50). Entre los poderes proactivos destacan el veto, el decreto, la iniciativa legislativa

exclusiva del presidente y la disolución del legislativo (Shugart y Carey 2003, 272). Como se puede observar, todas estas posibilidades reposan en las constituciones. Basabe-Serrano (2017, 8) identifica que los poderes partisanos también son conocidos como informales o asociados.

Morgenstern et al (2013, 42), identificándolos como poderes reforzados, realizan una comparación entre EUA y América Latina, afirmando que en el caso latinoamericano estos poderes suelen ser menos importantes, ya que las constituciones otorgan diversos poderes formales a los presidentes. Entre las diversas ventajas que puede otorgar al presidente el tener una mayoría legislativa se encuentra, por ejemplo, la conformación de un escudo legislativo que lo proteja en situaciones en las que se solicitan investigaciones sobre acciones o políticas del Ejecutivo (Pérez-Liñán 2007, 132).

En la misma línea de Mainwaring y Shugart (2002), Santos et al (2014, 512) identifican que el poder del Ejecutivo para iniciar propuestas legislativas juega un papel importante en las democracias contemporáneas, llevando a catalogar a muchas de las Legislaturas como “meros ratificadores de las decisiones que toma el Ejecutivo”. Los autores, tras un estudio comparado a través de QCA, llegan a la conclusión de que la combinación que favorece el control presidencial de la agenda legislativa es: un diseño institucional favorable al Ejecutivo, una división de la Legislatura en bloques ideológicos bien diferenciados, la existencia de una mayoría parlamentaria afín y la ausencia de fragmentación partidaria. Particularmente respecto de las mayorías parlamentarias o poderes partidarios, la literatura afirma que no poseerlas implica mayores dificultades para controlar al Legislativo (Linz 1990; Mainwaring 1993). Con respecto a la forma de medición de estos poderes, Santos et al (2014, 519) observan el porcentaje de escaños legislativos ocupados por el partido de gobierno o su coalición. Si existen dos cámaras, se obtiene un promedio.

4.2.5. Relación Gobierno-Medios

Mazzoleni y Schulz (1999 en Waisbord 2013, 109) identifican que la mediatización de la política implica el “proceso por el cual los actores y dinámicas políticos se orientan cada vez más hacia los medios”. Esto se puede observar a través del uso de la lógica mediática por parte de los políticos para alcanzar y mantenerse en el poder. Este fenómeno no es nuevo, sino que ya fue observado a lo largo de los populismos clásicos y de las dictaduras militares en América Latina. Sin embargo, para el siglo XXI toman la forma de la campaña permanente o

del cesarismo mediático, dados los patrones históricos de los profundos vínculos entre los gobiernos y los medios de comunicación que nunca dejaron sus tendencias partidistas a pesar de tender hacia el modelo comercial (Waisbord 2013, 113–14). Así, los medios de comunicación no cortaron sus lazos con la esfera política, dadas sus ganancias ideológicas y comerciales.

Levitsky y Way (2002, 53), en su propuesta sobre la existencia de un autoritarismo competitivo en medio del espectro democracia y autoritarismo puro, identifican cuatro criterios para considerar democrático a un régimen: (1) Ejecutivo y Legislativo son elegidos a través de elecciones abiertas, libres y justas, (2) virtualmente todos los adultos poseen el derecho al voto, (3) derechos políticos y libertades civiles son ampliamente protegidos, y (4) las autoridades electas poseen la autoridad real para gobernar sin tener que ser supervisadas por líderes militares o eclesiásticos. Para poder definir la relación gobierno-medios, es preciso observar al detalle el tercer punto, ya que en él reposan las libertades de prensa, asociación y crítica al gobierno sin represalias.

En los autoritarismos propiamente dichos, las elecciones pueden tener un amplio sesgo de cobertura mediática en detrimento de la oposición no partidista, deteriorando la transparencia. Esto puede darse debido a que en los regímenes autoritarios los medios de comunicación son totalmente propiedad del Estado, están censurados o reprimidos. Las principales cadenas de televisión y radio están controladas por el gobierno y los principales periódicos y revistas independientes están prohibidos por ley o eliminados de facto (Levitsky y Way 2002, 54–55). Por su parte, en los regímenes autoritarios competitivos: (1) los resultados de las elecciones pueden ocultar fraudes masivos, (2) los periodistas, políticos de oposición y críticos al gobierno pueden ser espíados, amenazados, acosados o arrestados, (3) los miembros de la oposición pueden ser apresados, exiliados, asaltados o asesinados (Levitsky y Way 2002, 55).

Con respecto a las relaciones gobierno-medios, los medios de comunicación suelen ser legales, independientes e influyentes. Los periodistas son frecuentemente amenazados y atacados, pero se convierten en figuras clave de la oposición. Entonces, los medios de comunicación en el lado de la oposición asumen la función de vigilancia e investigación sobre cualquier irregularidad en las acciones del gobierno (Levitsky y Way 2002, 57). Así también, los medios pueden ser portavoces de la oposición. Como los medios forman parte de la oposición, los Ejecutivos autoritarios competitivos tienden a suprimirlos, a veces pagando altos precios políticos, a partir de: sobornos, asignación selectiva de la publicidad estatal, manipulación de deudas e impuestos de los medios, fomento a conflictos entre accionistas y

leyes de prensa restrictivas que facilitan la persecución de los periodistas independientes y de oposición (Levitsky y Way 2002, 58). Las características destacadas por Levitsky y Way (2002) se enmarcan en las investigaciones sobre los vínculos entre el populismo y el autoritarismo de Levitsky y Loxton (2019) y Weyland (2019) respecto del uso de lógicas amigo-enemigo como un *ethos* general de los gobiernos populistas. Así también, recaen en las alertas ofrecidas por Arato y Cohen (2019) sobre la pérdida de libertades de opinión y prensa a través de la lógica *pars de toto*.

4.2.6. Resultado: Campaña permanente

Para determinar si un presidente realizó o no campaña permanente, se retoman las especificaciones generadas a partir de la taxonomía propuesta -véase primer capítulo - y los tres supuestos de partida -véase segundo capítulo-. La medición de la campaña permanente se debe realizar a partir de: (1) las estrategias confrontativas y propagandísticas, (2) los dispositivos de comunicación: ruedas de prensa, programas televisados, entrevistas, etc., (3) la capacidad del Ejecutivo para controlar la agenda política, y (4) la capacidad del Ejecutivo para cambiar los equilibrios de poder entre los sistemas político y de medios.

4.3. Paso 3: Resumir datos exponiendo operacionalización para QCA

Para la construcción de la tabla de datos, se toman 18 casos *ex post facto* bajo la condición de haber cumplido con todo su periodo presidencial hasta el 30 de octubre de 2019. Si un presidente ha tenido varios periodos, se selecciona el primero, sin importar si son o no consecutivos. Para tomar los datos por año, se considera que el presidente haya gobernado al menos siete meses, sino el año le pertenece a otro presidente previo o posterior. En caso de que su mandato inicie exactamente el 1 de julio y finalice el 30 de junio, se incluirá en el promedio el año de inicio y el año de salida, es decir, se aumenta una observación al número total de años de mandato constitucional. Se seleccionaron tanto a Rafael Correa (Ecuador) como Hugo Chávez (Venezuela), ya que su primer periodo fue terminado para convocar a nuevas elecciones y, una vez las ganaron, comenzaron un segundo periodo como extensión del primero. Por último, Daniel Ortega (Nicaragua) es el único presidente que todavía se mantiene en el poder. A partir de estas aclaraciones y los debates teóricos y metodológicos del paso 2, en los siguientes subapartados se reseña la decisión metodológica de operacionalización por condición.

4.3.1. Institucionalización del sistema de partidos

Para esta investigación, se mide esta condición a partir de la base de datos de V-Dem (Coppedge et al. 2020a) tomando un promedio del índice “institucionalización de partidos” - variable *v2xps_party*- de dos periodos previos al periodo de cada presidente más los años de su periodo de gobierno, sacando un promedio a partir de los años totales. Este índice está construido en intervalo de 0 a 1 y abarca cinco indicadores: (1) organizaciones partidarias, (2) presencia territorial de los partidos, (3) tipos de vínculos con sus constituyentes, (4) distinción de las plataformas partidarias a través de manifiestos públicos, y, (5) cohesión partidaria en la votación dentro del parlamento (Coppedge et al. 2020b, 293). Todos los promedios por encima de la media aritmética se categorizan como sistemas institucionalizados [1] y aquellos por debajo de la media como sistemas desinstitucionalizados [0].

4.3.2. Outsider

Para la identificación de *outsiders*, se utiliza la tipología propuesta por Carreras (2012, 1457) -véase fig. 4.1- a fin de evaluar si los presidentes analizados son *outsiders* completos, inconformes o aficionados. Para identificar si el partido del candidato es nuevo, se utiliza la referencia de Ortiz Ayala y García Sánchez (2014), respecto de que son aquellos que menores a 10 años, dado que sus bases continúan siguiendo al candidato y no al partido. Para identificar el año de inicio de las carreras políticas de los 18 presidentes seleccionados se tomó la definición de Viver (1978, 169 en Rodríguez Teruel 2009, 7) “secuencia de cargos políticos desempeñados por un individuo durante un período determinado de tiempo”. Cualquiera de los tres tipos de *outsiders* de Carreras (2012, 1457) se asume como *outsider* con categorización de presencia [1] de la condición. Para revisar el proceso de selección, véase la tabla C.1 del Apéndice C.

4.3.3. Líder populista

Dado que no existe un consenso sobre la operacionalización del populismo, para determinar a los líderes populistas de América Latina se realizó una revisión bibliográfica de los teóricos del populismo, principal pero no únicamente del *Routledge Handbook of Global Populism*. Para revisar el listado, véase la tabla C.2 del Apéndice C. En esta medición se observaron las

prácticas de gobierno de carácter populista, por ello no se usó la tipología de Levitsky y Loxton (2019, 335) enfocada más en el líder populista. Entonces, para esta investigación, “líder populista” es el político que construye sus dinámicas de gobierno a partir de las siguientes prácticas populistas: (1) antielitismo -las élites son responsables de los problemas de la nación, por lo que deben ser eliminadas-, (2) centradopueblo -la voluntad del pueblo prima y el líder es su encarnación- y (3) maniqueísmo -generación de dos frentes, uno pro gobierno y otro contra el gobierno, lo que promueve una visión de la realidad extremista en lógica de buenos y malos-, como resumen de lo debatido en el paso correspondiente a la conceptualización. Únicamente a los líderes populistas con prácticas populistas se les otorga una categorización de presencia [1] de la condición.

4.3.4. Poderes partidarios del presidente

Para esta investigación, se mide esta condición tomando el apunte metodológico de Santos et al (2014, 519): tomar el porcentaje de escaños legislativos ocupados por el partido de gobierno o su coalición. Si existen dos cámaras, se obtiene un promedio. Todos los promedios por encima de la media aritmética se categorizan como que el presidente goza de poderes partidarios [1] y aquellos por debajo de la media como que el presidente no goza de poderes partidarios [0]. Para revisar la obtención del índice, véase la tabla C.3 del Apéndice C.

4.3.5. Relación Gobierno-Medios

Para esta investigación, sabiendo que existen otras formas de medición, se mide esta condición a partir de la base de datos de V-Dem (Coppedge et al. 2020a), tomando un promedio del indicador “corrupción de los medios” -variable `v2mecorrupt_ord_codelow`- del periodo de cada presidente. Este indicador es ordinal y se construye a partir de 4 intervalos: “0” indica que los medios son muy cercanos al gobierno y que no es necesario realizar pagos para modificar la cobertura de noticias; “1” indica que periodistas, editores y radiodifusores alteran rutinariamente la cobertura de noticias a cambio de dinero; “2” indica que no es normal que periodistas, editores y radiodifusores alteren la cobertura de noticias a cambio de dinero; y “4” indica que periodistas, editores y radiodifusores rara vez alteran la cobertura de noticias a cambio de dinero, y si se vuelve público, alguien es penalizado (Coppedge et al. 2020b, 190–91). Todos los promedios por encima de la media aritmética se categorizan como

que el gobierno y los medios están separados [1], y aquellos por debajo de la media como que el gobierno y los medios son uno solo [0].

4.3.6. Resultado: Campaña permanente

Para catalogar a los presidentes que han usado campaña permanente se ha realizado una revisión bibliográfica de los principales autores expertos en Comunicación Política latinoamericana, y se contrasta con las características estipuladas en la taxonomía propuesta en el tipo ideal de “Campaña Permanente” Por ello, a pesar de haber identificado en la literatura a Juan Manuel Santos (Colombia) y a José Mujica (Uruguay) como jefes de Estado bajo el modelo de campaña permanente, se los excluye, a partir del tercer supuesto de partida -véase segundo capítulo-, ya que en realidad los autores se refieren a sus estilos de comunicación gubernamental personalistas. Es decir, los presidentes influyen en la agenda política, pero no cambian los equilibrios de poder entre los sistemas político y de medios. Se catalogaron, entonces con [1] únicamente a quienes sí cumplían con las condiciones de la taxonomía de Campaña Permanente. Para revisar el listado, véase la tabla C.4 del Apéndice C.

4.4. Paso 4: Dicotomizar condiciones

Una vez realizados los promedios por país, se obtuvo la media aritmética de las condiciones (1) institucionalización del sistema de partidos, (4) poderes partidarios del presidente y (5) relación gobierno-medios, a fin de dicotomizar cada condición. Por su parte, las condiciones (2) *outsider*, (3) populista y (6) resultado – campaña permanente se dicotomizaron directamente. En la tabla C.5 del Apéndice C se detallan los datos y la categorización de presencia [1] y ausencia [0] de condiciones, a partir de la codificación de la tabla 4.3. Una vez dicotomizadas todas las condiciones, se procedió a utilizar álgebra booleana y teoría de conjuntos para obtener la Tabla de Verdad -véase tabla 4.4- que muestra las configuraciones y casos que dieron como resultado la ausencia [0] y la presencia [1] del resultado – campaña permanente.

Tabla 1.3. Codificación de las condiciones explicativas y resultados

Condiciones y resultado	Medición	Valores
(1) Institucionalización del Sistema de Partidos	Sistema de partidos institucionalizado	1
	Sistema de partidos no institucionalizado	0
(2) <i>Outsider</i>	Líder <i>outsider</i>	1
	Líder no <i>outsider</i>	0
(3) Líder populista	Líder populista	1
	Líder no populista	0
(4) Poderes partidarios del presidente	Presidente goza de poderes partidarios	1
	Presidente no goza de poderes partidarios	0
(5) Relación Medios–Gobierno	Los medios y el gobierno están separados	1
	Los medios y el gobierno son uno solo	0
	Decisión política de comunicación gubernamental de campaña permanente	1
(6) Resultado: campaña permanente	Decisión política de comunicación gubernamental diferente a campaña permanente	0

Elaborado por la autora.

Tabla 4.4. Tabla de Verdad

(1) ISP	(2) <i>Outsider</i>	(3) Populista	(4) Poder Partisano	(5) G-M	Resultado: Campaña Permanente	Casos
0	0	0	1	0	0	Medina (RD)
0	1	0	0	0	0	Hernández (HO)
0	1	0	0	1	0	Santos (CO), Colom (GT), Humala (PE)
0	1	0	1	0	0	Cartes (PY)
1	0	0	0	0	0	Varela (PN)
1	0	0	0	1	0	Solís (CR)
1	0	0	1	1	0	Bachelet (CL), Peña Nieto (MX), Mujica (UR)
1	1	0	0	0	0	Sánchez Cerén (ES)
0	1	1	0	0	1	Correa (EC)
0	1	1	1	1	1	Chávez (VN)
1	0	0	1	1	1	Rousseff (BR)
1	0	1	0	0	1	Ortega (NC)
1	0	1	1	1	1	Fernández (AR)
1	1	1	1	1	1	Morales (BO)

Elaborado por la autora.

4.5. Paso 5: Construir la tipología de casos por necesidad y suficiencia

4.5.1. Lógica proposicional aplicada

Dada la heterogeneidad de realidades en la región (Freidenberg 2016b; Levitsky y Murillo 2010; Waisbord 2013) -principalmente en cuanto a la institucionalización de sistema de partidos, su permeabilidad por *outsiders*, populistas y *outsiders*-populistas (todos estos tres denominados y entendidos para la medición de resultados desde ahora como “*outsider* y/o populistas”) y los vínculos gobierno-medios- para la selección de casos se establecen las siguientes proposiciones como verdaderas en lógica de necesidad, a fin de identificar los (1) casos típicos:

$$(\sim p \vee q \vee r) \rightarrow u$$

Donde:

- $\sim p$: el sistema de partidos en el país no está institucionalizado
- q: el presidente fue un candidato *outsider*
- r: el presidente lleva un gobierno con prácticas populistas
- u: el presidente ha tomado la decisión de comunicación gubernamental de campaña permanente

$$(r \vee \sim t) \rightarrow u$$

Donde:

- r: el presidente lleva un gobierno con prácticas populistas
- $\sim t$: los medios no tienen independencia del gobierno
- u: el presidente ha tomado la decisión de comunicación gubernamental de campaña permanente

Los (4) casos atípicos siguen las proposiciones lógicas:

$$(\sim p \vee q \vee r) \rightarrow \sim u$$

Donde:

- $\sim p$: el sistema de partidos en el país no está institucionalizado
- q: el presidente fue un candidato *outsider*
- r: el presidente lleva un gobierno con prácticas populistas

~u: el presidente ha tomado una decisión de comunicación gubernamental distinta a la campaña permanente

$$(r \vee \sim t) \rightarrow \sim u$$

Donde:

r: el presidente lleva un gobierno con prácticas populistas

~t: los medios no tienen independencia del gobierno

~u: el presidente ha tomado una decisión de comunicación gubernamental distinta a la campaña permanente

Los (2) casos desviados siguen las proposiciones lógicas:

$$(p \vee \sim q \vee \sim r) \rightarrow u$$

Donde:

p: el sistema de partidos en el país está institucionalizado

~q: el presidente no fue un candidato *outsider*

~r: el presidente no lleva un gobierno con prácticas populistas

u: el presidente ha tomado la decisión de comunicación gubernamental de campaña permanente

$$(\sim r \vee t) \rightarrow u$$

Donde:

~r: el presidente no lleva un gobierno con prácticas populistas

t: los medios tienen independencia del gobierno

u: el presidente ha tomado la decisión de comunicación gubernamental de campaña permanente

Los (3) casos irrelevantes siguen las proposiciones lógicas:

$$(p \vee \sim q \vee \sim r) \rightarrow \sim u$$

Donde:

p: el sistema de partidos en el país está institucionalizado

~q: el presidente no fue un candidato *outsider*

- ~r: el presidente no lleva un gobierno con prácticas populistas
- ~u: el presidente ha tomado una decisión de comunicación gubernamental distinta a la campaña permanente

$$(\sim r \vee t) \rightarrow \sim u$$

Donde:

- ~r: el presidente no lleva un gobierno con prácticas populistas
- t: los medios tienen independencia del gobierno
- ~u: el presidente ha tomado una decisión de comunicación gubernamental distinta a la campaña permanente

4.5.2. Selección de caso típico a partir de lógica booleana y lógica proposicional

Tras la elaboración de la Tabla de Verdad y la identificación de las configuraciones necesarias, se categorizan los 18 casos -véase tabla 4.5-.

Tabla 4.5. Tipología de casos por necesidad y suficiencia

		Resultado	
		1	0
Configuración	1	(1) Casos típicos Correa (EC) Ortega (NC) Chávez (VN)	(4) Casos atípicos -
	0	(2) Casos desviados Fernández (AR) Morales (BO) Rousseff (BR) -	(3) Casos irrelevantes Bachelet (CL) Santos (CO) Solís (CR) Colom (GT) Hernández (HO) Peña Nieto (MX) Humala (PE) Varela (PN) Cartes (PY) Medina (RD) Sánchez Cerén (SL) Mujica (UY)

Elaborado por la autora a partir de la metodología de Schneider y Rohlfing (2013, 565, 572).

4.6. Paso 6: Seleccionar caso típico para PT de testeo de teoría

Finalmente, el paso 6 se da en conexión con la segunda etapa del diseño de investigación multimétodo integrador secuencial para profundizar en la búsqueda de una teoría causal. Por ello, a continuación, se presentan las decisiones metodológicas tomadas:

- 1) Dado que el interés de la investigación apunta hacia aprovechar el vínculo entre QCA y PT para alcanzar una teorización de nivel medio, se determina que la investigación usará un PT centrado en la teoría (Beach y Pedersen 2013, 12).
- 2) Dado que de la revisión bibliográfica se concluyó que: (1) no existe una teoría completa a testear, pero sí un conjunto de condiciones clave, y (2) que con estas condiciones se puede conformar una teoría plausible entre el gatillante – (des)institucionalización del sistema de partidos- y el resultado -campana permanente-, se selecciona un PT de testeo de teoría con caso típico (Beach y Pedersen 2013, 154–55).

Como la pregunta de investigación busca determinar los factores explicativos, en lógica mecanicista, de la decisión política de llevar una comunicación gubernamental de campaña permanente a partir de casos típicos, se descarta la posibilidad de estudiar al gobierno de Daniel Ortega en Nicaragua debido a las características particulares de este caso: Ortega sigue en el poder; su esposa, Rocío Murillo, funge como primera dama, encargada de las comunicaciones de la presidencia (Rodríguez 2019) y lideresa de un proceso de autoburocratización que trasciende la campaña permanente; y, los funcionarios públicos nicaragüenses tienen prohibido compartir información sobre las entidades en las que trabajan. También se descarta la posibilidad de estudiar al gobierno de Hugo Chávez en Venezuela, dado que Nicolás Maduro continúa en el poder y es difícil obtener datos fiables para el estudio a profundidad en ese caso. En tal sentido, se opta por estudiar al gobierno de Rafael Correa en Ecuador debido a un acceso más cercano al caso y a información contrastada (ya que AP y sus herederos no están en el poder) que permita ahondar en el mecanismo causal hacia la campaña permanente a partir de la utilización de un PT de testeo de teoría, en lógica deductiva (Beach y Pedersen 2013, 12–13). Sin embargo, esta decisión de ninguna manera indica que los resultados que se obtengan en el estudio de caso de Ecuador sean totalmente extrapolables a los casos nicaragüense y venezolano, que deberán ser estudiados cuando el acceso a la información permita una investigación menos sesgada respecto a las fuentes de información.

Capítulo 5

Etapas 2: Construcción y testeo de una teoría causal para abrir la caja negra de la Campaña Permanente del Gobierno de Rafael Correa (2007-2013)

Una vez seleccionado el caso típico de estudio en el cuarto capítulo, el presente involucra la segunda etapa de la investigación: un PT de testeo de teoría para recoger eslabones teóricos y empíricos de la revisión teórica de EUA, Canadá y América Latina y verificar su presencia y funcionamiento en el caso ecuatoriano. En esta segunda etapa del diseño multimétodo se propone responder a las siguientes preguntas de investigación: ¿El mecanismo causal político-institucional que explica la campaña permanente está presente en el primer gobierno de Rafael Correa en Ecuador (2007-2013)? Y ¿funciona tal como lo predijo la teoría? Para cumplir con estos fines y dar cierre a la investigación, este capítulo se organiza en cuatro apartados que responden a los cuatro pasos detallados al cierre del tercer capítulo.

El primer paso organiza las tres revisiones teóricas de EUA, Canadá y América Latina en lógica mecanicista para construir cadenas causales teóricas que den cuenta de la evidencia a recolectar en el caso ecuatoriano (Beach y Pedersen 2013, 14–16). De la construcción de cadenas causales surgen tres procesos simultáneos: uno político-institucional, uno estructural y uno mediático. El primero responde a la hipótesis teórica primaria, mientras que el segundo y tercero pasarían a formar parte de las hipótesis alternativas. Como afirma Zaks (2017, 348), estas hipótesis alternativas pueden ser complementarias o coincidentes. Sin embargo, esta investigación, siguiendo a Beach y Pedersen (2013, 15–16), sólo testea la hipótesis político-institucional. Así, en el segundo paso se subdividen esta hipótesis en subhipótesis o eslabones, se construyen los tests de necesidad y suficiencia, y se operacionaliza la evidencia que se espera encontrar.

El tercer paso implica recolectar las observaciones en sus distintos formatos y ordenarla para poder analizarla y convertirla en evidencia probatoria. Finalmente, el cuarto paso profundiza en responder si es que el mecanismo teórico planteado estuvo presente en el caso de estudio en su totalidad o en algunas secciones y si funcionó como se esperaba. La cadena causal explicativa del caso ecuatoriano, en lógica de necesidad y no de suficiencia, tiene por objetivo la generalización a nivel medio en respeto a la diversidad (Beach y Pedersen 2013, 16–18). Así, otros elementos provenientes del caso ecuatoriano podrían enriquecer la teoría

explicativa y mecanicista sobre la decisión política de campaña permanente en futuras investigaciones.

5.1. Paso 1: Construir cadenas causales para explicar la campaña permanente

A lo largo de esta investigación se ha evidenciado la existencia de diversas explicaciones sobre la campaña permanente en lógica cuantitativa o de narrativas. Por ello, en este primer paso se busca organizar tales explicaciones a partir de los actores identificados por Mazzoleni (1998). Es decir, se diferencian las tres esferas: política-institucional, ciudadana-estructural y de medios, como tres caminos explicativos en cada una de las visiones: EUA, Canadá y América Latina. Si bien ya se conformó una hipótesis teórica primaria al final del segundo capítulo que sirvió para identificar las condiciones claves usadas en la etapa 1 con el csQCA para selección de caso típico, este paso en la segunda etapa busca pulir detalles de la hipótesis de trabajo, identificando así otros mecanismos causales alternativos que podrían funcionar en paralelo de manera contradictoria o coincidente.

5.1.1. Mecanismo causal de la campaña permanente para EUA

El primer proceso, centrado en la esfera política-institucional, identifica dos *priors*. Por un lado, los candidatos seleccionados no adhieren ni retienen votantes, dado que el sistema de partidos perdió legitimidad frente a la constante exclusión de algunas poblaciones (Hecló 2000, 19). Por otro lado, se evidencia una tendencia hacia la radicalización ideológica del sistema en un bipartidismo. Estos dos elementos conllevan a que los candidatos opten por dejar de lado su lealtad al partido, que ya no les garantiza una carrera, y tomen estrategias personalistas para llegar al poder (Hecló 2000, 19–20). Una vez en la presidencia, estos presidentes personalistas continúan haciendo uso de prácticas informales a partir de su poder de persuasión (Neustadt 1986) para obtener el tanpreciado dinero político que aporte al marketing gubernamental (Hecló 2000, 26) e información sobre lo que desean los votantes (Hecló 2000, 23–25), deviniendo finalmente en la campaña permanente.

Un segundo proceso simultáneo radica en las explicaciones estructurales. Así, se identifica como *priors* a una sociedad estadounidense históricamente fragmentada con grupos excluidos que buscan, desde el siglo XX, ser integrados como ciudadanos con plenos derechos (Hecló 2000, 20–21). Dada la ampliación del derecho de voto universal y la promoción de políticas de inclusión, estos grupos son encuestados para identificar sus intereses y así ganar sus votos

a partir de la proliferación de nuevas tecnologías políticas y de diversos consultores, aprovechados por los partidos políticos tanto en la etapa de elecciones como durante el gobierno (Heclo 2000, 23–25). Sin embargo, como ya se explicó en el proceso político-institucional, los partidos requieren también de dinero político. Así, las tecnologías de sondeos de opinión también sirven para identificar a grupos de presión con poder de facto que estén dispuestos a aportar económicamente al marketing gubernamental y con ello influir en las decisiones políticas y proyectos en cumplimiento de las promesas de campaña, haciendo de la campaña permanente no un fenómeno netamente personalista y pasajero, sino que sostiene una práctica informal de inversión política con miles de millones de dólares en juego (Heclo 2000, 27–29).

Finalmente, un tercer proceso, también en simultáneo, responde al sistema de medios. Como detalla Heclo (2000, 21–23), los medios de comunicación fueron dotándose de nuevas tecnologías que les permitieron llegar a más personas. En su camino hacia convertirse en medios comerciales, la necesidad de atraer y retener al público se volvió una constante. Este *prior* lleva al surgimiento del fenómeno de la telenovelización de la política, a fin de obtener réditos. Los medios construyen escenarios en los que otorgan roles a los políticos durante la época electoral, al tiempo que también algunos de ellos forman parte de los grupos de presión con poder de facto de la explicación estructuralista, y parte de su ganancia recae en obtener las pautas del marketing gubernamental (Heclo 2000, 27–29).

En sumatoria, estos tres procesos dan como resultado la campaña permanente, entendida en el contexto estadounidense como un ejercicio de gobernar comunicando, sin comprometerse con gobernar, pero sí buscando legitimidad de acción y alta popularidad presidencial en miras de la reelección (Heclo 2000, 2). Heclo (2000, 18) tacha esta práctica como anticonstitucional, ya que altera la democracia, promueve mayores fallos en el sistema de partidos, vigila la opinión pública y observa a la población como una gran masa homogénea. En la fig. D.1 del Apéndice D se presenta una propuesta gráfica de los eslabones de las tres cadenas causales para el caso estadounidense.

5.1.2. Mecanismo causal de la campaña permanente para Canadá

Los mecanismos canadienses son un poco más complejos que los estadounidenses, dadas las particularidades de ser un sistema parlamentario multipartidista. Sin embargo, se agrupan de igual forma en tres procesos simultáneos. El primero, político-institucional, ubica como *prior*

a la polarización hiperpartidista a partir de la norma “el ganador se lleva todo” (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 21) y a la pérdida de legitimidad del sistema de partidos frente a la población (Clarke et al 1979; 2009 en Marland, Esselment, y Giasson 2017, 18). Esto conlleva durante el proceso de elecciones a que se necesiten únicamente coaliciones mínimas para gobernar y al surgimiento de varios partidos flexibles (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 18). Una vez en el gobierno, los Primeros Ministros concentran poder, legitiman el uso de prácticas electorales dentro de la comunicación gubernamental (Savoie 2010, 96; Delacourt 2016 en Marland, Esselment, y Giasson 2017, 9–10) y, apoyados en la Ley de Control Presupuestario de Campañas, abusan del periodo interelectoral para usar el presupuesto de gasto publicitario gubernamental (Kozolanka 2014 en Marland, Esselment, y Giasson 2017, 15) con fines del partido de gobierno (McNeney y Coletto 2017). Así, normalizan el uso de la publicidad gubernamental contra la oposición y luchan contra los medios de comunicación por dominar la agenda pública. En tal sentido, los Primeros Ministros abusan de la disciplina partidista para modificar leyes y para conformar una estrategia de comunicación unificada y un trabajo de campo que les ayude a ganar votos para la siguiente elección (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 9, 13, 21). Así, se llega a la campaña permanente.

El segundo proceso, estructural, identifica que la población, al haber perdido la confianza en el sistema de partidos, se decanta cada vez más por decidir coyunturalmente, convirtiéndose en paradesinatarios que promueven una alta volatilidad electoral (Craft 2017; Patten 2017). Al mismo tiempo, en similitud con el caso estadounidense, la proliferación de tecnologías políticas y consultores permite identificar mecenas para los partidos, dada la autorización expresa de la Ley Electoral que permite que los partidos tengan listas de contactos actualizadas de los electores (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 19). Los diputados del partido, como se mencionó en el mecanismo político-institucional, deben realizar trabajo de campo para venderse y vender las buenas acciones del gobierno, a fin de ganar la reelección (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 21). Pero, además de esta forma personalizada de generar vínculos partido-votantes, la población se enfrenta a una exposición publicitaria partisana preelectoral constante, pagada con fondos públicos, perdiendo los límites entre lo político, lo partidista y lo gubernamental (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 7). Así también se llega a la campaña permanente.

Finalmente, el tercer proceso referido a los medios, en similitud con el caso estadounidense, identifica un cambio de época en las tecnologías y rutinas de la comunicación. Este solo

elemento ya modifica la forma de comunicar, porque coloca la información al alcance de cualquier ciudadano 24/7 (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 18). Entonces, el Primer Ministro y el partido de gobierno, en búsqueda de ser la única fuente legítima de información, fraccionan el sistema de medios, para hacerse de amigos y enemigos (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 13). A los enemigos los excluye y ataca, mientras que a los amigos les otorga pauta publicitaria, pero siempre cuidando qué escriben o relatan sobre las acciones gubernamentales (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 13). Así también se llega a la campaña permanente.

Todas estas causas ordenadas en tres mecanismos se enmarcan en los cinco objetivos estratégicos de la campaña permanente identificados por Marland et al (2017, 17): (1) controlar la comunicación, (2) explotar recursos económicos, (3) concentrar poder para redefinir las normas, (4) institucionalizar el manejo de bases de datos de electores para usar sondeos como insumos al construir campañas a la medida, y (5) ganar a partir de la construcción de coaliciones ganadoras minoritarias. Así, el resultado es la campaña permanente como fenómeno político insidioso que quiebra la alternancia en el poder, usa fondos públicos con fines partidistas, expone a la ciudadanía a propaganda partidista y domina la agenda pública, fragmentando al sistema de medios (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 22). En la fig. D.2 del Apéndice D se presenta una propuesta gráfica de los eslabones de las tres cadenas causales para el caso canadiense.

5.1.3. Mecanismo causal de la campaña permanente para América Latina

Con respecto a América Latina, se observan los tres procesos complementarios a continuación. En el proceso político se observa como *prior* a la pérdida de legitimidad del sistema de partidos frente a toda la población, ya que los partidos se separaron de sus bases sociales (Mainwaring y Scully 1995). Esto lleva a que, durante los periodos electorales, crezca el número de partidos hechos a la medida del líder (Ruiz y Otero 2013), dada la ventana de oportunidad abierta para la irrupción de *outsiders* y/o populistas (Carreras 2012; Mainwaring y Scully 1995; Ruiz y Otero 2013). Una vez en el poder, estos presidentes concentran el poder bajo el lema de recuperar la soberanía popular (Murillo 2018), y priorizan la conformación de grandes equipos de comunicación gubernamental (Waisbord 2013). La concentración de poder abarca dos aristas. Por un lado, se genera inestabilidad política y desconfianza, ya que el presidente abusa de sus poderes partidarios para modificar las leyes y

la constitución (Mainwaring 1993; Levitsky y Loxton 2019). Por otro lado, los presidentes normalizan la mediatización de la política para atacar a la oposición y hacer propaganda de su gestión (Waisbord 2013). De este modo, luchan contra los medios para obtener el dominio de la agenda pública y ampararse en una democracia plebiscitaria (C. Conaghan y de la Torre 2008; Torcal 2015). Así, se llegaría a una de las facetas de la campaña permanente.

El proceso estructural destaca que la región latinoamericana se caracteriza por un contexto económico incierto y muy dependiente, que ha provocado una desigualdad histórica no corregida por las élites gobernantes (Laclau 2005; Murillo 2018). De este modo, dada la acumulación de demandas históricamente insatisfechas, dejan de confiar en el *establishment* y, en épocas electorales, usan su voto como castigo para quitarle el poder a las élites y apoyar a *outsiders* y/o populistas, a partir de identidades votante-partido negativas y anti *establishment* (Meléndez y Rovira Kaltwasser 2019). Esto se relaciona con un aumento de los paradedestinarios que toman decisiones coyunturalmente, aumentando así la volatilidad electoral (Mainwaring y Scully 1995). Finalmente, ya que el Ejecutivo toma ventaja de las tecnologías políticas y de las consultorías, la población pasa a estar expuesta constantemente a publicidad partisana preelectoral, pagada con fondos públicos, como una faceta del patrimonialismo mediático (Waisbord 2013). Esta es otra forma de llegar a la campaña permanente.

Finalmente, el proceso mediático radica en el patrimonialismo mediático, surgido cuando los medios de comunicación latinoamericanos intentaron volverse comerciales, pero nunca se separaron completamente de la esfera política y mantuvieron sus sesgos partidistas a la hora de dar noticias (Waisbord 2013). Así, muchas de las cadenas de medios se dedicaron a telenovelizar la política para obtener mayores réditos económicos. Los líderes *outsiders* y/o populistas, bajo el argumento de que los medios no son un cuarto poder, sino una extensión poderosa de las élites económicas, fraccionan el sistema de medios para hacerse de la legitimidad de agenda, mediatizando la política para mantenerse en el poder (Levitsky y Way 2002). Por tanto, los medios contrarios al régimen quedan excluidos, mientras que los medios a favor del régimen obtienen pauta y otros beneficios de participación, pero siempre regulada (Waisbord 2013). Esta es la tercera vía hacia la campaña permanente.

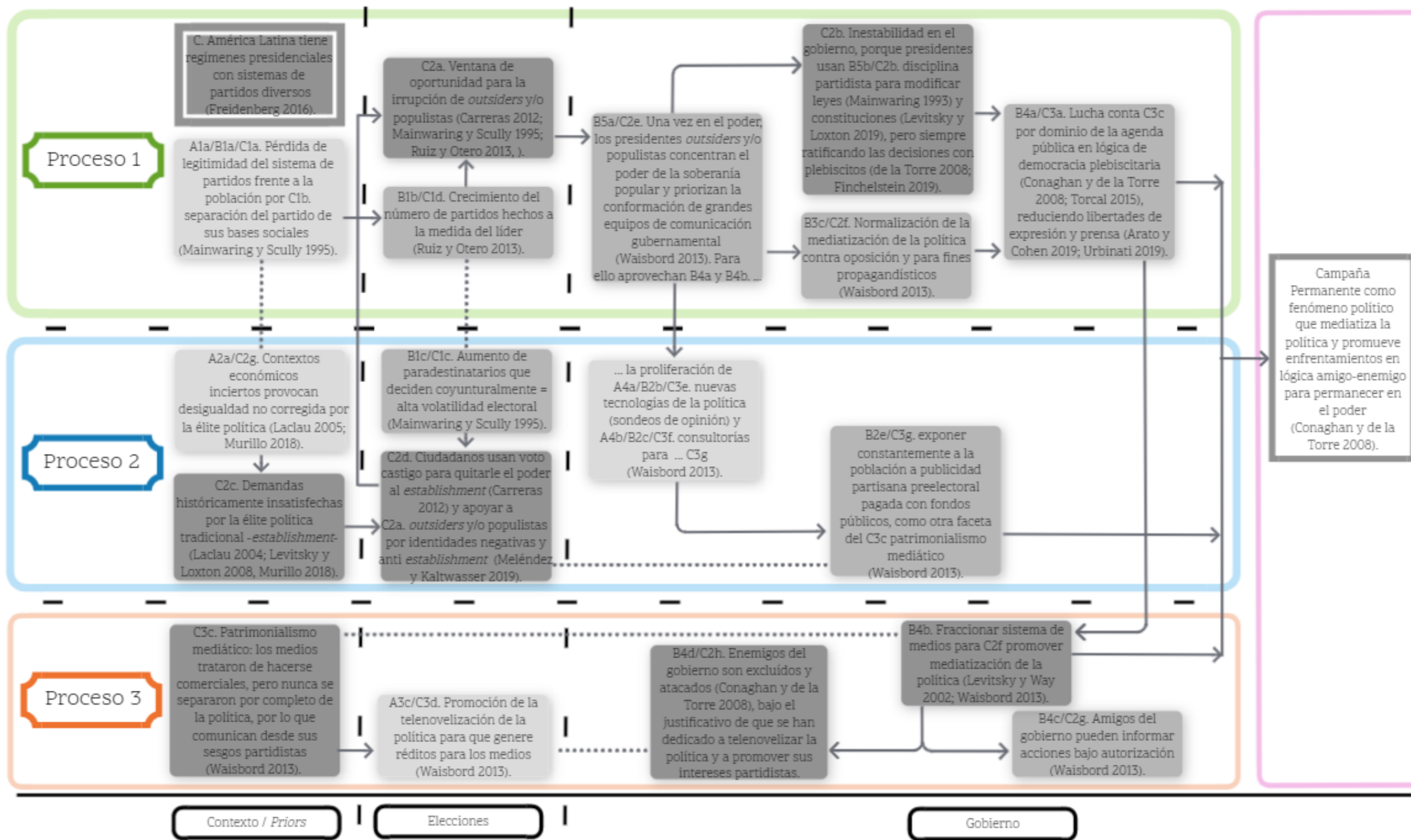
Estas tres vías unidas llevan a comprender a la campaña permanente en el contexto latinoamericano como un fenómeno político que atenta contra la democracia (Levitsky y Loxton 2019; Weyland 2019), tema no estudiado en esta investigación. Esto sucede, al igual que con el caso canadiense, porque se impide el principio de alternancia en el poder y el

partido de gobierno se beneficia al mediatizar la política y promover lógicas amigo-enemigo con los medios de comunicación. Toda esta decisión apunta finalmente a permanecer en el poder y hacer campaña interelectoral para reelegirse en el siguiente periodo (C. Conaghan y de la Torre 2008). En la fig. 5.1 se presenta una propuesta gráfica de los eslabones de las tres cadenas causales para América Latina, a partir de tomar como base las cadenas estadounidense y canadiense.

5.2. Paso 2: Operacionalizar el mecanismo causal a ser testeado

Una vez construido el mapa completo de los mecanismos identificados para explicar la campaña permanente en América Latina (político-institucional -hipótesis de trabajo-, y estructural y mediático -hipótesis alternativas coincidentes-), se puede observar que la hipótesis teórica primaria surgida al final del segundo capítulo se acercaba casi completamente a su forma mecanicista construida en el paso anterior. Este segundo paso ordena en subhipótesis únicamente el mecanismo político-institucional a ser testeado en el caso ecuatoriano del gobierno de Rafael Correa (2007-2013). Esta decisión se ampara en la recomendación de Beach y Pedersen (2013, 15–16) respecto de que el PT de testeado de teoría no requiere verificar hipótesis alternativas, salvo cuando se hace un estudio de casos cruzados. A continuación, en la tabla 5.1, se expone una matriz que ordena la construcción de tests de necesidad y suficiencia a partir de la evidencia (y sus fuentes) que se espera encontrar para comprobar la teoría causal hipotética del mecanismo político-institucional (Beach y Pedersen 2013, 14).

Figura 5.1. Propuesta teórica de rastreo de las causas de la campaña permanente en América Latina



Elaborado por la autora por agregación de figuras 23 y 24 del Apéndice D, a partir de Arato y Cohen (2019); Carreras (2012); Freidenberg (2016b); Laclau (2005); Levitsky y Loxton (2019); Levitsky y Way (2002); Mainwaring y Scully (1995); Murillo (2018); Ruiz y Otero (2013); Torcal (2015); Urbinati (2019); Waisbord (2013).

Nota: Color gris claro hace referencia al caso EUA; color gris medio hace referencia al caso Canadá; color gris oscuro hace referencia a América Latina. Código "A" hace referencia a EUA; código "B" hace referencia a Canadá; código "C" hace referencia a América Latina, seguido de codificación de eslabones.

Tabla 5.1. Mecanismo causal político-institucional – H hipótesis teórica primaria o de trabajo

Hipótesis	Evidencia o CPOs esperados	Fuentes	Tests
<i>H_{prior}</i> : Contexto de crisis del sistema de partidos desde el retorno a la democracia (1979-2006).	<i>H_{prior1}</i> : Partidos políticos pierden vínculos programáticos con sus bases - Mainwaring (1999) en Ruiz y Otero (2013, 169).	Base de datos (V-Dem) Variable “ <i>party linkages</i> ” (v2psprlnks_ord) de 1979 a 2006	<i>Straw in the wind</i> : confirma relevancia de la hipótesis, pero no la confirma
	<i>H_{prior2}</i> : Baja confianza en los partidos políticos por parte del electorado, lo que conlleva a su pérdida de legitimidad - Mainwaring y Scully (1995); Mainwaring (1999) y Payne et al (2007) en Ruiz y Otero (2013, 169).	Encuestas de opinión (Latinobarómetro) sobre confianza en los partidos políticos para 2006 y 2007	<i>Straw in the wind</i> : confirma relevancia de la hipótesis, pero no la confirma
	<i>H_{prior3}</i> : Presidentes no cumplen su periodo de gobierno completo.	Presidencia de la República de 1979 a 2006	<i>Straw in the wind</i> : confirma relevancia de la hipótesis, pero no la confirma
<i>H₁</i> : Apertura de una ventana de oportunidad para la irrupción de candidatos <i>outsiders</i> y/o populistas.	<i>H₁₁</i> : Partidos políticos son más personalistas y menos institucionalizados - Mainwaring (1999) en Ruiz y Otero (2013, 169).	Base de datos (V-Dem) Variable “ <i>candidate selection-national/local</i> ” (v2pscnslnl_ord) de 2000 a 2006	<i>Straw in the wind</i> : confirma relevancia de la hipótesis, pero no la confirma
	<i>H₁₂</i> : Proporción de partidos nuevos es mayor que en elecciones pasadas – Carreras (2012); Barr (2009); Artiga (1998 en Ruiz y Otero 2013, 161)	Base de datos (V-Dem) Variable “ <i>party organizations</i> ” (v2psorgs_ord) de 2000 a 2006	<i>Straw in the wind</i> : confirma relevancia de la hipótesis, pero no la confirma
	<i>H₁₃</i> : Algunos candidatos utilizan discursos populistas anti <i>establishment</i> durante la campaña (Laclau 2005; de la Torre 2021).	Datos de Consejo Electoral para medir fluidez electoral en elecciones parlamentarias de 2002 y 2006	<i>Smoking-gun</i> : si pasa, confirma la hipótesis y debilita otras explicaciones
		Manifiesto del partido del candidato <i>outsider</i>	<i>Hoop</i> : confirma relevancia de la hipótesis y debilita otras explicaciones

Hipótesis	Evidencia o CPOs esperados	Fuentes	Tests
<p>H_2: Una vez en el poder, los presidentes <i>outsiders</i> y/o populistas concentran el poder político, buscan sustentarse en su poder partisano para modificar leyes y constituciones, y legitiman sus acciones a partir de plebiscitos.</p>	<p>H_{2_1}: Proporción de diputados del partido de gobierno brinda mayoría al Ejecutivo (Santos, Pérez-Liñán, y García Montero 2014).</p>	<p>Consejo Electoral – Poder partidario del presidente</p>	<p>Hoop: confirma relevancia de la hipótesis y debilita otras explicaciones</p>
	<p>H_{2_2}: El presidente ejerce la facultad de disolver al Legislativo (Mainwaring y Shugart 2002).</p>	<p>Base de datos (V-Dem) Variable “<i>HOS dissolution in practice</i>” (v2exdfdshs_ord) de 2007 a 2013</p>	<p>Smoking-gun: si pasa, confirma la hipótesis y debilita otras explicaciones</p>
	<p>H_{2_3}: Las reformas constitucionales aumentan (Urbinati 2019; Weyland 2019; Laclau 2005).</p>	<p>Base de datos (Constitute Project) de 2007 a 2013</p>	<p>Hoop: confirma relevancia de la hipótesis y debilita otras explicaciones</p>
	<p>H_{2_4}: El número de plebiscitos aumenta (de la Torre 2021).</p>	<p>Base de datos (V-Dem) Variable “<i>occurrence of plebiscite this year</i>” (v2ddyrl) de 2007 a 2013</p>	<p>Hoop: confirma relevancia de la hipótesis y debilita otras explicaciones</p>
	<p>H_{2_5}: El gobierno justifica su legitimidad en normas legales (Finchelstein 2019).</p>	<p>Base de datos (V-Dem) Variable “<i>rational-legal legitimation</i>” (v2exl_legitratio_ord) de 2007 a 2013</p>	<p>Straw in the wind: confirma relevancia de la hipótesis, pero no la confirma</p>
	<p>H_{2_6}: El presidente no consulta a ningún otro poder para la toma de decisiones (Basabe-Serrano 2017).</p>	<p>Base de datos (V-Dem) Variable “<i>HOS control over</i>” (v2exctlhs) de 2007 a 2013</p>	<p>Straw in the wind: confirma relevancia de la hipótesis, pero no la confirma</p>
	<p>H_{2_7}: El poder se concentra en las manos del Ejecutivo (Basabe-Serrano 2017).</p>	<p>Base de datos (V-Dem) Índice “<i>Presidentialism Index</i>” (v2xnp_pres) de 2007 a 2013</p>	<p>Hoop: confirma relevancia de la hipótesis y debilita otras explicaciones</p>

Hipótesis	Evidencia o CPOs esperados	Fuentes	Tests
H ₃ : Al mismo tiempo, a partir de lógicas amigo-enemigo, los presidentes construyen grandes sistemas comunicacionales para mediatizar la política.	H _{3.1} : Manejo de la política como lucha antagónica en lógica schmittiana (Laclau 2005) con exclusión de grupos políticos.	Base de datos (V-Dem) Índice “ <i>exclusion by political group index</i> ” (v2xpe_exlpol) de 2007 a 2013	Smoking-gun: si pasa, confirma la hipótesis y debilita otras explicaciones
	H _{3.2} : La presencia del gobierno aumenta en los medios de comunicación a partir de dispositivos propios (Waisbord 2013).	Revisión de la literatura – Sabatinas, 7 días en 7 minutos	Doubly decisive: comprueba la hipótesis y descarta las alternativas
	H _{3.3} : El presidente controla los medios de comunicación (Arato y Cohen 2019; Urbinati 2019; Levitsky y Way 2002).	Base de datos (V-Dem) Variable “ <i>government censorship effort – Media</i> ” (v2mecenefm_ord) de 2007 a 2013	Doubly decisive: comprueba la hipótesis y descarta las alternativas
H ₄ : Con las estrategias políticas y mediáticas, los presidentes disputan la legitimidad de la agenda pública y confrontan a los medios de comunicación, institucionalizando así una democracia plebiscitaria de campaña permanente.	H _{4.1} : La disputa por legitimidad por parte del gobierno aumenta (Waisbord 2013; Levitsky y Way 2002).	Base de datos (V-Dem) Variable “ <i>performance legitimation</i> ” (v2exl_legitperf_ord) de 2007 a 2013	Doubly decisive: comprueba la hipótesis y descarta las alternativas
	H _{4.2} : El gobierno promueve una ideología y modelo societal específico (Waisbord 2013; Levitsky y Way 2002; de la Torre 2021).	Base de datos (V-Dem) Variable “ <i>ideología</i> ” (v2exl_legitideol_ord) de 2007 a 2013	Smoking-gun: si pasa, confirma la hipótesis y debilita otras explicaciones
	H _{4.3} : El presidente posee características extraordinarias (Moffitt y Tormey 2013; Weyland 2004; Laclau 2005; Levitsky y Loxton 2019; de la Torre 2021).	Base de datos (V-Dem) Variable “ <i>person of the leader</i> ” (v2exl_legitlead_ord) de 2007 a 2013	Doubly decisive: comprueba la hipótesis y descarta las alternativas
	H _{4.4} : La aprobación presidencial del presidente es alta (Ortiz Ayala y García Sánchez 2014).	Encuestas de opinión (Latinobarómetro) sobre aprobación del gobierno de 2006 a 2013	Hoop: confirma relevancia de la hipótesis y debilita otras explicaciones

Elaborado por la autora.

5.3. Paso 3: Recolectar CPOs y testear el mecanismo político-institucional

El tercer paso de la etapa 2 revisa la evidencia del caso típico ordenada a partir de la hipótesis, subhipótesis y sus partes operacionalizadas (Beach y Pedersen 2013, 120).

H hipótesis teórica primaria o de trabajo – mecanismo causal político-institucional

H_{prior}: Contexto de crisis del sistema de partidos desde el retorno a la democracia (1979-2006).

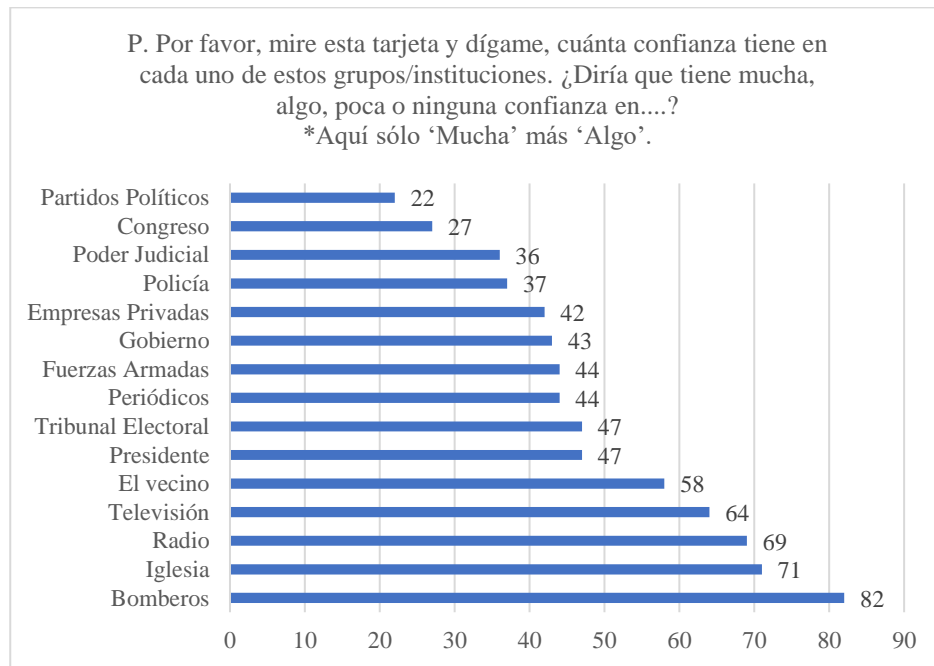
H_{prior1}: Partidos políticos pierden vínculos programáticos con sus bases - Mainwaring (1999) en Ruiz y Otero (2013, 169).

CPO1: Al revisar la variable “*party linkages*” (v2psprlnks_ord) en V-Dem (Coppedge et al. 2020a), se observa que en Ecuador, desde el retorno a la democracia en 1979, los vínculos entre los partidos políticos y el electorado son clientelistas y colectivistas. Esto quiere decir que el electorado es premiado por los partidos políticos, dada su participación y apoyo, con bienes, dinero y/o trabajo, pero también con bienes colectivos locales, como dotación de servicios de agua potable y sanidad, obras viales y desarrollo local (Coppedge et al. 2020b, 92–93).

H_{prior2}: Baja confianza en los partidos políticos por parte del electorado, lo que conlleva a su pérdida de legitimidad - Mainwaring y Scully (1995); Mainwaring (1999) y Payne et al (2007) en Ruiz y Otero (2013, 169).

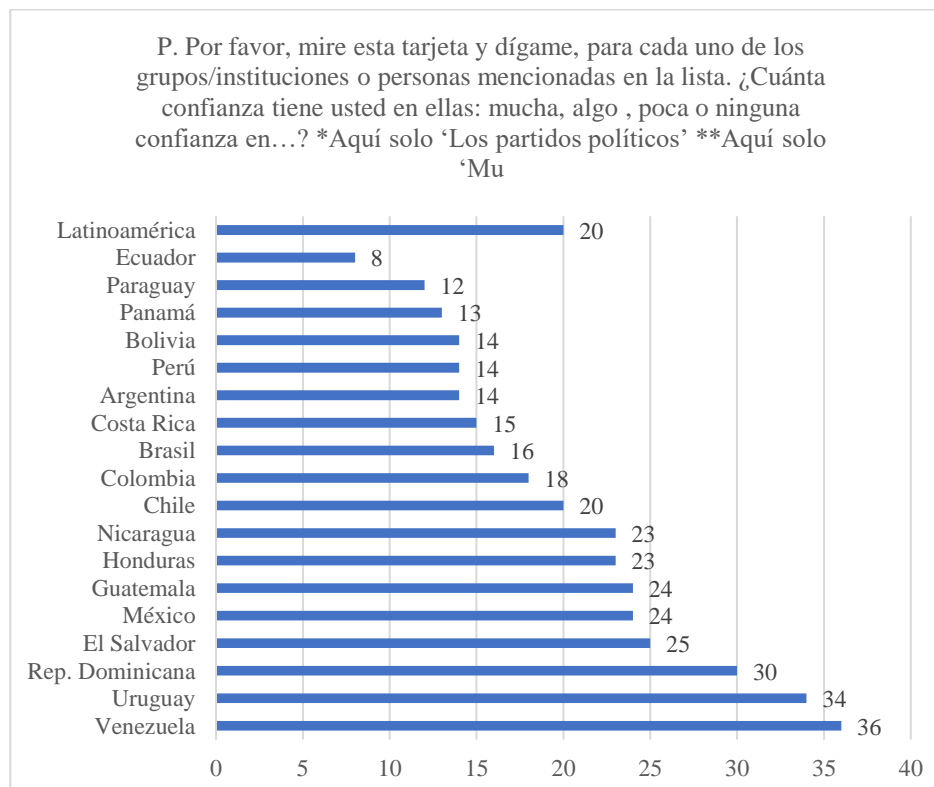
CPO2: Para 2006, los niveles de confianza en los partidos políticos fueron los más bajos en la región latinoamericana, con tan solo un 22% -véase fig. 5.2-. Esto evidencia un síntoma de desencanto que da paso a la sustitución de los partidos tradicionales por nuevos movimientos políticos (Corporación Latinobarómetro 2006, 29–30). Para 2007, Ecuador es el país que menos confía en los partidos políticos, con tan solo un 8% frente a una media regional del 20% -véase fig. 5.3- (Corporación Latinobarómetro 2007, 94).

Figura 5.2. Confianza en... - América Latina 2006



Elaborado por Latinobarómetro (2006, 30).

Figura 5.3. Confianza en los partidos políticos - América Latina 2007



Elaborado por Latinobarómetro (2007, 94).

H_{prior3}: Presidentes no cumplen su periodo de gobierno completo.

CPO3: Tras una revisión de la cronología de los presidentes en la página web de la Presidencia de la República y en V-Dem, se verifica que desde el retorno a la democracia en 1979 hasta 2006, Ecuador ha tenido 12 presidentes. Sin embargo, en 27 años debieron haberse cumplido únicamente 7 periodos presidenciales de 4 años cada uno. Así, los presidentes que no cumplieron un periodo presidencial completo fueron: (1) Jaime Roldós (por muerte), (2) Osvaldo Hurtado (por ser vicepresidente y asumir presidencia tras la muerte de Roldós), (3) Abdalá Bucaram (por declaración de incapacidad para mantenerse en el cargo dada por el Legislativo), (4) Rosalía Arteaga (por ser vicepresidenta pero no tener apoyo para asumir presidencia tras salida de Bucaram), (5) Fabián Alarcón (por ser presidente interino y haber convocado a elecciones), (6) Jamil Mahuad (por pérdida de apoyo popular y del Legislativo tras dolarización), (7) Gustavo Noboa (por ser vicepresidente y asumir presidencia tras salida de Mahuad), (8) Lucio Gutiérrez (por pérdida de apoyo popular y del Legislativo), y (9) Alfredo Palacio (por ser vicepresidente y asumir presidencia tras salida de Gutiérrez). Esta información se verifica en el análisis de Mainwaring y Scully (1995), Alcántara y Freidenberg (2001b) y Freidenberg (2016a).

H₁: Apertura de una ventana de oportunidad para la irrupción de candidatos *outsiders* y/o populistas.

H₁₁: Partidos políticos son más personalistas y menos institucionalizados - Mainwaring (1999) en Ruiz y Otero (2013, 169).

CPO4: Al revisar la variable “*candidate selection-national/local*” (v2pscnslnl_ord) en V-Dem (Coppedge et al. 2020a), se observa que Ecuador, entre 2000 y 2006, se caracteriza por una selección de candidatos al Legislativo dominada por los líderes nacionales del partido pero con algunos límites de la influencia de las organizaciones locales (Coppedge et al. 2020b, 93–94).

CPO5: Al revisar la variable “*party organizations*” (v2psorgs_ord) en V-Dem (Coppedge et al. 2020a), se observa que en Ecuador, entre 2000 y 2006, más de la mitad de los partidos tienen organizaciones permanentes que llevan a cabo

las actividades partidarias por fuera del periodo electoral (Coppedge et al. 2020b, 92).

H₁₂: Proporción de partidos nuevos es mayor que en elecciones pasadas – Carreras (2012); Barr (2009); Artiga (1998 en Ruiz y Otero 2013, 161).

CPO6: Al revisar los datos de las elecciones de representantes al Legislativo en 2002, 2006, 2007 y 2009 se observa altos niveles de fluidez del sistema de partidos ecuatoriano. Del periodo 2002 al 2006, 3 escaños son ocupados por partidos nuevos, obteniendo un índice de 3 de 100. En la comparativa 2006-2007 se puede notar el cambio, con 84 curules ocupados por partidos nuevos, obteniendo un índice de 64,62 de 100. Finalmente, en la comparativa 2007-2009 vuelve a cristalizarse el sistema, con 10 curules ocupados por nuevos partidos, obteniendo un índice de 8,06 de 100. A continuación, se detallan las fórmulas exactas.

Fluidez EC 2002-2006 → $F_p EC = (3/100) * 100 = 3$

Fluidez EC 2006-2007 → $F_p EC = (84/130) * 100 = 64,62$

Fluidez EC 2007-2009 → $F_p EC = (10/124) * 100 = 8,06$

H₁₃: Algunos candidatos utilizan discursos populistas anti *establishment* durante la campaña (Laclau 2005; de la Torre 2021).

CPO7: En una revisión del manifiesto político de Alianza PAIS para las elecciones de 2006 se evidencia una crítica al ciclo neoliberal, identificándolo como “agotado”. Así, la propuesta política involucra cinco revoluciones en el marco de “un escenario de crisis teórica con un marcado predominio de argumentos ideológicos de matriz neoliberal” (Alianza PAIS 2006, 13). Así también afirma que su nueva propuesta de desarrollo “busca que la política social sea parte consustancial de la estrategia alternativa y no solo un elemento más, menos aún un parche como sucede con la actual lógica neoliberal” (Alianza PAIS 2006, 16). Por último, convoca a la población a no aceptar estrategias de modernización bajo el modelo del Consenso de Washington y a sumarse al “cambio radical, popular y profundo” ganado en las urnas que se estaba llevando a cabo en países como Argentina -Néstor Kirchner-, Brasil -

Luiz Inázio Lula da Silva-, Venezuela -Hugo Chávez-, Bolivia -Evo Morales-, Uruguay -Tabaré Vázquez- y Chile -Michelle Bachelet-.

H₂: Una vez en el poder, los presidentes *outsiders* y/o populistas concentran el poder político, buscan sustentarse en su poder partisano para modificar leyes y constituciones, y legitiman sus acciones a partir de plebiscitos.

H₂₁: Proporción de diputados del partido de gobierno brinda mayoría al Ejecutivo (Santos, Pérez-Liñán, y García Montero 2014).

CPO8: Para las elecciones de 2006, en congruencia con su discurso contra la partidocracia, Alianza PAIS sólo presentó un candidato a la Legislatura: el Arq. Fernando Cordero. Entonces, en ese periodo tuvo un 1% de poder partisano. Sin embargo, para la Asamblea Constituyente logró tener 80 de 130 asambleístas -61%-, y para las elecciones de 2009 el movimiento político obtuvo 59 de 124 curules, es decir el control de casi el 48% de la Legislatura - véase tabla C.3 del Apéndice C-.

H₂₂: El presidente ejerce la facultad de disolver al Legislativo (Mainwaring y Shugart 2002).

CPO9: Al revisar la variable “*HOS dissolution in practice*” (v2exdfdshs_ord) en V-Dem (Coppedge et al. 2020a), se observa que, entre 2007 y 2013, la probabilidad de éxito del Ejecutivo tras disolver la Legislatura es alta, dada la pérdida de confianza ciudadana en tal poder estatal (Coppedge et al. 2020b, 116).

H₂₃: Las reformas constitucionales aumentan (Urbinati 2019; Weyland 2019; Laclau 2005).

CPO10: Al revisar la base de datos Constitute Project (Elkins, Ginsburg, y Melton 2021), se observa que en el periodo 2007-2013 hay un total de dos reformas. La primera es la nueva constitución de 2008 y la segunda una enmienda en 2011. En comparativa con los anteriores gobiernos desde el retorno a la democracia, se observa un aumento dado que la única y anterior constitución en dicho periodo fue la de 1998 bajo el gobierno interino de Fabián Alarcón (Ayala Mora 2018, 138).

H₂₄: El número de plebiscitos aumenta (de la Torre 2021).

CPO11: Al revisar la variable “*occurrence of plebiscite this year*” (v2ddyrpl) en V-Dem (Coppedge et al. 2020a), se observa que en 2007 hubo un plebiscito y en 2011 nueve (Coppedge et al. 2020b, 105). El plebiscito de 2007 fue para convocar a una Asamblea Constituyente que modificara la constitución. De igual modo, en comparativa con los gobiernos anteriores, el recurso de plebiscito se ve aumentado ya que desde 1998, únicamente fue utilizado en tres ocasiones en 2006 en el gobierno de Alfredo Palacio.

H₂₅: El gobierno justifica su legitimidad en normas legales (Finchelstein 2019).

CPO12: Al revisar la variable “*rational-legal legitimation*” (v2exl_legitratio_ord) en V-Dem (Coppedge et al. 2020a), se observa que el gobierno apoyaba su gestión en las normas legales y reglamentarias establecidas: en gran medida pero no exclusivamente en 2007 y casi exclusivamente de 2008 a 2013 (Coppedge et al. 2020b, 209–10). En comparativa con los anteriores gobiernos, esto marca un cambio, ya que los expresidentes no otorgaban exclusividad casi total a la norma legal, según los mismos datos de V-Dem.

H₂₆: El presidente no consulta a ningún otro poder para la toma de decisiones (Basabe-Serrano 2017).

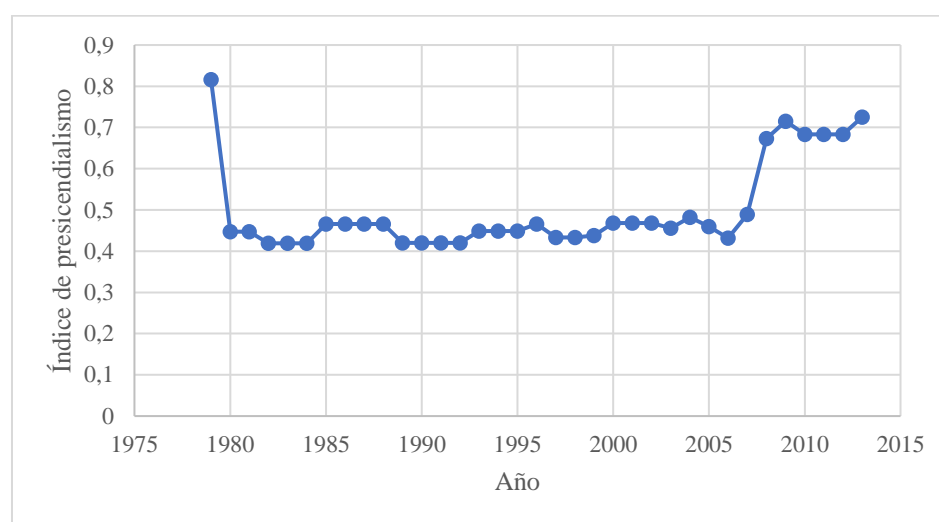
CPO13: Al revisar la variable “*HOS control over*” (v2exctlhs) en V-Dem (Coppedge et al. 2020a), se observa que el Ejecutivo debe solicitar aprobación antes de la toma de decisiones importantes en materia de política interior a: nadie (0,5), otros (0,4), la milicia (0,3), el partido de gobierno y un consejo étnico (0,1), poder extranjero y consejo religioso (0) en el periodo 2007-2013 (Coppedge et al. 2020b, 115).

H₂₇: El poder se concentra en las manos del Ejecutivo (Basabe-Serrano 2017).

CPO14: Al revisar el índice “*Presidentialism Index*” (v2xnp_pres) en V-Dem (Coppedge et al. 2020a), que agrega variables sobre la constitución, mecanismos de control del Legislativo sobre el Ejecutivo, mecanismos de control del Ejecutivo sobre el Legislativo y el Judicial, y la autonomía del cuerpo electoral (Coppedge et al. 2020b, 274), se observa que desde el retorno

a la democracia van creciendo las manifestaciones de un hiperpresidencialismo en Ecuador -véase fig. 5.4-. Particularmente, el índice crece en 2007 (0,498), 2008 (0,673) y 2009 (0,715) para estabilizarse de 2010 a 2012 (0,683) y volver a crecer en 2013 (0,725) tras la tercera victoria electoral de Rafael Correa.

Figura 5.4. Evolución del índice de presidencialismo en Ecuador (1979-2013)



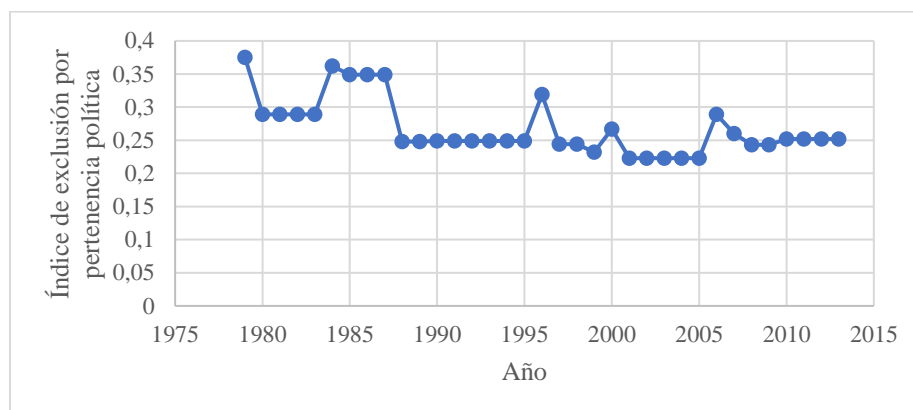
Elaborado por la autora a partir de Coppedge et al (2020a).

H₃: Al mismo tiempo, a partir de lógicas amigo-enemigo, los presidentes construyen grandes sistemas comunicacionales para mediatizar la política.

H_{3,1}: Manejo de la política como lucha antagónica en lógica schmittiana (Laclau 2005) con exclusión de grupos políticos.

CPO15: Al revisar el índice “*exclusion by political group index*” (v2xpe_exlpol) en V-Dem (Coppedge et al. 2020a), que agrega variables libertades civiles, acceso a servicios públicos, a trabajos públicos y a oportunidades de negocios públicos (Coppedge et al. 2020b, 278), se observa que desde el retorno a la democracia la exclusión por pertenencia a un determinado partido político desciende, oscilando en el gobierno de Rafael Correa entre 0,26 en 2007 y 0,252 en 2013 -véase fig. 5.5-.

Figura 5.5. Evolución del índice de exclusión por grupo político en Ecuador (1979-2013)



Elaborado por la autora a partir de Coppedge et al (2020a).

H₃₂: La presencia del gobierno aumenta en los medios de comunicación a partir de dispositivos propios (Waisbord 2013).

CPO16: Son varios los estudios que refieren a la conformación de todo un sistema de medios en defensa del Correato bajo el nombre de *Enlaces Ciudadanos*. Este dispositivo comunicacional copiado del caso venezolano *Aló Presidente* (Dinatale y Gallo 2010), sirvió para hacerse un espacio y mediatizar la política en programas semanales apoyados en los *Gabinetes Itinerantes* (Arregui 2015). A partir del reconocimiento de la localidad con sus diversidades culturales y naturales, Correa utilizaba la dramatización, repetición, ironía, humor y convocatoria a los sentimientos y emociones del pueblo para poner en la palestra pública semanal cada acción y decisión política. Sin embargo, más que un ejercicio de transparencia en la gestión, el discurso estaba dominado por la persuasión y la muerte y exclusión simbólica de todos los opositores al régimen (Cerbino, Maluf, y Ramos 2016). En tal sentido, como afirma Campo (2018), el enlace ciudadano se convertía en un espectáculo mediático para construir identidades políticas, en fomento de la lógica amigo-enemigo, ubicando entre los enemigos a jueces, partidos políticos del *establishment*, medios de comunicación, gremios y pelucones (Cerbino, Maluf, y Ramos 2016). A esto se suma que tal aparataje comunicacional era pagado con dineros públicos (Arregui 2015), pero para fines partidistas (Plúa 2014). Este dispositivo sirvió así como recordatorio semanal de mensajes

publicitarios de Alianza PAIS, importantes a la hora de calar en la psiquis social y servir de estrategia para momentos clave de la democracia plebiscitaria (Cerbino, Maluf, y Ramos 2016).

H₄₅: El presidente controla los medios de comunicación (Arato y Cohen 2019; Urbinati 2019; Levitsky y Way 2002).

CPO17: Al revisar la variable “*government censorship effort – Media*” (v2mecenefm_ord) en V-Dem (Coppedge et al. 2020a), se observa que Rafael Correa en el periodo 2007-2013 controlaba de manera indirecta y limitada a la prensa escrita y audiovisual. Sin embargo, destaca que en el periodo 2013-2017, que no es objeto de estudio de esta investigación, el control sube a nivel directo pero limitado (Coppedge et al. 2020b, 187).

H₄: Con las estrategias políticas y mediáticas, los presidentes disputan la legitimidad de la agenda pública y confrontan a los medios de comunicación, institucionalizando así una democracia plebiscitaria de campaña permanente.

H₄₁: La disputa por legitimidad por parte del gobierno aumenta (Waisbord 2013; Levitsky y Way 2002).

CPO18: Al revisar la variable “*performance legitimation*” (v2exl_legitperf_ord) en V-Dem (Coppedge et al. 2020a), se observa que Rafael Correa utiliza de manera extendida pero no exclusiva los resultados de su gestión para justificar el régimen en vigor (Coppedge et al. 2020b, 209). Esto es catalogado como un aumento, dado que desde el retorno a la democracia en 1979 se observa el paso de una manera poco extendida (1980-1987) a una extendida pero no crucial (1988-2006), tornándose extendida pero no exclusiva a partir de la llegada de Rafael Correa al poder.

H₄₂: El gobierno promueve una ideología y modelo societal específico (Waisbord 2013; Levitsky y Way 2002; de la Torre 2021).

CPO19: Al revisar la variable “*ideología*” (v2exl_legitideol_ord) en V-Dem (Coppedge et al. 2020a), se observa que Rafael Correa promueve de manera extendida pero no exclusiva una única ideología o modelo societal para justificar el régimen en vigor entre 2008 y 2013. Únicamente en 2006 lo hace

de manera extendida pero no crucial (Coppedge et al. 2020b, 208). En todo el periodo de retorno a la democracia previo al gobierno de Correa se observa únicamente una visión poco extendida, marcando un cambio con su llegada al poder en 2007.

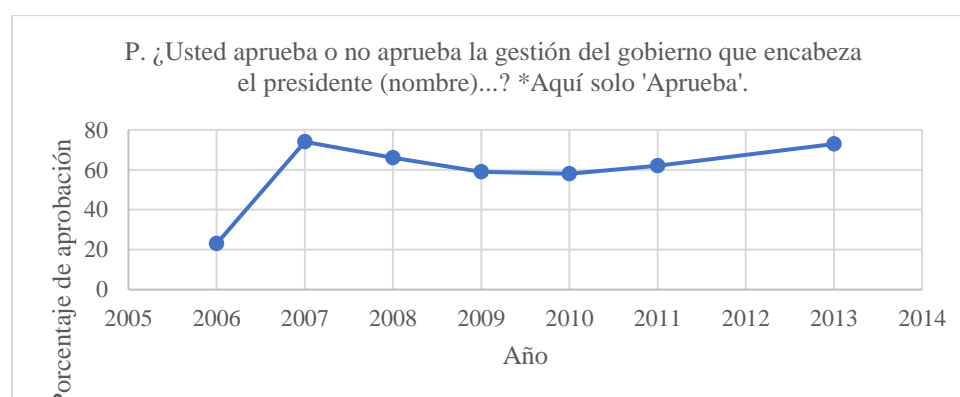
H₄₃: El presidente posee características extraordinarias (Moffitt y Tormey 2013; Weyland 2004; Laclau 2005; Levitsky y Loxton 2019; de la Torre 2021).

CPO20: Al revisar la variable “*person of the leader*” (v2exl_legitlead_ord) en V-Dem (Coppedge et al. 2020a), se observa que Rafael Correa se presenta de manera extendida pero no exclusiva como dotado de características personales y/o habilidades de liderazgo extraordinarias (Coppedge et al. 2020b, 209). Esto marca diferencia con los gobiernos previos que se muestran de manera poco extendida como poseedores de características extraordinarias.

H₄₄: La aprobación presidencial del presidente es alta (Ortiz Ayala y García Sánchez 2014).

CPO21: Al revisar los informes de Latinobarómetro 2006-2013, se observa que al 2006, Alfredo Palacio gozaba de un 23% de aprobación, mientras que Rafael Correa tuvo aprobaciones entre el 58% y el 74% entre 2007 y 2013 -véase fig. 5.6-.

Figura 5.6. Evolución del índice de aprobación presidencial en Ecuador (2006-2013)



Elaborado por la autora a partir de Latinobarómetro (Corporación Latinobarómetro 2006, 76; 2007, 89; 2008, 91; 2009, 60; 2010, 75; 2011, 51; 2014, 37).

Nota: No se tiene dato de 2012.

5.4. Paso 4: Analizar las inferencias causales e implicaciones generales

Una vez recolectada y analizada la evidencia para cada uno de los eslabones del mecanismo causal político-institucional que explica la campaña permanente, se concluye que en el caso ecuatoriano bajo el gobierno de Rafael Correa (2007-2013), operó en su totalidad y tal como se esperaba que sucediera. Contextos de crisis del sistema de partidos que generan ventanas de oportunidad para el surgimiento de candidatos *outsiders* y/o populistas en partidos a la medida del líder que logran llegar al poder, suelen permitir el ascenso de presidentes que concentran poderes partidarios y comunicacionales para disputar la *agenda-setting* con los medios de comunicación y así completar la decisión política de campaña permanente.

También se concluye que este mecanismo no es suficiente para explicar el resultado de interés, sino que operan en paralelo al menos otros dos procesos igualmente necesarios, pero no suficientes: uno ciudadano-estructural y otro mediático.

El sistema de partidos ecuatoriano pasó por una profunda crisis de legitimidad en el periodo 1979-2006. Esto se ha comprobado con diversos estudios de caso. Mainwaring y Scully (1995) y Alcántara y Freidenberg (2001b) ubican al Ecuador como un país con un sistema de partidos incipientemente institucionalizado para fines del siglo XX. 20 años después, Freidenberg (2016a) llega a los mismos resultados. Esta categorización también ha sido confirmada a partir de la búsqueda de CPOs esperados. Una primera forma de medición recae en el tipo de vínculos existentes entre los electores y los partidos. Los datos (CPO1) reflejan que en todo el periodo 1979-2006 tales vínculos son clientelistas y colectivistas. Esto implica que no existe una relación basada en el programa político, sino que responde a un cálculo estratégico del electorado, tal como lo afirman Menéndez-Carrión (1986) y Pachano (2001).

Una segunda pista (CPO2) reflejó que la legitimidad de los sistemas de partidos en la región es baja y que Ecuador, en particular, tuvo los datos más bajos de la región para 2006-2007. Por último, el largo listado de 12 políticos que ocuparon la banda presidencial en solo 27 años (CPO3), confirma la relevancia de esta hipótesis. Las tres evidencias por separado pasan la prueba *straw in the wind*, dado que son unas cuantas formas de medir la desinstitucionalización partidista. Sin embargo, de no pasar, requerirían simplemente buscar otros indicadores, dada la amplia gama de índices e indicadores a partir de la heterogeneidad causal y empírica para tales fines. Así, las tres en conjunto forman una prueba *hoop*, para mostrar que hay necesidad de desinstitucionalización del sistema de partidos como *prior*, pero no su suficiencia causal y explicativa.

El primer eslabón de la cadena revisa la etapa electoral, en la que el sistema de partidos desinstitucionalizado abre ventanas de oportunidad para la irrupción de candidatos *outsiders* y/o populistas. Líderes con estas características requieren de partidos más personalistas y menos institucionalizados (Ruiz y Otero 2013). La evidencia (CPO4 y CPO5) muestra que las prácticas internas al partido colocan al líder como principal tomador de decisiones sobre las candidaturas. Así también, hay un claro cambio en el sistema de partidos. Pachano (2007, 77) identifica que hasta 1998 Ecuador tenía un sistema amparado en cuatro partidos dominantes: Social Cristiano, Roldosista Ecuatoriano, Izquierda Democrática y Democracia Popular. Sin embargo, la evidencia sobre fluidez (CPO6) permite ubicar que la comparativa 2006-2007 provoca que el 64,62% de los escaños legislativos sean para partidos nuevos, entre los cuales destaca Alianza PAIS.

Rafael Correa fue un *outsider* completo (Carreras 2012), que brevemente se hizo conocer cuando fungió como Ministro de Finanzas durante tres meses en 2005 en el gobierno de Alfredo Palacio. Cumple con la condición de ser *outsider* completo en tanto conformó un partido político: Alianza PAIS, a partir de fuertes discursos anti *establishment* (CPO7). En el manifiesto del partido, se posicionó como izquierdista del siglo XXI y convocó al pueblo para llevar a cabo un cambio radical, teniendo así varias características populistas en su etapa de campaña electoral (de la Torre 2013a). De este modo, cada evidencia (CPO4 y CPO5) pasa una prueba *straw in the wind*, y en conjunto conforman una prueba *smoking-gun*, como partes suficientes, pero no necesarias para abrir una ventana de oportunidad. La misma lógica aplica para el cambio en el tablero político de 2006-2007 (CPO6), que es suficiente, pero no necesario para demostrar el surgimiento de la ventana de oportunidad, pasando la prueba *smoking-gun*. Por su parte, la denominación de candidato *outsider* y/o populista (CPO7) pasa una prueba *hoop* de necesidad, pero no suficiencia, requerida en el siguiente eslabón de la cadena.

El segundo eslabón tiene su espacio una vez el líder *outsider* y/o populista llega al poder. Correa tuvo tan solo un representante de PAIS en el Legislativo en 2007 (CPO8), pero supo aprovechar la posibilidad de disolver el Congreso (CPO9) a partir del apoyo popular en el plebiscito de 2007 (CPO11), en el que consultó a la ciudadanía para convocar a una Asamblea Constituyente. Ganar ese plebiscito le permitió hacerse de asambleístas partidarios para la construcción de la constitución de 2008 (CPO10) amparada en el neoconstitucionalismo y el movimentismo (Andrade 2012). Así, estas cuatro evidencias pasan sus respectivas pruebas y se enmarcan en los temores de Santos et al (2014), Mainwaring y Scully (1995), Urbinati

(2019) y Weyland (2019). Con respecto al funcionamiento y mantenimiento de una democracia plebiscitaria, tal como afirman Finchelstein (2019) y de la Torre (2021), el líder populista debe mantenerse en los límites de la democracia, disputando su legitimidad pero sustentándola en las normas legales (CPO12) mientras de a poco va concentrando poder (CPO13 y 14). Estas partes del eslabón se cumplen a cabalidad, verificando este eslabón de la cadena.

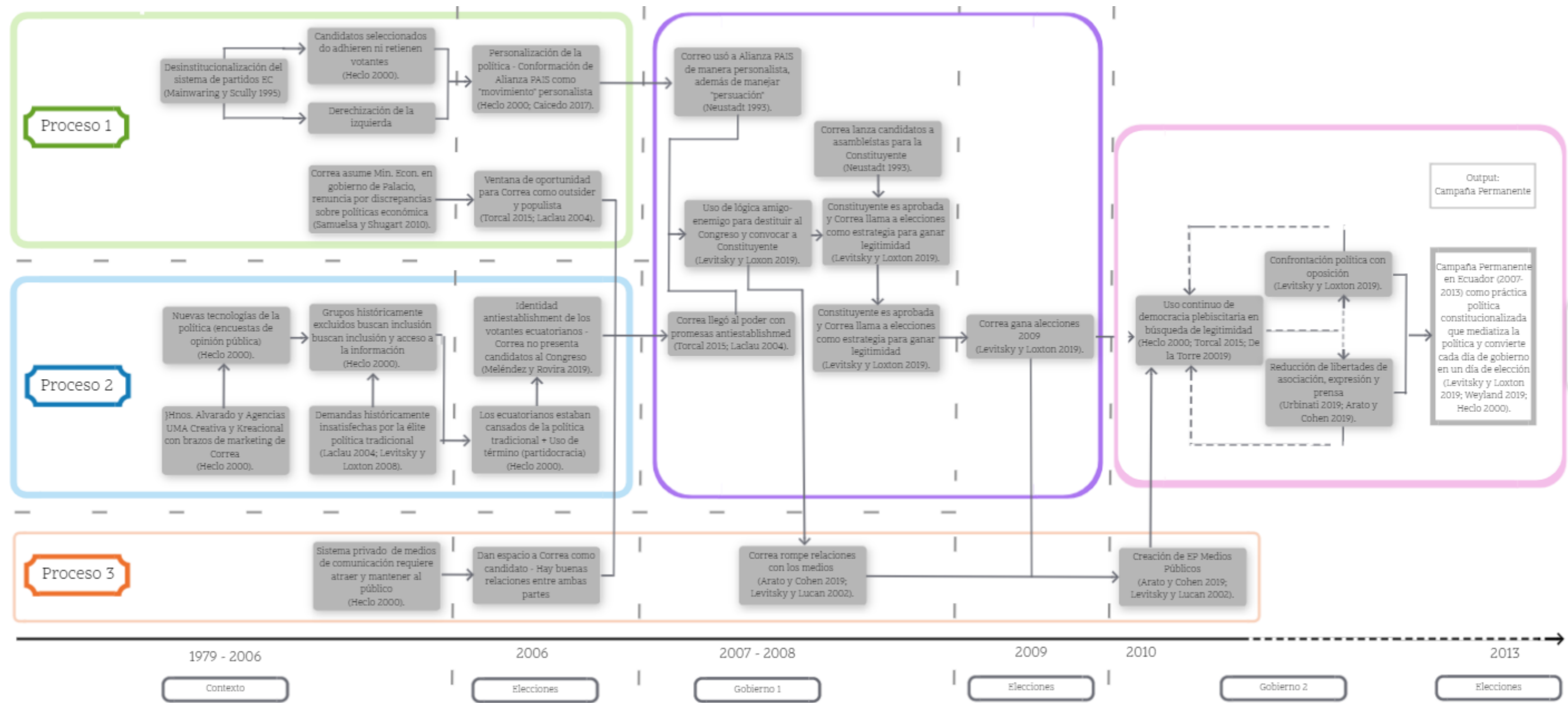
El tercer eslabón, igualmente en el gobierno, reconoce los poderes surgidos a partir de la mediatización de la política. Como vínculo con el paso previo, si bien existe una constante pugna con la oposición, esta es en un sentido más simbólico que literal. Así, se observa que periodo de gobierno de Rafael Correa mantiene bajos niveles de exclusión por pertenencia a determinados partidos políticos (CPO15). En tal sentido, la evidencia no cumple la prueba *smoking-gun*, pero sí permite generar el vínculo con el segundo eslabón respecto de mantenerse dentro de las normas democráticas. Con respecto al aparataje comunicacional (CPO16), su existencia y características la convierten en una evidencia necesaria y suficiente, aprobando la prueba *doubly decisive*. Esto se enmarca en la lógica del Neoinstitucionalismo Histórico y el *path dependence* causal (Pierson y Skocpol 2008). Por último, este eslabón requiere revisar los esfuerzos del gobierno por controlar a los medios de comunicación. Se plantea una prueba *doubly decisive* que fue aprobada por la evidencia (CPO17), no tan fuertemente durante el periodo de estudio (2007-2013), sino más bien en el periodo 2013-2017, comprobando así que existe un ejercicio de acumulación de poder y restricción de las libertades de opinión y prensa una vez se alcanza la reelección y se influye sobre el principio de alternancia en el poder (Arato y Cohen 2019; Urbinati 2019; Levitsky y Way 2002).

Finalmente, el último eslabón es la decisión completa de campaña permanente puesta en funcionamiento de manera constante para generar legitimidad de acción tras haberse disputado la *agenda-setting* y haber ganado el favor popular. La legitimación en formato de publicitar los resultados de su gestión (CPO18) llevan a Correa a utilizar constantemente su imagen (CPO20) como el hombre, blanco-mestizo, profesor y tecnócrata (de la Torre 2013b) dotado de todas las características personales y habilidades de liderazgo para construir en Ecuador otro modo de vida y de producción. Estas dos evidencias pasan la prueba *doubly decisive*, ya que demuestran cómo las características populistas se van exacerbando en el anhelo de concentrar poder y legitimidad (Levitsky y Loxton 2019; Weyland 2019). Así, también se observa la suficiencia, pero no necesidad de promover un modelo ideológico y societal único (CPO19), pasando una prueba *smoking-gun*. Por último, un dato importante que

suele ser confundido con la campaña permanente es obtener una alta aprobación presidencial (CPO21). Esta es necesaria, pero no suficiente para explicar la decisión política de campaña permanente, por lo que pasa la prueba *hoop*. De este modo, se articula y comprueba la hipótesis político-institucional planteada para explicar la campaña permanente y testarla en el caso ecuatoriano (C. Conaghan y de la Torre 2008).

En resumen, la crisis del sistema de partidos ecuatoriano generó una ventana de oportunidad para que Rafael Correa en las elecciones de 2006 se candidatizara como un *outsider* populista con un partido político nuevo, tras haberse dado a conocer en el gobierno de Palacio como el Ministro de Economía que no aceptó las políticas económicas liberales. Correa llegó al poder con un amplio apoyo a su gestión inicial. En el gobierno, Correa usó prácticas populistas en lógica amigo-enemigo para, en nombre de las demandas insatisfechas y los clivajes sociales y usando a Alianza PAIS de forma personalista, modificar la constitución a partir de una constituyente, gobernar por decreto y apoyarse en los legisladores de su partido. A fin de confirmar su legitimidad de acción, Correa convocó a elecciones en 2009, dando una imagen de no deseo de perpetuarse en el poder. Una vez reiniciada su presidencia por otros cuatro años, Correa repitió el proceso de democracia plebiscitaria con dispositivos como las sabbatinas, pero esta vez ampliando su poder con la creación de la Empresa Pública Medios Públicos, fortaleciendo y constitucionalizando así su estrategia de comunicación gubernamental de campaña permanente (C. Conaghan y de la Torre 2008; Waisbord 2013). Este resumen, que mezcla partes de los tres mecanismos causales identificados, se muestra en la fig. 5.7.

Figura 5.7. Mecanismo causal de la campaña permanente para el caso ecuatoriano - Gobierno de Rafael Correa (2007-2013)



Elaborado por la autora a partir de Arato y Cohen (2019); Carreras (2012); Freidenberg (2016b); Laclau (2005); Levitsky y Loxton (2019); Levitsky y Way (2002); Mainwaring y Scully (1995); Murillo (2018); Ruiz y Otero (2013); Torcal (2015); Urbinati (2019); Waisbord (2013); Weyland (2019).

Conclusiones

Maquiavelo (1998 [1532], 106) afirmaba que “...generalmente, los hombres juzgan por lo que ven y más bien se dejan llevar por lo que les entre por los ojos que por los otros sentidos... y pudiendo ver todos, pocos comprenden lo que ven...” Esta cita, que sirvió de inicio para comprender la comunicación política y la campaña permanente en esta investigación, sirve ahora para dejar abierto y latente el debate sobre las interacciones, estrategias y decisiones de los diversos actores en el espacio público. La comunicación política ha estado, está y estará indiscutiblemente vinculada con el poder y con la conformación de los sistemas políticos. De allí la importancia de promover estudios transdisciplinarios que vinculen teorías, métodos y casos para debatirlos, operacionalizarlos, testarlos y generar nuevas teorías. Esta investigación aporta a la Ciencia Política y la Política Comparada ante la falta de estudios que observen de manera mecanicista las causas de la campaña permanente. De esta forma, se ha buscado llenar un vacío teórico, empírico y metodológico en este fenómeno de vital importancia para América Latina en lo que va del siglo XXI.

Llegado el término de esta investigación, es preciso concluir con algunas reflexiones teóricas, metodológicas y casuísticas. Estas conclusiones se ordenan siguiendo la estructura del presente documento (cinco capítulos), a fin de generar un resumen comentado, que expone aciertos, limitaciones, recomendaciones y futuras agendas de investigación surgidas de estas páginas.

El primer capítulo cimentó las bases epistemológicas de la investigación, al revisar el Neoinstitucionalismo Histórico y su forma de entender la constante retroalimentación entre las instituciones y los individuos (Pierson y Skocpol 2008). A partir de estos fundamentos se dio paso a la delimitación del ciclo político-electoral -véase fig. 1.1- como abre bocas de la literatura sobre los debates presidente – presidencia (Neustadt 1993; Moe 1985). En este punto, se pudo abrir paso a la comunicación política como una de las herramientas utilizadas en los presidencialismos. Los presidentes usan de manera formal o informal su poder de comunicación, a fin de facilitar el intercambio de información con la ciudadanía. Y esto puede hacer con o sin amistad de los medios de comunicación.

Generar un vínculo entre la Ciencia Política y la Comunicación Política a través del poder permitió detallar la existencia de tres sistemas de actores que interactúan constantemente a partir de identidades más o menos definidas: (1) políticos, (2) medios y (3) ciudadanía-

votantes (Mazzoleni 1998). A partir de los fines comunicativos, y tras la revisión de la taxonomía de la comunicación política, el primer capítulo puso particular énfasis en la comunicación gubernamental y en tres formas de categorizarla: (1) como un proceso evolutivo (Mouchon 1998), (2) como dos caras de una moneda (Ponce 2013), y (3) como una posibilidad de espectro (Amadeo 2016). De esta forma, el capítulo que buscó responder a las preguntas ¿qué es gobernar bajo comunicación gubernamental en formato de campaña permanente? y, ¿por qué es importante estudiar este fenómeno desde la Ciencia Política?, tras una revisión del estado del arte de la comunicación gubernamental, criticó las dos primeras visiones y apoyó a la tercera. El capítulo termina generando una taxonomía de la comunicación gubernamental, a partir del nivel de control que usa el gobierno para manejar la agenda y la relación con los medios de comunicación: (A) comunicación gubernamental institucionalizada, (B) comunicación gubernamental de crisis, y (C) comunicación gubernamental en formato de campaña permanente -véase fig. 1.5-. Así, se deja en evidencia que el vínculo entre la Ciencia Política y la Comunicación Política es necesario para nutrir ambas disciplinas a nivel teórico, metodológico y también en la comprobación gracias al estudio de casos latinoamericanos.

Una vez justificada la importancia del estudio de la campaña permanente desde la Ciencia Política y la Política Comparada, el segundo capítulo se convirtió en un estado del arte sobre sus causas, manifestaciones y consecuencias. El caso estadounidense permitió identificar seis grupos de condiciones: (1) se suscitó un declive del sistema de partidos; (2) se dio una apertura a políticas que incluían a diversos grupos de interés; (3) existe una necesidad de dinero político; (4) existen participaciones accionarias en activismo gubernamental; (5) han surgido nuevas tecnologías de la comunicación y (6) nuevas tecnologías de la política - encuestas de opinión pública- (Heclo 2000, 19–27). Por su parte, el caso canadiense ubicó cinco objetivos clave (1) controlar la comunicación, (2) explotar recursos económicos, (3) concentrar poder para redefinir las normas, (4) institucionalizar el manejo de bases de datos de electores para usar sondeos como insumos al construir campañas a la medida, y (5) ganar a partir de la construcción de coaliciones ganadoras minoritarias (Marland, Esselment, y Giasson 2017, 17). Finalmente, América Latina identificó tres grupos de condiciones: (1) la desinstitucionalización del sistema de partidos (Mainwaring y Scully 1995), (2) el ascenso de *outsiders* (Carreras 2012) y/o populistas (Ruiz y Otero 2013; Levitsky y Loxton 2019), y (3) la conjunción de democracia plebiscitaria (Torcal 2015), patrimonialismo mediático (Waisbord 2013) y prácticas clientelares (Menéndez-Carrión 1986).

La segunda sección del segundo capítulo identificó tres supuestos de partida para la investigación a fin de delimitar sus alcances. En primer lugar, recuperando la identificación de actores de Mazzoleni (1998), se colocó como límite del estudio la no profundización en los modelos interpretativos del autor (Mazzoleni 1998: 23 en Dader 2008, 3). Esta delimitación responde a que esta investigación se enmarca inicialmente en el campo de la Ciencia Política y la Política Comparada, reconociendo que observar la complejidad de la telenovelización y mediatización de la política implicaría una segunda investigación en sí misma, amparada principalmente en la Comunicación Política. En segundo lugar, se clarificó que la campaña permanente es un fenómeno político que también puede ser utilizado por la oposición, pero esta investigación giró en torno a su uso desde el gobierno de turno, entendiendo al presidente como un actor que toma decisiones estratégicas bajo determinadas condiciones y con recursos gubernamentales (Caddell 1977; 1980). Por último, la taxonomía propuesta no tomó en consideración como elemento diferenciador el nivel de carisma o estilo personalista del presidente. La campaña permanente puede requerir de un líder con estilo personalista, pero no todo personalista usa campaña permanente (Ortiz Ayala y García Sánchez 2014, 378).

La tercera sección del segundo capítulo respondió a la pregunta ¿qué condiciones explican la decisión política de gobernar bajo una comunicación gubernamental en formato de campaña permanente?, a partir de la hipótesis teórica primaria de la investigación -véase fig. 2.1-: Sistemas de partidos desinstitucionalizados favorecerían ventanas de oportunidad para que partidos políticos “a la medida” del líder *-outsider* y/o populista- lleguen al poder. Una vez en el cargo, estos presidentes normalizarían prácticas comunicacionales de campaña electoral en lógica de amigo-enemigo, ubicando a los medios de comunicación como enemigos y buscando controlar también a los que son sus amigos. Al mismo tiempo, el Ejecutivo buscaría legitimar sus acciones en la Legislatura aprovechando el poder partidario del presidente. Así, impondría una agenda propia transmitida desde medios afines al régimen, es decir, tomaría la decisión estratégica de comunicación gubernamental en formato de campaña permanente. Esta hipótesis, amparada en la figura presidencial, no observa si los medios de comunicación son o no poderosos, representan o no un cuarto poder independiente, o tienen vínculos político-económicos con el mismo Estado o con la oposición (limitación de la investigación).

Ya que esta tesis responde a la maestría en Política Comparada, el tercer capítulo abarcó una revisión metodológica sobre los multimétodos y sus aportes en las Ciencias Sociales. Desde la propuesta de Seawright (2016) y su apuesta por los diseños multimétodos integradores secuenciales, se pudo identificar la justificación para unir dos métodos a partir de una única

inferencia causal y dos preguntas de investigación, gracias al modelo de Schneider y Rohlfing (2013). Los autores articulan el QCA y el PT -véase fig. 3.1- como métodos determinísticos que observan configuraciones y mecanismos explicativos. Así, se profundizó en los detalles metodológicos sobre cómo aplicar un estudio comparado con csQCA para selección de casos (Rihoux 2017) y un PT de testeo de teoría (Beach y Pedersen 2013). Finalmente, el capítulo cerró identificando punto por punto los pasos a seguir en cada una de las etapas de investigación, a fin de cumplir con el principio de publicidad y transparencia del método científico (King, Keohane, y Verba 2000, 18). Este capítulo es de por sí un gran hallazgo de investigación, que da cuenta de cómo se pueden potenciar dos métodos a través de su articulación secuencial.

El cuarto capítulo, siendo la primera etapa del diseño integrador, se centró en armar el QCA para América Latina, seleccionando los casos de estudio -18 presidentes- y las condiciones claves, ya propuestas en la hipótesis teórica primaria del cierre del segundo capítulo. De este modo, se debatió teórica y operacionalmente cada una de las condiciones: (1) institucionalización del sistema de partidos, (2) líder *outsider*, (3) líder con prácticas populistas, (4) poderes partidarios del presidente, (5) relación gobierno-medios, y la campaña permanente como resultado de interés. Luego, se tomó la decisión de medición de cada una de ellas, aprovechando bases de datos como V-Dem (Coppedge et al. 2020a) y propuestas para identificar y medir las condiciones de *outsiders*, populistas, poderes partisanos y la campaña permanente. Así, una vez construida la matriz de datos, se procedió a dicotomizar las condiciones y aplicar álgebra booleana y teoría de conjuntos. Luego, con lógica proposicional desde principios de necesidad se establecieron dos proposiciones verdaderas que dieron como resultado la identificación de Rafael Correa, Hugo Chávez y Daniel Ortega dentro del grupo de casos típicos. Finalmente, se optó por estudiar a Rafael Correa como caso típico para el testeo de la teoría hipotética primaria.

Dentro de las limitaciones del cuarto capítulo, es importante mencionar que existe una infinidad de maneras de operacionalizar las condiciones seleccionadas, de modo que por cada condición se podría generar un estudio individual a fin de calibrar con mayor exactitud la medición. Así mismo, el QCA es una técnica muy sensible ante los cambios en las mediciones. Adicionalmente, evaluar las cinco condiciones y el resultado de interés para 18 países también representó un proceso complejo que podría ser reforzado en posteriores investigaciones que tengan mayores recursos (tiempo y espacio) para expandir dicho análisis. Por último, haber seleccionado a Rafael Correa como caso típico para el testeo no implica en

lo más mínimo que su análisis pueda ser completamente extrapolable a los casos venezolano y nicaragüense. De allí que se recomiende generar investigaciones particulares para cada caso (incluyendo los correspondientes a otros tipos de casos), a fin de identificar las particularidades de sus cadenas causales.

Por último, el quinto capítulo como segunda etapa del diseño integrador, organizó la revisión de la literatura de EUA, Canadá, y América Latina -véase fig. 5.1- a partir del primer supuesto de la investigación correspondiente a los actores identificados por Mazzoleni (1998), con el objetivo de ubicar las múltiples cadenas explicativas de la campaña permanente. Así, en lógica de agregación, se observó el surgimiento de tres mecanismos plausibles: uno político-institucional, uno ciudadano-estructural y uno mediático. Siguiendo a Beach y Pedersen (2013, 15–16) y dado el reducido espacio de esta investigación, tan solo se prosiguió con la comprobación de la hipótesis político-institucional que hacía consonancia con la hipótesis teórica primaria. Así, se construyó una matriz guía con las subhipótesis y sus componentes, los CPOs esperados, sus fuentes y el tipo de pruebas que debían pasar. Luego, se detallaron 21 piezas de evidencia para el caso ecuatoriano, que pasaron casi en su totalidad las pruebas planteadas, verificando que el mecanismo estuvo presente en el caso seleccionado y que operó en los términos esperados -véase fig. 5.7-. Repasando las limitaciones del capítulo anterior, cada CPO pudo haberse comprobado con otra forma de medición. Además, se recomienda generar estudios particulares a los demás casos, así como analizar los mecanismos correspondientes a las hipótesis alternativas (ciudadano-estructural y mediático), a fin de complementar esta investigación. No obstante, comprobar la hipótesis de trabajo en términos del mecanismo político-institucional en el caso ecuatoriano da cuenta de un potencial camino causal útil a la hora de estudiar los socialismos del siglo XXI.

De este modo, se recalca que la presente investigación buscó observar el fenómeno de la campaña permanente como una decisión política, cuya cara más visible suele ser la comunicacional. La Ciencia Política y la Política Comparada han sido muy útiles para explicar institucionalmente el surgimiento de este fenómeno político, dejado de lado por ser considerado trivial o personalista. Esto se ha logrado gracias al aporte teórico y conceptual de la Comunicación Política, que también observa a la búsqueda del poder como un fin que motiva estrategias y modifica las identidades y relaciones entre los actores. Así, este trabajo investigativo ha permitido dejar en claro varias de las implicaciones de la campaña permanente para la democracia y su característica sustancial de la alternancia en el poder, así como la potencial confrontación de los medios de masas. Más allá de una justificación moral

o ética, esta investigación ha buscado llenar un vacío teórico, empírico y metodológico para formalizar una de muchas cadenas explicativas sobre la campaña permanente y generar así una teoría de rango medio para la región latinoamericana. Todo esto se hizo gracias a la articulación teórica-metodológica del Neoinstitucionalismo Histórico y del *process tracing*. Por todo lo antes mencionado, se detallan a continuación futuras agendas de investigación a partir de esta tesis de maestría. Por un lado, han quedado dos hipótesis alternativas coincidentes sin testear. Completar el proceso de división en eslabones y CPOs esperados en los mecanismos ciudadano-estructural y mediático puede ayudar a fortalecer la hipótesis político-institucional. Por otra parte, también queda pendiente realizar un estudio comparado - PT o QCA- en el que se puedan contraponer algunas de las condiciones y/o eslabones, a fin de identificar su necesidad y/o suficiencia. Y, por último, queda abierta la puerta para debatir la desmitificación del fenómeno de la campaña permanente como una característica perteneciente a los gobiernos de izquierda, al estudiar presidentes de derecha que sí han usado esta estrategia y que no necesariamente pertenecen al periodo del socialismo del siglo XXI (primera década). Esto se puede realizar a partir del estudio de los casos irrelevantes, pero también de presidentes como Nayib Bukele en El Salvador.

Finalmente, terminar el estudio de los casos desviados, así como la complementación interna de las tres cadenas causales por cada caso, podría servir para luego compararse con la explicación causal de otros países y promover una teoría de rango medio a nivel latinoamericano o a nivel de bloques regionales. Para Neustadt (1993, 32), la comunicación es un poder presidencial que lamentablemente, dada su complejidad, no ha podido ser cuantificado o medido. De allí que esta y futuras investigaciones puedan aportar en la conformación de un índice en este sentido.

Así, esta investigación llega a su fin reconociendo que cada actor influye en la esfera pública a partir de sus intereses, abriéndose paso a pesar de estar constreñido por las instituciones preexistentes, aprovechando las ventanas de oportunidad y modificando las reglas del juego. La comunicación política está enlazada al poder, y por eso es un objeto de estudio relevante que requiere seguir siendo analizado en sus diversas manifestaciones, siendo la campaña permanente un fenómeno vital para entender la política latinoamericana. Es necesario continuar evaluando los equilibrios de poder a partir del uso de la comunicación, a fin de identificar cómo se construyen los sistemas políticos en la región y si constituyen realmente una mejora en la distribución de la información a partir de ejercicios democráticos extensivos que promuevan el bienestar general.

Lista de referencias

- Aguirre, Julio. 2017. "Mecanismos causales y process tracing: una introducción". *Revista SAAP: Sociedad Argentina de Análisis Político* 11 (1): 147–75.
- Álamos-Concha, Priscilla. 2017a. "Combinando QCA con otros métodos". En *Cuadernos Metodológicos 56. Análisis Cualitativo Comparado (QCA)*, editado por Iván Medina, Pablo Castillo Ortiz, Priscilla Álamos-Concha, y Benoît Rihoux, 67–76. Madrid: CIS Centro de Investigaciones Sociológicas.
- . 2017b. "csQCA". En *Cuadernos Metodológicos 56. Análisis Cualitativo Comparado (QCA)*, editado por Iván Medina, Pablo Castillo Ortiz, Priscilla Álamos-Concha, y Benoît Rihoux, 77–113. Madrid: CIS Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Alcántara, Manuel, y Flavia Freidenberg. 2001a. "Los partidos políticos en América Latina". *América Latina Hoy* 27: 17–35.
http://americo.usal.es/oir/opal/pdfs/Manuel_alcantara/ALHvol27alcantarafreidenberg.pdf.
- . 2001b. "Organización y funcionamiento interno de los partidos políticos en América Latina". En *Partidos Políticos de América Latina. Centroamérica, México y República Dominicana*, editado por Manuel Alcántara y Flavia Freidenberg, 11–30. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
http://works.bepress.com/cgi/viewcontent.cgi?article=1040&context=flavia_freidenberg.
- Alianza PAIS. 2006. "Plan de Gobierno del Movimiento PAIS 2007 – 2011. Un primer paso para la transformación radical del país". <http://es.scribd.com/doc/31619413/Plan-de-Gobierno-Alianza-PAIS#scribd>.
- Almendárez, Roberto Stuart. 2009. "Consejos del Poder Ciudadano y gestión pública en Nicaragua". *Encuentro XLI* (84): 81–86. <https://doi.org/10.5377/encuentro.v41i84.50>.
- Altman, David. 2005. "Democracia directa en el continente Americano: ¿Autolegitimación gubernamental o censura ciudadana?" *Política y Gobierno* 12 (2): 203–32.
- Amadeo, Belén. 2016. "El estudio de la comunicación gubernamental: líneas de investigación y futuros desafíos". *Austral Comunicación* 5 (2): 155–81.
<https://doi.org/10.26422/aucom.2017.0502.ama>.
- Amado, Adriana. 2014. "La comunicación pública como espectáculo". En *La comunicación pública como espectáculo. Relatos de la Argentina del siglo XXI*, editado por Adriana Amado, 13–80. Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung. www.kas.de/wf/doc/16135-1442-4-30.pdf.
- Andrade, Pablo. 2012. "El reino (de lo) imaginario: Los intelectuales políticos ecuatorianos en la construcción de la Constitución de 2008". *Ecuador Debate*, núm. 85: 35–47.
- Arato, Andrew, y Jean L Cohen. 2019. "Civil society, populism, and religion". En *Routledge Handbook of Global Populism*, editado por Carlos De La Torre, 98–112. Nueva York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Arregui, Santiago. 2015. "Análisis crítico de la rendición de cuentas y del gasto en publicidad y propaganda por parte del gobierno ecuatoriano en el periodo 2007-2011". Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/8980>.
- Avila, Caroline. 2013. "Government Communication in Latin America's populism: The case

- of Ecuador”. Londres.
https://www.researchgate.net/publication/312967710_Government_Communication_in_Latin_America's_populism_The_case_of_Ecuador_research_proposal.
- Ayala Mora, Enrique. 2018. *Evolución constitucional del Ecuador. Rasgos históricos*. Quito: UASB / Corporación Editora Nacional. <https://vlex.ec/source/evolucion-constitucional-del-ecuador-rasgos-historicos-31375>.
- Báez, Gabriela. 2012. “Medios y gobierno: ajustando el sistema de representación política en el Ecuador”. FLACSO Ecuador.
<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/9035>.
- Baeza, Eduardo. 2016. “La gestión de campañas electorales. El candidato y el equipo de campaña.” En *Comunicación Política. Nuevas dinámicas y ciudadanía permanente*, editado por Rubén Sánchez-Medero, 341–63. Madrid: Tecnos.
- Barr, Robert R. 2009. “Populists, outsiders and anti-establishment politics”. *Party Politics* 15 (1): 29–48. <https://doi.org/10.1177/1354068808097890>.
- Basabe-Serrano, Santiago. 2007. “Instituciones e institucionalismo en América Latina. Perspectivas teóricas y enfoques disciplinarios”. En *Instituciones e institucionalismo en América Latina. Perspectivas teóricas y enfoques disciplinarios*, editado por Santiago Basabe-Serrano, 173–202. Quito: Editorial del Centro de Investigaciones de Política y Economía CIPEC.
http://www.flacsoandes.edu.ec/web/imagesFTP/1288022871.El_nuevo_institucionalismo_o_Santiago_Basabe.pdf.
- . 2017. “Las distintas caras del presidencialismo: Debate conceptual y evidencia empírica en dieciocho países de América Latina”. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* 157: 3–22. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.157.3>.
- Beach, Derek, y Rasmus Brun Pedersen. 2013. *Process Tracing Methods - Foundation and Guidelines*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- . 2016a. *Causal Case Study Methods. Foundations and Guidelines for Comparing, Matching, and Tracing*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- . 2016b. “Selecting Appropriate Cases When Tracing Causal Mechanisms”. *Sociological Methods and Research* 47 (4): 837–71.
<https://doi.org/10.1177/0049124115622510>.
- Bennett, Andrew. 2008. “Process Tracing: A Bayesian Perspective”. En *The Oxford Handbook of Political Methodology*, editado por Janet Box-Steffensmeier, Henry E. Brady, y David Collier, 702–21. Oxford: Oxford University Press.
- . 2010. “Process Tracing and Causal Inference”. En *Rethinking Social Inquiry*, editado por Henry Brady y David Collier, 207–19. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
https://www.researchgate.net/publication/257267990_Process_Tracing_and_Causal_Inference.
- Berg-Schlosser, Dirk, Gisèle De Meur, Benoît Rihoux, y Charles Ragin. 2009. “Qualitative Comparative Analysis (QCA) as an Approach”. En *Configurational Comparative Methods: Qualitative Comparative Analysis (QCA) and Related Techniques*, editado por Benoît Rihoux y Charles Ragin, 1–18. Thousand Oaks: Sage Publications Inc.
- Blumenthal, Sidney. 1980. “Introduction”. En *The Permanent Campaign. Inside the World of Elite Political Operatives*, editado por Sidney Blumenthal, 1–10. Boston: Beacon Press.

- . 1982. “Preface to the Revised Edition”. En *The Permanent Campaign. The Inside Story of the Revolution in American Politics*, editado por Sidney Blumenthal, 9–11. Nueva York: Simon and Schuster.
- Blumler, Jay G., y Dennis Kavanagh. 1999. “The Third Age of Political Communication: Influences and Features”. *Political Communication* 16 (3): 209–30. <https://doi.org/10.1080/105846099198596>.
- Bowman, Karlyn. 2000. “Polling to Campaign and to Govern”. En *The Permanent Campaign and Its Future*, editado por Norman Ornstein y Thomas Mann, 54–74. Washington D.C.: American Enterprise Institute y The Brookings Institution.
- Brady, Henry E, David Collier, y Jason Seawright. 2004. “Refocusing the Discussion of Methodology”. En *Rethinking Social Inquiry: Diverse Tools, Shared Standards*, editado por Henry E Brady y David Collier. Londres: Rowman & Littlefield Publishers. <https://doi.org/10.1177/009430610503400570>.
- Brito, Thiago Luis Felipe. 2015. “Modelagem ambiental e análise qualitativa comparativa de políticas de implantação de gás natural veicular em ônibus”, núm. July: 88. <https://doi.org/10.11606/D.106.2015.tde-13052015-122717>.
- Bruno, Daniela Paola, Manuela Acha, y Romina García Mora. 2018. “Comunicadorxs gubernamentales en las gestiones kirchnerista y macrista : una lectura comparativa sobre la configuración del rol profesional”. *Actas de Periodismo y Comunicación* 4 (2). <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/78735>.
- Burbano de Lara, Felipe. 2019. “Populist waves in Latin America. Continuities, twists, and ruptures.” En *Routledge Handbook of Global Populism*, editado por Carlos De La Torre, 435–50. Nueva York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Caddell, Patrick. 1977. “1976 Campaign Transition - Memoranda 12/76-1/77”. *Office of Staff Secretary*. Washington D.C.: USA - Office of Staff Secretary. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>.
- . 1980. “The alienation factor”. En *The Permanent Campaign. Inside the World of Elite Political Operatives*, editado por Sidney Blumenthal, 27–58. Boston: Beacon Press.
- Caicedo, Juan Manuel. 2017. “Campaña permanente entre el fuego cruzado: comprendiendo la aprobación presidencial en Colombia (1998-2014)”. FLACSO Ecuador. <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec:8080/bitstream/10469/12759/2/TFLACSO-2017JMCA.pdf>.
- Calleja, Ricardo, y Rafael Rubio. 2016. “Ética de la Comunicación Política”. En *Comunicación Política. Nuevas dinámicas y ciudadanía permanente*, editado por Rubén Sánchez-Medero, 85–122. Madrid: Tecnos.
- Calvo, Ernesto. 2007. “The Responsive Legislature: Public Opinion and Law Making in a Highly Disciplined Congress”. *British Journal of Political Science* 2 (37): 263–80. https://www.researchgate.net/publication/231772552_The_Responsive_Legislature_Public_Opinion_and_Law_Making_in_a_Highly_Disciplined_Legislature.
- Campo, Jaqueline. 2018. “El Enlace Ciudadano una estrategia de comunicación que usa los códigos del espectáculo mediático para construir identidades políticas”. Universidad Andina Simón Bolívar. <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/6223>.
- Canel, María José. 2006. *Comunicación política. Una guía para su estudio y práctica*. Madrid: Tecnos.

- . 2007. *Comunicación de las Instituciones Públicas*. Madrid: Tecnos.
- Canel, María José, y Karen Sanders. 2010. “Para estudiar la comunicación de los gobiernos. Un análisis del estado de la cuestión.” *Comunicación y Sociedad XXIII* (1): 7–48. [https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/16146/1/Para estudiar la comunicacion.pdf](https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/16146/1/Para%20estudiar%20la%20comunicacion.pdf).
- Canelón-Silva, Agrivalca Ramsenia. 2015. “Las identidades internacionales de Venezuela y sus comunicaciones con el mundo bajo el Socialismo del Siglo XXI. Diplomacia Pública Bolivariana 1999-2013”. Universidad de Málaga. <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/11306>.
- Cárdenas Ruiz, Juan David. 2013. “Storytelling y márketing político: humanidad y emociones en la búsqueda de la visibilidad legitimada”. *Poliantea IX* (16): 33–50.
- Carreras, Miguel. 2012. “The Rise of Outsiders in Latin America, 1980-2010: An Institutional Perspective”. *Comparative Political Studies* 45 (12): 1451–82. <https://doi.org/10.1177/0010414012445753>.
- Casal, Fernando, Gerardo Scherlis, y Luciano Bardi. 2015. “Los parámetros de los sistemas de partidos”. En *Partidos, Sistemas de Partidos y Democracia. La obra esencial de Peter Mair*, editado por Fernando Casal y Gerardo Scherlis, 239–59. Buenos Aires: Eudeba.
- Castillo Ortiz, Pablo. 2017. “Introducción”. En *Cuadernos Metodológicos 56. Análisis Cualitativo Comparado (QCA)*, editado por Ivan Media, Pablo Castillo Ortiz, Priscilla Álamos-Concha, y Benoît Rihoux, 7–19. Madrid: CIS Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Castillo Ortiz, Pablo, y Priscilla Álamos-Concha. 2017. “Conceptos básicos de QCA”. En *Cuadernos Metodológicos 56. Análisis Cualitativo Comparado (QCA)*, editado por Iván Medina, Pablo Castillo Ortiz, Priscilla Álamos-Concha, y Benoît Rihoux, 21–52. Madrid: CIS Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Cerbino, Mauro, Marcia Maluf, y Isabel Ramos. 2016. *Los Enlaces Ciudadanos del presidente Rafael Correa. Entre la exaltación del pueblo y el combate a los medios*. Quito: FLACSO Ecuador. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/57013.pdf>.
- Collier, David. 2011. “Understanding Process Tracing”. *Political Science & Politics* 44 (4): 823–30. <https://doi.org/10.1017/S1049096511001429>.
- Conaghan, Catherine, y Carlos de la Torre. 2008. “The Permanent Campaign of Rafael Correa: Making Ecuador’s Plebiscitary Presidency”. *The International Journal of Press/Politics* 3 (13): 267–84. <https://doi.org/10.1177/1940161208319464>.
- Conaghan, Catherine M. 2008. “Ecuador: Correa’s plebiscitary presidency”. *Journal of Democracy* 19 (2): 46–60. <https://doi.org/10.1353/jod.2008.0026>.
- Cook, Timothy E. 2005. *Governing with the News. The News Media as a Political Institution. Journal of Materials Processing Technology*. Vol. 1. Chicago: University of Chicago Press. <http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252><http://dx.doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252>
- Coppedge, Suggested, John Gerring, Carl Henrik Knutsen, Staffan I Lindberg, Jan Teorell, David Altman, Michael Bernhard, et al. 2020a. “V-Dem [Country-Year/Country-Date] Dataser v10. Varieties of Democracy (V-Dem) Project”. <https://doi.org/10.23696/vdemds20>.

- . 2020b. *V-Dem Codebook v10. Varieties of Democracy (V-Dem) Project*. <https://www.v-dem.net/en/data/data-version-10/>.
- Córdova, Marco. 2017. “El neoinstitucionalismo como paradigma científico”. *Mundos Plurales - Revista Latinoamericana de Políticas y Acción Pública* 4 (1): 9–46. <https://doi.org/10.17141/mundosplurales.1.2017.3049>.
- Corporación Latinobarómetro. 2006. “Informe Latinobarómetro 2006”. Santiago de Chile. https://www.latinobarometro.org/LATOld/LATBD/LATBD_Latinobarometro_Informe_2006.pdf.
- . 2007. “Informe Latinobarómetro 2007”. Santiago de Chile. http://der.oas.org/informe/lb_2007.pdf.
- . 2008. “Informe Latinobarómetro 2008”. Santiago de Chile.
- . 2009. “Informe Latinobarómetro 2009”. Santiago de Chile. https://www.latinobarometro.org/documentos/latbd_latinobarometro_informe_2009.pdf.
- . 2010. “Informe Latinobarómetro 2010”. Santiago de Chile. https://www.latinobarometro.org/documentos/LATBD_INFORME_LATINOBAROMETRO_2010.pdf.
- . 2011. “Informe Latinobarómetro 2011”. Santiago de Chile. https://www.infoamerica.org/primera/lb_2011.pdf.
- . 2014. “Informe Latinobarómetro 2013”. Santiago de Chile. https://www.latinobarometro.org/documentos/LATBD_INFORME_LB_2013.pdf.
- Corrado, Anthony. 2000. “Running Backward: The Congressional Money Chase”. En *The Permanent Campaign and Its Future*, editado por Norman J Ornstein y Thomas E Mann, 86–118. Washington D.C.: American Enterprise Institute y The Brookings Institution.
- Corrales, Javier. 2008. “Latin America’s neocaudillismo: Ex-presidents and newcomers running for president ... and winning”. *Latin American Politics and Society* 50 (3): 1–35. <https://doi.org/10.1111/j.1548-2456.2008.00020.x>.
- Craft, Jonathan. 2017. “Governing on the Front Foot: Politicians, Civil Servants, and the Permanent Campaign in Canada”. En *Permanent Campaigning in Canada*, editado por Alex Marland, Thierry Giasson, y Anna Lennox Esselment, 28–46. Vancouver: UBC Press.
- Cusot, Gustavo, Alfredo Dávalos, y Víctor Polanco. 2013. *El enfoque estratégico de nuestra comunicación*. México D.F.: Icadep. <http://alacoplata.org/wp-content/uploads/2018/02/El-enfoque-estrategico-de-nuestra-comunicacion.-Modulo-2.-Por-Alfredo-Davalos-Lopez.-.pdf>.
- Dader, José Luis. 2008. “La adolescente investigación en Comunicación Política: Estructura del campo y tendencias prometedoras”. En *Para investigar la comunicación: propuestas teórico-metodológicas*, editado por Manuel Martínez, 133–77. Madrid: Tecnos. http://di.uca.edu/sv/mcp/media/archivo/e34b0b_balancedcomunicacionpolitica.pdf.
- Dahl, Robert A. 1997. *La Poliarquía. Participación y oposición*. Segunda Ed. Madrid: Editorial Tecnos. <http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>.
- Dinatale, Martín, y Alejandro Gallo. 2010. *Luz, cámara... ¡gobiernen!* Buenos Aires: Fundación Konrad Adenauer.
- Druckman, James N. 2003. “The power of television images: The first Kennedy-Nixon debate

- revisited”. *Journal of Politics* 65 (2): 559–71. <https://doi.org/10.1111/1468-2508.t01-1-00015>.
- Elkins, Zachary, Tom Ginsburg, y James Melton. 2021. “The World’s Constitutions to Read, Search, and Compare”. Constitute Project. 2021. <https://www.constituteproject.org/?lang=es>.
- Esselment, Anna Lennox, y Paul Wilson. 2017. “Campaigning from the Centre”. En *Permanent Campaigning in Canada*, editado por Alex Marland, Thierry Giasson, y Anna Lennox Esselment, 222–40. Vancouver: UBC Press.
- Evera, Stephen Van. 1997. *Guide to methods for students of Political Science*. Ithaca: Cornell University Press.
- Falleti, Tulia G. 2016. “Process tracing of extensive and intensive processes”. *New Political Economy* 21 (5): 455–62. <https://doi.org/10.1080/13563467.2015.1135550>.
- Fara, Carlos, y Rubén Sutelman. 2018. “La comunicación: elemento clave para la calidad de gestión en la Administración Pública local”. En *Acciones para una Buena Comunicación de Gobiernos Locales*, editado por Christoph Korneli, 63–89. Buenos Aires: Fundación Konrad Adenauer.
- Fernandes, Carla Montuori, Luiz Ademir de Oliveira, Paulo Roberto Figueira Leal, y Thamiris Franco Martins. 2016. “Campanha permanente de Dilma Rousseff: uma análise da comunicação governamental e das estratégias eleitorais”. *Mediações Sociais*, núm. 15: 81–100. <https://doi.org/10.5209/meso.54544>.
- Finchelstein, Federico. 2019. “Fascism and populism”. En *Routledge Handbook of Global Populism*, editado por Carlos De La Torre, 307–18. Nueva York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Fiss, Owen. 2010. *Democracia y Disenso. Una teoría de la libertad de expresión*. Buenos Aires: Ad-Hoc.
- Freidenberg, Flavia. 2016a. “El camino inverso del sistema de partidos ecuatoriano (1978-2015): desde el multipartidismo extremo al partido predominante”. En *Los sistemas de partidos en América Latina 1978-2015. Cono Sur y Países Andinos. Tomo 2*, editado por Flavia Freidenberg, 401–48. México D.F.: UNAM.
- . 2016b. “Los cambios en los sistemas de partidos en América Latina (1978-2015): desafíos teóricos y propuestas para una agenda de investigación”. En *Los sistemas de partidos en América Latina 1978-2015. Cono Sur y Países Andinos. Tomo 2*, editado por Flavia Freidenberg, 525–43. México D.F.: UNAM.
- Garcé, Adolfo. 2015. “El institucionalismo discursivo como oportunidad: La ciencia política latinoamericana y el estado del arte en la literatura sobre el poder político de las ideas”. *Política y Gobierno* 22 (1): 199–226.
- . 2017. “Hacia una teoría ideacional de la difusión institucional. La adopción y adaptación del presidencialismo en América Latina durante el siglo XIX”. *Revista Española de Ciencia Política* 1 (44): 13–41. <https://doi.org/10.21308/recp.44.01>.
- García Beaudoux, Virginia, y Orlando D’Adamo. 2006. “Comunicación política y campañas electorales. Análisis de una herramienta comunicacional: el spot televisivo.” *POLIS* 2 (2): 81–111. <https://www.redalyc.org/pdf/726/72620204.pdf>.
- García Leiva, Sofía. 2014. “La estrategia de la campaña permanente en el Ecuador a través del análisis de discurso del presidente Rafael Correa en base a la teoría goebbeliana”.

- UDLA. <https://doi.org/10.1016/j.bbapap.2013.06.007>.
- George, Alexander I, y Andrew Bennett. 2005. *Case Studies and Theory Development in the Social Sciences*". Cambridge: MIT Press.
- Germano, Carlos. 2018. "Opinión pública y gestión de gobierno". En *Acciones para una Buena Comunicación de Gobiernos Locales*, editado por Christoph Korneli, 45–59. Buenos Aires: Fundación Konrad Adenauer y Asociación Civil de Estudios Populares.
- Giroux, Guy. 1981. "Mise en veilleuse du concept d'information gouvernementale au Québec". *Communication Information* 3 (3): 142–49. <https://doi.org/10.3406/comin.1981.1111>.
- Goertz, Gary. 2017. *Multimethod Research, Causal Mechanisms, and Case Studies*. Nueva Jersey: Princeton University Press.
- Goertz, Gary, y James Mahoney. 2012. *A tale of two cultures. Qualitative and Quantitative Research in the Social Sciences*. Nueva Jersey: Princeton University Press. https://doi.org/10.1007/978-94-007-4608-4_7.
- Guardian, The. 2019. "Revealed: the rise and rise of populist rhetoric". 2019. <https://www.theguardian.com/world/ng-interactive/2019/mar/06/revealed-the-rise-and-rise-of-populist-rhetoric>.
- Hall, Peter A. 2010. "Historical institutionalism in rationalist and sociological perspective". En *Explaining Institutional Change: Ambiguity, Agency, and Power*, editado por James Mahoney y Kathleen Thelen, 204–23. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.16309/j.cnki.issn.1007-1776.2003.03.004>.
- Hall, Peter A., y Rosemary C. R. Taylor. 1996. "Political Science and the Three New Institutionalisms". *Political Studies* 44: 936–57. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.1996.tb00343.x>.
- Hawkins, Kirk A. 2019. "The ideational approach". En *Routledge Handbook of Global Populism*, editado por Carlos De La Torre, 57–71. Nueva York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Hawkins, Kirk A, y Cristóbal Rovira. 2017. "The Ideational Approach to Populism" 52 (4): 513–28.
- Heclo, Hugh. 2000. "Campaigning and Governing: A Conspectus". En *The Permanent Campaign and Its Future*, editado por Norman J Ornstein y Thomas E Mann, 1–37. Washington D.C.: American Enterprise Institute y The Brookings Institution.
- Helmke, Gretchen. 2007. "The Origins of Institutional Crises in Latin American: A Unified Strategic Model and Test". *Annual Meeting Midwest Political Science Association*. Chicago. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.476.4981&rep=rep1&type=pdf>.
- Herman, Edward, y Noam Chomsky. 2002. *Manufacturing Consent. The political economy of the Mass Media*. Nueva York: Pantheon Books.
- Herrmann, Andrea, y Lasse Cronqvist. 2006. "Contradictions in Qualitative Comparative Analysis (QCA): Ways Out of the Dilemma", núm. 6. <https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/6305/SP-2006-06.pdf?sequence=3&isAllowed=y>.
- Hess, Stephen. 2000. "The Press and the Permanent Campaign". En *The Permanent*

- Campaign and Its Future*, editado por Norman J Ornstein y Thomas E Mann, 38–53. Washington D.C.: American Enterprise Institute y The Brookings Institution.
- Huntington, Samuel P. 1996. “La tercera ola de la democracia”. En *El resurgimiento global de la democracia*, editado por Larry Diamond y Marc F Plattner, 3–23. México D.F.: Instituto de Investigaciones Sociales UNAM. <https://doi.org/10.2307/20045138>.
- Immergut, Ellen M. 1998. “The theoretical core of the new institutionalism”. *Politics and Society* 26 (1): 5–34. <https://doi.org/10.1177/0032329298026001002>.
- Kaid, Lynda Lee. 2004a. “Introduction and overview of the field”. En *Handbook of Political Communication Research*, editado por Lynda Lee Kaid, xiii–xviii. Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- . 2004b. “Political advertising”. En *Handbook of Political Communication Research*, editado por Lynda Lee Kaid, 155–202. Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. <https://doi.org/10.4324/9781351208314-18>.
- Kampwirth, Karen. 2010. “Introduction”. En *Gender*, editado por Karen Kampwirth y Kurt Weyland, 1–24. Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press.
- Kernell, Samuel. 1978. “Explaining Presidential Popularity. How Ad Hoc Theorizing, Misplaced Emphasis, and Insufficient Care in Measuring One’s Variables Refuted Common Sense and Led Conventional Wisdom Down the Path of Anomalies”. *American Political Science Review* 72 (2): 506–22. <https://doi.org/10.1057/9781137300546.0022>.
- King, Gary, Robert O Keohane, y Sidney Verba. 2000. *El diseño de la investigación social. La inferencia científica en los estudios cualitativos*. Madrid: Alianza Editorial.
- Kitzberger, Philip. 2009. “Las relaciones Gobierno-Prensa y el giro político en América Latina”. *POSTData Revista de Reflexión y Análisis Político* 14: 157–81.
- . 2010. “The Media Activism of Latin America’s Leftist Governments: Does Ideology Matter?” *SSRN Electronic Journal* 151 (noviembre): 5–36. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1713184>.
- Kreuzer, Marcus. 2016. “Assessing causal inference problems with Bayesian process tracing: the economic effects of proportional representation and the problem of endogeneity the problem of endogeneity”. *New Political Economy* 21 (5): 473–83. <https://doi.org/10.1080/13563467.2015.1134467>.
- la Torre, Carlos de. 2013a. “El gobierno de Rafael Correa: posneoliberalismo, confrontación con los movimientos sociales y democracia plebiscitaria”. *Temas y Debates*, núm. 20: 157–72. <https://doi.org/10.35305/tyd.v0i20.53>.
- . 2013b. “El tecnolopopulismo de Rafael Correa ¿Es compatible el carisma con la tecnocracia?” *Latin American Research Review* 48 (1): 24–43. <https://www.jstor.org/stable/41811586>.
- . 2016. “El Populismo y la política de lo extraordinario”. España: Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales - FAES. <https://www.youtube.com/watch?v=b7evb0lbbt0>.
- . 2018. “Leyendo a Donald Trump desde América Latina”. *Revista SAAP* 12 (1): 179–94. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6541466>.
- . 2019. “Global populism. Histories, trajectories, problems, and challenges”. En *Routledge Handbook of Global Populism*, editado por Carlos De la Torre, 1–28. Nueva York: Routledge Taylor & Francis Group.

- . 2021. “What do we mean by populism?” *The Routledge Companion to Media Disinformation and Populism*, núm. September: 29–37. <https://doi.org/10.4324/9781003004431-4>.
- Laclau, Ernesto. 2005. “Populism: What’s in a Name?” En *Populism and the Mirror of Democracy*, editado por Francisco Panizza, 32–49. Londres: Verso. https://books.google.com.ec/books?hl=en&lr=&id=swBC1B35DbEC&oi=fnd&pg=PA32&dq=Laclau+Populism+What%27s+in+a+name&ots=MjB1aG5fq&sig=QzV9_QEWG87qKxy26aG64HUUGzw&redir_esc=y#v=onepage&q=Laclau+Populism+What's+in+a+name&f=false.
- Lawlor, Andrea. 2017. “Media-Party Parallelism: How the Media Covers Party Messaging”. En *Permanent Campaigning in Canada*, editado por Alex Marland, Thierry Giasson, y Anna Lennox Esselment, 67–86. Vancouver: UBC Press. <https://doi.org/10.4135/9781412979337.n46>.
- Levitsky, Steven, y James Loxton. 2019. “Populism and competitive authoritarianism in Latin America”. En *Routledge Handbook of Global Populism*, editado por Carlos De La Torre, 334–50. Nueva York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Levitsky, Steven, y María Victoria Murillo. 2010. “Variación en la fortaleza institucional”. *Revista de Sociología* 24 (24): 31–56. <https://doi.org/10.5354/0719-529x.2010.14399>.
- . 2012. “Construyendo instituciones sobre cimientos débiles: lecciones desde América Latina”. *POLITAI Revista de Ciencia Política* 3 (5): 17–44.
- Levitsky, Steven, y Lucan Way. 2002. “The Rise of Competitive Authoritarianism”. *Journal of Democracy* 13 (2): 51–65. <https://doi.org/10.1353/jod.2002.0026>.
- Linz, Juan. 1990. “The Perils of Presidentialism”. *Journal of Democracy* 1 (1): 51–69. <https://doi.org/10.1353/jod.1990.0011>.
- . 1998. “Teoría de la democracia. Los problemas de las democracias y la diversidad de democracias”. En *Democracia, agencia y estado*, editado por Fernando Vallespín y Rafael Del Águila, 225–66. Madrid: Alianza.
- López, Andrea. 2014. “Manejo de la campaña permanente como estrategia política en el contexto del presidencialismo plebiscitario ecuatoriano”. UDLA. <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/2335>.
- Losada Maestre, Roberto. 2016. “Comunicación en situaciones de crisis”. En *Comunicación Política. Nuevas dinámicas y ciudadanía permanente*, editado por Rubén Sánchez-Medero, 195–224. Madrid: Tecnos.
- Luhmann, Niklas. 1996. “El concepto de riesgo”. En *Las consecuencias perversas de la modernidad*, editado por Josetxo Beriain, 123–53. Barcelona: Anthropos.
- Lührmann, Anna, Kyle L. Marquardt, y Valeriya Mechkova. 2017. “Constraining Governments: New Indices of Vertical, Horizontal, and Diagonal Accountability”. 2017: 46. Gothenburg. <https://doi.org/10.1017/S0003055420000222>.
- Luna, Juan Pablo, y Cristóbal Rovira Kaltwasser. 2021. “Castigo a Los Oficialismos Y Ciclo Político De Derecha En América Latina”. *Revista uruguaya de ciencias políticas* 30 (1): 135–56. <https://doi.org/10.26851/rucp.30.1.6>.
- Madrid, Raúl L. 2019. “The emergence of ethno-populism in Latin America”. En *Routledge Handbook of Global Populism*, editado por Carlos De La Torre, 163–75. Nueva York: Routledge Taylor & Francis Group.

- Mahoney, James. 2000. "Path Dependence in Historical Sociology". *Theory and Society* 29 (4): 507–48. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Mainwaring, Scott. 1993. "Presidentialism, multipartism, and democracy: The Difficult Combination". *Comparative Political Studies* 26 (2): 198–228. <https://doi.org/10.1177/0010414093026002003>.
- Mainwaring, Scott, y Timothy Scully. 1995. "La institucionalización de los sistemas de partidos en América Latina". *Revista de Ciencia Política* XVII (1–2): 63–101.
- Mainwaring, Scott, y Matthew S Shugart. 2002. "Presidencialismo y Democracia en América Latina: revisión de los términos del debate". En *Presidencialismo y democracia en América Latina*, editado por Scott Mainwaring y Soberg Shugart, 19–64. Buenos Aires: Editorial Paidós. http://www.liderazgos-sxxi.com.ar/bibliografia/Presidencialismo-y-democracia-en-America-Latina_revision-de-los-terminos-del-debate.pdf.
- Maquiavelo, Nicolas. 1998. *El Príncipe*. Madrid: Alianza Editorial.
- March, James, y Johan P Olsen. 1997. *El redescubrimiento de las instituciones: la base organizativa de la política*. Editado por James March y Johan Olsen. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Marland, Alex, Anna Lennox Esselment, y Thierry Giasson. 2017. "Welcome to Non-Stop Campaigning". En *Permanent Campaigning in Canada*, editado por Alex Marland, Thierry Giasson, y Anna Lennox Esselment, 3–27. Vancouver: UBC Press.
- Marland, Alex, y Maria Matthews. 2017. "'Friend, Can You Chip in \$3?': Canadian Political Parties' Email Communication and Fundraising". En *Permanent Campaigning in Canada*, editado por Alex Marland, Thierry Giasson, y Anna Lennox Esselment, 87–108. Vancouver: UBC Press.
- Mayorga, René. 2006. "Outsiders and neopopulism: The road to plebiscitary democracy". En *The Crisis of Democratic Representation in the Andes*, editado por Scott Mainwaring, A.M. Bejarano, y E. Pizarro Leongómez, 132–70. Stanford: Stanford University Press. https://www.researchgate.net/publication/289837773_Outside_and_Neopopulism_The_Road_to_Plebiscitary_Democracy.
- Mazzoleni, Gianpietro. 1998. *La comunicazione politica*. Bolonia: Il Mulino.
- McChesney, Robert. 2008. *The Political Economy of Media: Enduring Issues, Emerging Dilemmas*. Nueva York: Monthly Review Press.
- McNeney, Denver, y David Coletto. 2017. "Preaching to the Choir in Case It Is Losing Faith: Government Advertising's Direct Electoral Consequences". En *Permanent Campaigning in Canada*, editado por Alex Marland, Thierry Giasson, y Anna Lennox Esselment, 185–203. Vancouver: UBC Press.
- Mejía Trejo, Juan. 2021. *Análisis Cualitativo Comparativo Nítido (csQCA) y su relación con la Innovación*. Guadalajara: CUCEA.
- Meléndez, Carlos, y Cristóbal Rovira Kaltwasser. 2019. "Political identities: The missing link in the study of populism". *Party Politics* 25 (4): 520–33. <https://doi.org/10.1177/1354068817741287>.
- Menéndez-Carrión, Amparo. 1986. *La conquista del voto en el Ecuador: de Velasco a Roldós*. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Moe, Terry. 1985. "The Politicized Presidency". En *The New Direction in American Politics*, editado por John Chubb y Paul Peterson. Washington DC: Brookings Institutions.

- . 1993. “Presidents, Institutions, and Theory”. En *Researching the Presidency*, editado por George C. Edwards III, John Hessel, y Bert Rockman. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press.
- . 2009. “The Revolution in Presidential Studies”. *Presidential Studies Quarterly* 39 (4): 701–24. <https://doi.org/10.1111/j.1741-5705.2009.03705.x>.
- Moffitt, Benjamin, y Simon Tormey. 2013. “Rethinking Populism: Politics, Mediatization and Political Style”. En *Routledge Handbook of Global Populism*, editado por Carlos De La Torre, 1–17. Nueva York: Routledge Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12032>.
- Morgenstern, Scott, John Polga-Hecimovich, y Sarah Shair-Rosenfield. 2013. “Tall, Grande, or Venti: Presidential Powers in the United States and Latin America”. *Journal of Politics in Latin America* 5 (2): 37–70. www.jpla.org.
- Morris, Dick. 2002. *El Nuevo Príncipe*. Buenos Aires: El Ateneo.
- Mouchon, Jean. 1998. “La comunicación presidencial en busca de un modelo”. En *Comunicación y Política*, editado por Gilles Gauthier, André Gosselin, y Jean Mouchon, 203–19. Barcelona: Editorial Gedisa S.A.
- Murillo, María Victoria. 2018. “La historicidad del pueblo y los límites del populismo”. *Nueva Sociedad* 274 (marzo-abril): 1–11. www.nuso.org.
- Neustadt, Richard. 1986. “The power to persuade”. En *Classic Readings in American Politics*, editado por Pietro S Nivola y David H Rosenbloom, 404–12. Nueva York: St. Martin’s Press.
- . 1993. *El poder presidencial y los presidentes modernos*. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano S.R.L.
- Noguera, Felipe. 2001. “La campaña permanente”. En *Estrategias de Comunicación para Gobiernos*, editado por Roberto Izurieta, Rubén Perina, y Christopher Artenton. Washington D.C.: OEA. https://issuu.com/aulavirtualperu/docs/microsoft_word_-_felipe_noguera-la_campa_a_perman.
- O’Donnell, Guillermo. 1994. “Delegative Democracy”. *Journal of Democracy* 5 (1): 55–69. <https://doi.org/10.1353/jod.1994.0010>.
- . 1996. “Otra Institucionalidad”. *Revista Ágora*, núm. 5: 5–28.
- . 2010. “Democracia, agencia y estado”. En *El régimen democrático (o democracia política) y la ciudadanía como agencia*, 23–45. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- O’Donnell, Guillermo. 1985. “Las tensiones en el Estado Burocrático Autoritario y la cuestión de la democracia”. En *El nuevo autoritarismo en América Latina*, editado por David Collier, 289–321. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Ornstein, Norman, y Thomas Mann. 2000. “Conclusion: The Permanent Campaign and the Future of American Democracy”. En *The Permanent Campaign and Its Future*, editado por Norman J Ornstein y Thomas E Mann, 219–34. Washington D.C.: American Enterprise Institute y The Brookings Institution.
- Ortiz Ayala, Alejandra, y Miguel García Sánchez. 2014. “‘Porque te quiero te apoyo’. Estilo de gobierno y aprobación presidencial en América Latina”. *Revista de Ciencia Política* 34 (2): 373–98. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/revcipol/v34n2/art02.pdf>.
- Pachano, Simón. 2001. “Partidos y clientelismo en Ecuador”. *Quórum*, núm. 2: 21–39.

- <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=201620>.
- . 2007. *La trama de Penélope*. Quito: FLACSO Ecuador. <https://www.flacso.edu.ec/docs/penelope.pdf>.
- Parsons, Craig. 2007. *How to map arguments in Political Science*. *Journal of Chemical Information and Modeling*. Nueva York: Oxford University Press.
- Patten, Steve. 2017. “Databases, Microtargeting, and the Permanent Campaign: A Threat to Democracy?” En *Permanent Campaigning in Canada*, editado por Alex Marland, Thierry Giasson, y Anna Lennox Esselment, 47–64. Vancouver: UBC Press.
- Pérez-Liñán, Aníbal. 2007. *Presidential Impeachment and the New Political Instability in Latin America*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pérez Múñera, Carlos Andrés. 2018. *Claves para dirigir en tiempos de crisis. Liderazgo bajo presión*. Bogotá: Centro de Análisis y Entrenamiento Político CAEP.
- Peruzzotti, Enrique. 2019. “Laclau’s theory of populism A critical review”. En *Routledge Handbook of Global Populism*, editado por Carlos De La Torre, 33–43. Nueva York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Peters, Guy. 2003. *El nuevo institucionalismo. La teoría institucional en ciencia política*. Barcelona: Gedisa SA.
- Pierson, Paul. 2000. “Increasing Returns, Path Dependence, and the Study of Politics”. *American Political Science Review* 94 (2): 251–67. <http://www.jstor.com/stable/2586011>.
- Pierson, Paul, y Theda Skocpol. 2008. “El institucionalismo histórico en la ciencia política contemporánea”. *Revista Uruguaya de Ciencia Política* 17 (1): 7–38.
- Plúa, María Lorena. 2014. “Enlace ciudadano: Dispositivo de la Revolución Ciudadana”. FLACSO Ecuador. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/7774>.
- Ponce, Matías. 2013. “Reglas del juego y comunicación de gobierno: propuesta de un nuevo marco analítico”. *Contratexto* 21: 43–62.
- . 2014. “Las instituciones detrás del Pepe Mujica. Análisis de las estrategias de comunicación de gobierno desde el marco institucional”. *Temas de Comunicación*, núm. 28: 78–111. <https://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/index.php/temas/issue/view/Nº28%282014%29>.
- Ponce, Matías, y Omar Rincón. 2013. “Introducción”. En *Estrategias de comunicación de gobierno en América Latina 2005-2011*, 11–18. Montevideo: Fin de Siglo.
- Pöschel, Reinhard, y Ivo Rosenberg. 2013. “Compositions and Clones of Boolean Functions”. En *Boolean models and methods in mathematics, computer science, and engineering*, editado por Yves Crama y Peter L Hammer, 3–38. Cambridge: Cambridge University Press.
- Przeworski, Adam, Pranab Bardhan, Luiz Carlos Bresser Pereira, László Bruszt, Jang Jip Choi, Ellen Turkish Comisso, Zhiyuan Cui, et al. 1998. *Democracia sustentable*. Primera Ed. Buenos Aires: Paidós.
- Przeworski, Adam, y Carolina Curvale. 2007. “Instituciones políticas y desarrollo económico en las Américas: el largo plazo”. En *Visiones del desarrollo en América Latina*, editado por José Luis Machinea y Narcís Serra. Santiago de Chile: CEPAL.
- Przeworski, Adam, y Henry Teune. 1970. *The Logic of Comparative Social Inquiry*. Malabar:

Krieger Publishing Company.

- Ragin, Charles. 1987. *The comparative method: moving beyond qualitative and quantitative strategies*. Oakland: The Regents of the University of California.
- . 2007. *La construcción de la investigación social. Introducción a los métodos y su diversidad*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- Ribeiro, Pedro Floriano, Amanda Vizoná, y Priscilla Leine Cassotta. 2016. “Brasil: Un país en compás de espera”. *Revista de Ciencia Política* 36 (1): 51–74. <https://doi.org/10.4067/S0718-090X2016000100003>.
- Rihoux, Benoît. 2017. “Diseños de investigación en QCA”. En *Cuadernos Metodológicos 56. Análisis Cualitativo Comparado (QCA)*, editado por Iván Medina, Pablo Castillo Ortiz, Priscilla Álamos-Concha, y Benoît Rihoux, 53–66. Madrid: CIS Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Roberts, Kenneth M. 2007. “Latin America’s Populist Revival”. *SAIS Review of International Affairs* 27 (1): 3–15. <https://doi.org/10.1353/sais.2007.0018>.
- Rodríguez, Juan P. 2019. “La emperatriz de Centroamérica”. *La Vanguardia*, el 13 de abril de 2019. <https://www.lavanguardia.com/participacion/lectores-corresponsales/20190413/461571434302/rosario-murillo-emperatriz-vicepresidenta-nicaragua.html>.
- Rodríguez Teruel, Juan. 2009. “Reclutamiento y carrera ministerial de los ministros en España (1976-2005)”. 273. Barcelona. <https://www.icps.cat/archivos/WorkingPapers/wp273.pdf?noga=1>.
- Roniger, Luis. 2019. “The missing piece in global populism. The role populism played in Central America.” En *Routledge Handbook of Global Populism*, editado por Carlos De La Torre, 451–66. Nueva York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Rossi, Santiago, y Augusto Reina. 2018. “Relaciones con los medios en gobiernos locales”. En *Acciones para una Buena Comunicación de Gobiernos Locales*, editado por Christoph Korneli, 93–113. Buenos Aires: Fundación Konrad Adenauer y Asociación Civil de Estudios Populares.
- Rothstein, Bo. 2001. “Las instituciones políticas: una visión general”. En *Nuevo Manual de Ciencia Política*, editado por Robert Goodin y Hans-Dieter Klingemann, 199–246. Madrid: Ediciones Itsmo SA.
- Ruiz, Leticia, y Patricia Otero. 2013. *Cuadernos Metodológicos No.51. Indicadores de partidos y sistemas de partidos*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Samuels, David, y Matthew S Shugart. 2012. *Presidents, Parties, and Prime Ministers*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sanabria, Andrea. 2014. “Análisis semiológico del discurso visual del spot electoral de Rafael Correa: Caso elecciones 2013 ‘La bicicleta’”. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/7562>.
- Sánchez Calero, María. 2004. “Comité de crisis: actores, roles y trabajo”. *Zer: Revista de estudios de comunicación* 9 (17): 85–100. <https://ojs.ehu.es/index.php/Zer/article/view/5267/5123>.
- Santos, Manoel Leonardo, Aníbal Pérez-Liñán, y Mercedes García Montero. 2014. “El control presidencial de la agenda legislativa en América Latina”. *Revista de Ciencia Política* 34 (3): 511–36. <https://doi.org/10.4067/S0718-090X2014000300001>.

- Sartori, Giovanni. 1984. "Guidelines for Concept Analysis". En *Social Science Concepts*, 15–85. Beverly Hills: Sage Publications Inc.
- . 1988. *Teoría de la democracia. 1. El debate contemporáneo*. Madrid: Alianza Editorial.
- . 1992. *Partidos y sistemas de partidos*. Madrid: Alianza Editorial.
- . 2003. "Lo que no es la democracia". En *¿Qué es la democracia?*, 167–94. Madrid: Taurus. <https://doi.org/10.35461/vitam.v0i3.29>.
- . 2011. *Cómo hacer ciencia política. Lógica, método y lenguaje en las ciencias sociales*. Madrid: Santillana Ediciones Generales.
- Savage, Ritchie. 2019. "Populism in the U.S." En *Routledge Handbook of Global Populism*, editado por Carlos De La Torre, 402–15. Nueva York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Schmidt, Vivien A. 2008. "Discursive institutionalism: The explanatory power of ideas and discourse". *Annual Review of Political Science* 11 (1): 303–26. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.11.060606.135342>.
- Schmitter, Philippe C. 2004. "The ambiguous virtues of accountability". *Journal of Democracy* 15 (4): 47–60. <https://doi.org/10.1353/jod.2004.0073>.
- Schmitter, Philippe C., y Terry Lynn Karl. 1996. "Qué es... y qué no es la democracia". En *El resurgimiento global de la democracia*, editado por Larry Diamond y Marc F Plattner, 37–49. México D.F.: Instituto de Investigaciones Sociales. <https://doi.org/10.2307/3541173>.
- Schneider, Carsten Q., y Ingo Rohlfing. 2013. "Combining QCA and Process Tracing in Set-Theoretic Multi-Method Research". *Sociological Methods and Research* 42 (4): 559–97. <https://doi.org/10.1177/0049124113481341>.
- Schumpeter, Joseph. 1996. *Capitalismo, socialismo y democracia*. Barcelona: Folio. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10286630902807278>.
- Seawright, Jason. 2016. *Multi-Method Social Science. Combining Qualitative and Quantitative Tools*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Shepsle, Kenneth. 1986. "Institutional Equilibrium and Equilibrium Institutions". En *Political Science: the science of politics*, editado por Herber Weisber. Nueva York: Agathon.
- Shugart, Matthew S, y John M Carey. 1992. *Presidents and Assemblies: Constitutional Design and Electoral Dynamics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- . 2003. "Presidents and Assemblies". En *Presidents and Assemblies*, editado por Robert Dahl, Ian Shapiro, y José Antonio Cheibub, 272–76. Londres: MIT Press. <https://doi.org/10.1017/cbo9781139173988>.
- Siavelis, Peter, y Scott Morgenstern. 2009. "Reclutamiento y selección de candidatos en América Latina: Un marco para el análisis". En *Selección de candidatos, política partidista y rendimiento democrático*, editado por Flavia Freidenberg y Manuel Alcántara, 85–130. México D.F.: Tribunal Electoral del Distrito Federal.
- Sotelo, Carlos. 2016. "Aproximación a un concepto de comunicación institucional". En *Comunicación Política. Nuevas dinámicas y ciudadanía permanente*, editado por Rubén Sánchez-Medero, 177–94. Madrid: Tecnos.
- Soto, Luis Gonzalo Trigo. 2016. "Una revisión de los aportes del institucionalismo histórico a

- la ciencia política”. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales* 7 (1): 224–41.
<https://doi.org/10.21501/22161201.1685>.
- Steinmo, Sven. 2008. “Historical institutionalism”. En *Approaches and Methodologies in the Social Sciences. A pluralism perspective.*, editado por Donatella Della Porta y Michael Keating, 118–38. Cambridge: Cambridge University Press.
- Suárez, Waldino Cleto. 1982. “El poder ejecutivo en América Latina: su capacidad operativa bajo regímenes presidencialistas de gobierno”. *Revista de Estudios Políticos*, núm. 29: 109–44.
- Swanson, David. 1995. “El campo de la comunicación política. La democracia centrada en los medios”. En *Comunicación Política I*, editado por Alonso Muñoz y A.I Rospir. Madrid: Universitas.
- Tarullo, Raquel, y Adriana Amado. 2015. “Nuevas tecnologías, usos viejos: las redes sociales en la campaña permanente”. *XII Congreso Nacional de Ciencia Política*. Mendoza.
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51842802/2015_SAAP_redes_y_campana_permanente_Tarullo_Amado-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1634174002&Signature=Ak-5VhSFkKuZ5N0llv96ssRtGtxDaE1qSjw1sl6JjTE6lAt17YYU4kWGGe4cl6PqgLFg3LayIW9E2MDX87tgtCq6Kmh-nGYEm1Cqe-Pbdw.
- Tenpas, Kathryn Dunn. 2000. “The American Presidency: Surviving and Thriving amidst the Permanent Campaign”. En *The Permanent Campaign and Its Future*, editado por Norman J Ornstein y Thomas E Mann, 108–33. Washington D.C.: American Enterprise Institute y The Brookings Institution.
- Thelen, Kathleen. 1999. “Historical institutionalism in Comparative Politics”. *Annual Review of Political Science*, núm. 2: 369–404.
<https://doi.org/10.1093/oso/9780198850014.003.0008>.
- Tilly, Charles. 2001. “Mechanisms in Political Processes”. *Annual Review of Political Science*, núm. 4: 21–41.
<https://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev.polisci.4.1.21>.
- . 2007. *Democracy*. Primera Ed. Nueva York: Cambridge University Press.
<http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>.
- Torcal, Mariano. 2015. “Introducción. Institucionalización de Sistemas de Partidos. Concepto, medición, procesos y consecuencias.” En *Sistemas de partidos en América Latina*, editado por Mariano Torcal, 7–18. México D.F.: Siglo XXI Editores.
- Toussaint, Florence. 2017. “Public Television in Latin America: Changing to the Digital Age”. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales* 62 (229): 223–42.
[https://doi.org/10.1016/S0185-1918\(17\)30009-0](https://doi.org/10.1016/S0185-1918(17)30009-0).
- Urbinati, Nadia. 2019. “Antiestablishment and the substitution of the whole with one of its parts”. En *Routledge Handbook of Global Populism*, editado por Carlos De La Torre, 77–97. Nueva York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Vergara, Rodolfo. 1997. “El redescubrimiento de las instituciones: de la teoría organizacional a la Ciencia Política”. En *El redescubrimiento de las instituciones: La base organizativa de la política*, editado por James March y Johan Olsen, 9–40. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Verón, Eliseo, Leonor Arfuch, María Chirico, Emiliano de Ipola, Noemi Goldman, M. Inés González, y Óscar Landi. 1987. *El discurso político: lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires: Librería Hachette SA.

- Waisbord, Silvio. 2013. “Cambios y continuidades: la agenda de investigación de la comunicación política en América Latina”. *Austral Comunicación* 2 (1): 105–31. [https://rii.austral.edu.ar/bitstream/handle/123456789/274/Cambios y continuidades....pdf?sequence=1](https://rii.austral.edu.ar/bitstream/handle/123456789/274/Cambios_y_continuidades....pdf?sequence=1).
- Waisbord, Silvio, y Adriana Amado. 2014. “Periodismo partido al medio”. En *La comunicación pública como espectáculo. Relatos de la Argentina del siglo XXI*, editado por Adriana Amado, 207–87. Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung. www.kas.de/wf/doc/16135-1442-4-30.pdf.
- Ware, Alan. 2004. *Partidos Políticos y Sistemas de Partidos*. Madrid: ISTMO.
- Weber, Max. 2002. *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*. Editado por Johannes Winckelmann y José Medina Echavarría. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Weyland, Kurt. 2004. “Clarificando un concepto cuestionado: ‘El populismo’ en el estudio de la política latinoamericana”. En *Releer los Populismos*, 11–50. Quito: Centro Andino de Acción Popular - CAAP.
- . 2019. “Populism and authoritarianism”. En *Routledge Handbook of Global Populism*, editado por Carlos De La Torre, 319–33. Nueva York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Wolton, Dominique. 1998. “Las contradicciones de la comunicación política”. En *Comunicación y Política*, editado por Gilles Gauthier, André Gosselin, y Jean Mouchon, 110–30. Barcelona: Gedisa SA.
- Zaks, Sherry. 2017. “Relationships Among Rivals (RAR): A Framework for Analyzing Contending Hypotheses in Process Tracing”. *Political Analysis* 3 (344–362). <https://doi.org/10.1017/pan.2017.12>.
- Zamora, Edgar. 2018. “Contribuciones contemporáneas de metodologías cualitativas para el análisis de políticas públicas: Process Tracing y Qualitative Comparative Analysis”. *Revista de Sociología e Política* 26 (67): 21–37. <https://doi.org/10.1590/1678987318266702>.
- Zani Begoña, Mariel. 2016. “Los liderazgos de Evo Morales y Hugo Chávez en clave populista”. *Revista Política Latinoamericana*, núm. 2: 1–18. <http://www.politicalatinoamericana.org/revista/index.php/RPL/article/view/37/95>.

Apéndices

Apéndice A. Resúmenes de las bases teóricas de la taxonomía propuesta

Tabla A.1. Propuesta evolutiva de la comunicación presidencial de Mouchon

	<i>Estadio 1</i> Comunicación gubernamental impositiva	<i>Estadio 2</i> Comunicación gubernamental de ágora	<i>Estadio 3</i> Comunicación gubernamental interactiva
Estilo	Formal y anticuado	-	Moderno y trivializado
Formato	Institucionalizado	-	Personalista

Elaborado por la autora a partir de Mouchon (1998).

Tabla A.2. Propuesta dialéctica de la comunicación gubernamental de Ponce

	<i>Tesis</i> Modelo de Comunicación Abierta	<i>Antítesis</i> Modelo de Comunicación Cerrada
Actores y roles	3 actores activos <ul style="list-style-type: none"> • Presidente comunica • Medios como nexos • Ciudadanía escucha 	2 actores activos <ul style="list-style-type: none"> • Presidente comunica • Ciudadanía escucha
Público y mensajes	Un solo mensaje a toda la población	1 actor excluido: Medios Dos mensajes, uno para amigos y otro para enemigos
Mensaje	Informativo y argumentativo	Emocional y dramático
Fines de la comunicación	Cooperativa y transparente Canales de intercambio	Conflictiva y poco transparente Choque contra medios y oposición
Volatilidad electoral	Baja volatilidad = búsqueda de diálogo, debate y consenso	Alta volatilidad = intentos por controlar el debate público
Fortaleza Sistema de Partidos	SP fuerte = prima el partido + demandas son tratadas por partidos + partidos construyen visiones históricas del país	SP débil = prima el presidente + demandas son tomadas por el gobierno + caudillos construyen partidos a la medida

Elaborado por la autora a partir de Ponce (2013).

Tabla A.3. Propuesta dialéctica de la comunicación gubernamental de Amadeo

	<i>Posibilidad de espectro</i>	
	Comunicación Totalmente Abierta	Comunicación Totalmente Cerrada
Enunciador	Medios de comunicación	Presidente
Papel de los MCS	Interpretación e intermediación	Espejo, transmisión literal, canalizadores de mensajes
Vocero	Activo y presente. Conocido. Puede ser los ministros	Presidente. Vocero oficial desconocido. Ministros no pueden hablar sin permiso presidencial
Destinatarios	Toda la población	Amigos y enemigos
Discurso para Enfoque	Ciudadanos racionales De consenso e informativa	Masa De batalla, teatral y emotiva
Comunicación de los ministerios	Tematización comunicada de manera independiente de la presidencia	Dramatización y captura de los logros ministeriales para el discurso presidencial
Producción de recursos	Independiente o coordinada	Dependiente y estratégica
Uso de TIC y redes sociales	Elaboración propia + Comunicación 2.0	Dependiente y concentrada + Comunicación 1.0

Elaborado por la autora a partir de Amadeo (2016).

Apéndice B. Etapa 1 – Paso 2: Conceptualización y Operacionalización de condiciones clave

Tabla B.1. Evolución de la operacionalización del concepto de ISP

Dimensiones	Indicadores		
	Mainwaring y Scully (1995)	Mainwaring (1999)	Payne et al (2007)
(1) Estabilidad en los patrones de competición interpartidista	- Volatilidad	- Volatilidad	- Volatilidad
(2) Fortaleza de los vínculos de la sociedad con los partidos	- Cercanía de la sociedad a los partidos - Diferencias entre el voto presidencial y el legislativo - Identificación partidista - Edad de los partidos	- Diferencia entre los votos que obtiene el partido político en el legislativo y el ejecutivo - Identificación partidista - Habilidad de candidatos no partidistas de ganar puestos - Laxa alusión a la importancia de la ideología y el programa	- Capacidad de los partidos de permanecer en el congreso - Respuestas de opinión pública sobre “sentimiento de cercanía a los partidos”
(3) Legitimidad de los partidos: la sociedad los percibe como el canal para determinar quién gobierna	- Preguntas de opinión pública (sin detallar modelo)	- Respuestas de opinión pública sobre “confianza en los partidos” (Latinobarómetro)	- Respuestas de opinión pública sobre “grado de confianza en los partidos” e “integridad de los procesos e importancia de los partidos políticos”
(4) Estructuración de la organización partidista: hay reglas y estructuras de funcionamiento preestablecidas	- Disciplina partidista - Presencia local y nacional de los partidos - Ausencia de un alto grado de faccionalismo	- Existencia de procedimientos claros y estables para elegir a los líderes	<i>*Dejan fuera esta dimensión por variaciones en su definición y porque no disponen de un buen modo de abordar esta dimensión</i>

Fuente: Mainwaring y Scully (1995); Mainwaring (1999) y Payne et al (2007) en Ruiz y Otero (2013, 169).

Elaboración: Ruiz y Otero (2013, 169).

Apéndice C. Etapa 1 – Paso 3: Operacionalización de condiciones clave para QCA

Tabla C.1. Aplicación de la tipología de outsiders a 18 presidentes latinoamericanos

País	Candidato que llegó a ser Presidente	Periodo de gobierno	Partido político de candidatura presidencial	Año de creación del Partido	Año de elecciones presidenciales	Partido Nuevo	Primer cargo político	Partido durante primer cargo	Año del primer cargo	Tipología de carreras políticas de Carreras (2012)				Outsider
										Insider	Outsider aficionado	Outsider inconformista	Outsider completo	
Argentina	Cristina Fernández	10.12.2007 - 10.12.2011	Partido Justicialista	1946	2007	0	Senadora nacional	-	1995	x				0
Bolivia	Evo Morales	22.01.2006 - 22.01.2010	Movimiento al Socialismo	1997	2005	1	Diputado	-	1997				x*	1
Brasil	Dilma Rousseff	01.01.2011 - 31.12.2014	Partido de los trabajadores	1980	2010	0	Secretaria Municipal de Hacienda	Partido Democrático Laborista	1986	x				0
Chile	Michelle Bachelet	11.03.2006 - 11.03.2010	Partido socialista	1933	2005	0	Ministra de Salud	-	2000	x				0
Colombia	Juan Manuel Santos	07.08.2010 - 07.08.2014	Partido social de unidad nacional	2005	2010	1	Ministro de Comercio Exterior	Partido Liberal Colombiano	1991			x		1
Costa Rica	Luis Guillermo Solís	08.05.2014 - 08.05.2018	Partido Acción Ciudadana	2000	2014	0	Jefe de Gabinete del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto	Partido de Liberación Nacional	1986	x				0
Ecuador	Rafael Correa	15.01.2007 - 10.10.2009 10.10.2009 - 24.05.2013	Alianza PAIS	2006	2006	1	Ministro de Economía y Finanzas	...	2005				x*	1
El Salvador	Salvador Sánchez Cerén	01.06.2014 - 01.06.2019	Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN)	1992	2014	0	Diputado	-	2000	x				1
Guatemala	Álvaro Colom	14.01.2008 - 14.01.2012	Partido Unidad Nacional de la Esperanza	2002	2007	1				x	1
Honduras	Juan Orlando Hernández	27.01.2014 - 27.01.2018	Partido Nacional de Honduras	1902	2013	0	Diputado	-	1998	x				1
México	Enrique Peña Nieto	01.12.2012 - 30.11.2018	Partido Revolucionario Industrial	1929	2012	0	Secretario de Finanzas	-	2000	x				0
Nicaragua	Daniel Ortega	10.01.2007 - 10.01.2012	Frente Sandinista de Liberación Nacional	1961	2006	0	Coordinador de la Junta de Gobierno de Reconstrucción Nacional	-	1981	x				0
Panamá	Juan Carlos Varela	01.07.2014 - 01.07.2019	Partido Panameñista	1931	2014	0	Ministro de Relaciones Exteriores	-	2009	x				0
Paraguay	Horacio Cartes	15.08.2013 - 15.08.2018	Partido Colorado	1887	2013	0			x		1
Perú	Ollanta Humala	28-07.2011 - 28.07.2016	Partido Nacionalista Peruano	2005	2011	1				x	1
República Dominicana	Danilo Medina	16.08.2012 - 16.08.2016	Partido de la Liberación Dominicana	1973	2012	0	Presidente Cámara de Diputados	-	1994	x				0
Uruguay	José Mujica	01.03.2010 - 01.03.2015	Movimiento de Participación Popular	1989	2009	0	Diputado	-	1995	x				0
Venezuela	Hugo Chávez	02.02.1999 - 10.01.2001 10.01.2001 - 10.01.2007	Movimiento V República	1997	1998	1				x*	1

Elaborado por la autora a partir de la tipología de Carreras (2012, 1471–73) con archivos de cuerpos electorales.

Nota: “*”Ubicación en la tipología concuerda con la clasificación generada por Carreras (2012, 1471–73) para el periodo 1980-2010. “-” Hace referencia a que se repite el dato sobre afiliación política. “...” Hace referencia a que no ejerció cargo y/o no tenía afiliación política.

Tabla C.2. Presidentes populistas en América Latina desde el retorno a la democracia

País	Presidente	Fuentes
	Carlos Menem	(Finchelstein 2019; Weyland 2019; Burbano de Lara 2019; Roniger 2019)
Argentina	Néstor Kirchner	(Weyland 2019; Burbano de Lara 2019; de la Torre 2018; Peruzzotti 2019)
	Cristina Fernández	(Weyland 2019; Burbano de Lara 2019; de la Torre 2018; Peruzzotti 2019)
	Víctor Paz Estenssoro	(Finchelstein 2019; Madrid 2019)
Bolivia	Evo Morales	(Finchelstein 2019; Burbano de Lara 2019; Madrid 2019)
Brasil	Fernando Collor de Melo	(Burbano de Lara 2019)
Chile	-	-
Colombia	Álvaro Uribe	(Weyland 2019)
Costa Rica	Joaquín Balaguer	(Weyland 2019)
	Abdalá Bucaram	(Burbano de Lara 2019; de la Torre 2018; Levitsky y Loxton 2019)
Ecuador	Lucio Gutiérrez	(Levitsky y Loxton 2019; Madrid 2019)
	Rafael Correa	(Weyland 2019; Burbano de Lara 2019; Roniger 2019; Levitsky y Loxton 2019; Madrid 2019)
El Salvador	-	-
Guatemala	Jorge Serrano	(Levitsky y Loxton 2019)
Honduras	Manuel Zelaya	(Weyland 2019; Roniger 2019)
México	-	-
Nicaragua	Daniel Ortega	(Weyland 2019; Roniger 2019)
Panamá	Martín Torrijos	(Roniger 2019)
	Alan García I	(Weyland 2019; Roniger 2019)
Perú	Alberto Fujimori	(Burbano de Lara 2019; Levitsky y Loxton 2019; Urbinati 2019)
Paraguay	-	-
República Dominicana	-	-
Uruguay	-	-
	Rafael Caldera	(Levitsky y Loxton 2019)
	Carlos Andrés Pérez	(Roniger 2019)
Venezuela	Hugo Chávez	(Burbano de Lara 2019; Levitsky y Loxton 2019)
	Nicolás Maduro	(Finchelstein 2019; Levitsky y Loxton 2019; Savage 2019)

Elaborado por la autora.

Tabla C.3. Medición de poderes partidarios de 18 presidentes latinoamericanos

País	Presidente	Periodo de gobierno	Partido político del Presidente	Coaliciones de Gobierno	Año de elección presidencial	Año de elección legislativa	Cámara Baja			Cámara Alta			Cámara Baja y Cámara Alta			Poder Partidario (índice)
							No. Diputados pro Presidente	No. Diputados Oposición	Total Diputados	No. Senadores pro Presidente	No. Senadores Oposición	Total Senadores	Total dos cámaras pro Presidente	Total dos cámaras	Datos promedio dos periodos	
Argentina	Cristina Fernández	10.12.2007 - 10.12.2011	Partido Justicialista	Frente para la Victoria	2007	-	154	103	257	47	25	72	201	329	N/A	0,611
Bolivia	Evo Morales	22.01.2006 - 22.01.2010	Movimiento al Socialismo	-	2005	-	72	58	130	12	15	27	84	157	N/A	0,535
Brasil	Dilma Rousseff	01.01.2011 - 31.12.2014	Partido de los trabajadores	Para que Brasil siga cambiando	2010	-	310	203	513	49	32	81	359	594	N/A	0,604
Chile	Michelle Bachelet	11.03.2006 - 11.03.2010	Partido socialista	Concentración Democrática	2005	-	65	55	120	11	27	38	76	158	N/A	0,481
Colombia	Juan Manuel Santos	07.08.2010 - 07.08.2014	Partido social de unidad nacional	-	2010	-	48	117	165	28	74	102	76	267	N/A	0,285
Costa Rica	Luis Guillermo Solís	08.05.2014 - 08.05.2018	Partido Acción Ciudadana	-	2014	-	13	44	57	0	0	0	13	57	N/A	0,228
Ecuador	Rafael Correa	15.01.2007 - 10.10.2009	Alianza PAIS	-	2006	2006	1	99	100	0	0	0	1	100	0,010	0,321
		10.10.2009 - 24.05.2013		-		2009	59	65	124	0	0	0	59	124	0,476	
El Salvador	Salvador Sánchez Cerén	01.06.2014 - 01.06.2019	Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional	-	2014	-	31	53	84	0	0	0	31	84	N/A	0,369
Guatemala	Álvaro Colom	14.01.2008 - 14.01.2012	Partido Unidad Nacional de la Esperanza	-	2007	-	51	107	158	0	0	0	51	158	N/A	0,323
Honduras	Juan Orlando Hernández	27.01.2014 - 27.01.2018	Partido Nacional de Honduras	-	2013	-	48	80	128	0	0	0	48	128	N/A	0,375
México	Enrique Peña Nieto	01.12.2012 - 30.11.2018	Partido Revolucionario Industrial	Compromiso por México	2012	-	241	259	500	61	67	128	302	628	N/A	0,481
Nicaragua	Daniel Ortega	10.01.2007 - 10.01.2012	Frente Sandinista de Liberación Nacional	-	2006	-	38	53	91	0	0	0	38	91	N/A	0,418
Panamá	Juan Carlos Varela	01.07.2014 - 01.07.2019	Partido Panameñista	El Pueblo Primero	2014	-	13	58	71	0	0	0	13	71	N/A	0,183
Paraguay	Horacio Cartes	15.08.2013 - 15.08.2018	Partido Colorado	-	2013	-	44	36	80	19	26	45	63	125	N/A	0,504
Perú	Ollanta Humala	28-07.2011 - 28.07.2016	Partido Nacionalista Peruano	Gana Perú	2011	-	47	83	130	0	0	0	47	130	N/A	0,362
República Dominicana	Danilo Medina	16.08.2012 - 16.08.2016	Partido de la Liberación Dominicana	-	2012	2010	93	90	183	28	4	32	121	215	N/A	0,563
Uruguay	José Mujica	01.03.2010 - 01.03.2015	Movimiento de Participación Popular	Frente Amplio	2009	-	50	49	99	16	14	30	66	129	N/A	0,512
Venezuela	Hugo Chávez	02.02.1999 - 10.01.2001	Movimiento V República	-	1998	1998	92	73	165	0	0	0	92	165	0,558	0,566
		10.01.2001 - 10.01.2007		-		2005	114	53	167	0	0	0	114	167	0,683	

Elaborado por la autora a partir de archivos de legislaturas.

Nota: “-” Hace referencia en *coaliciones de gobierno* a que el partido del presidente se presentó solo, y en *año de elección legislativa* a que este coincidió con el año de elección presidencial.

Tabla C.4. Presidentes que han usado campaña permanente

País	Presidente	Fuentes
	Néstor Kirchner	(Amado 2014; Kitzberger 2010; Waisbord y Amado 2014)
Argentina	Cristina Fernández	(Amado 2014; Kitzberger 2010; Bruno, Acha, y García Mora 2018; Tarullo y Amado 2015; Waisbord y Amado 2014)
Bolivia	Evo Morales	(Kitzberger 2010; Zani Begoña 2016)
	Luiz Inácio Lula da Silva	(Fernandes et al. 2016; Ribeiro, Vizoná, y Cassotta 2016)
Brasil	Dilma Rousseff	(Fernandes et al. 2016; Ribeiro, Vizoná, y Cassotta 2016)
Chile	-	-
	Andrés Pastrana	(Caicedo 2017)*
Colombia	Álvaro Uribe	(Caicedo 2017)*
	Juan Manuel Santos	(Caicedo 2017)*
Costa Rica	-	-
	Rafael Correa	(Avila 2013; Báez 2012; Campo 2018; C. Conaghan y de la Torre 2008; García Leiva 2014; Kitzberger 2010; López 2014; Plúa 2014; Sanabria 2014)
Ecuador	-	-
El Salvador	-	-
Guatemala	-	-
Honduras	-	-
México	-	-
Nicaragua	Daniel Ortega	(Almendárez 2009)
Panamá	-	-
Perú	-	-
Paraguay	-	-
República Dominicana	-	-
	José Mujica	(Ponce 2014)*
Uruguay	Hugo Chávez	(Canelón-Silva 2015; Kitzberger 2009; Zani Begoña 2016)
Venezuela	Nicolás Maduro	(Canelón-Silva 2015; Zani Begoña 2016)

Elaborado por la autora.

Nota: *Los autores usan el término campaña permanente como sinónimo de estilo personalista. Es decir, estos líderes modifican la agenda política, pero no cambian la distribución de poder entre sistema político y sistema de medios. Por tal motivo, se los excluye de ser categorizados como presidentes que usaron campaña permanente para esta investigación.

Tabla C.5. Tabla de datos y proceso de dicotomización

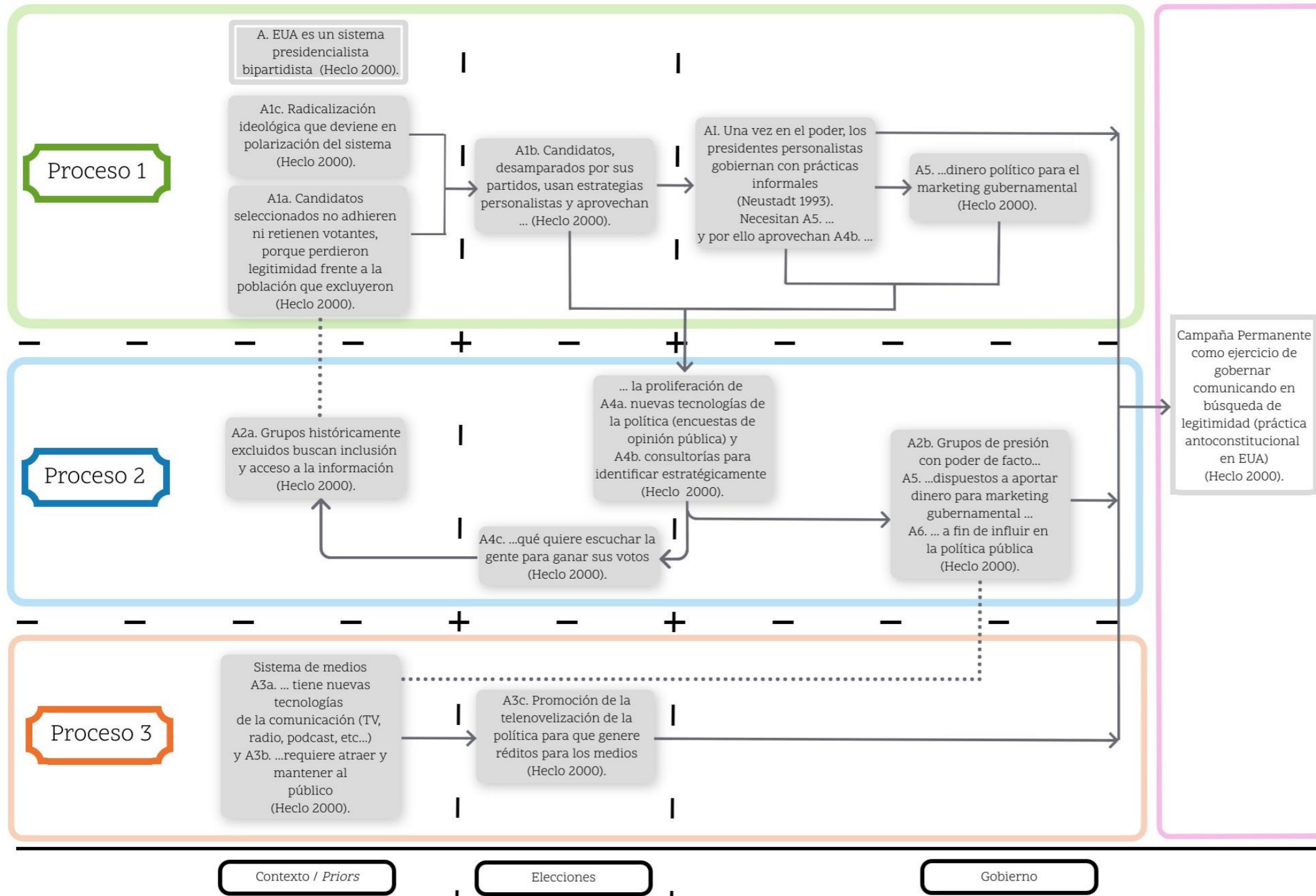
País	Presidente	Periodo de gobierno	Duración constitucional del gobierno (años)	Índice ISP *	(1) ISP	(2) Outsider **	(3) Populista ***	Poder Partidario ****	(4) Pod. Part. (índice)	Corrupción media *	(5) G-M	Resultado: Campaña permanente *****
Argentina	Cristina Fernández	10.12.2007 - 10.12.2011	4	0,712	1	0	1	0,611	1	3,000	1	1
Bolivia	Evo Morales	22.01.2006 - 22.01.2010	5	0,707	1	1	1	0,535	1	3,000	1	1
Brasil	Dilma Rousseff	01.01.2011 - 31.12.2014	4	0,690	1	0	0	0,604	1	3,000	1	1
Chile	Michelle Bachelet	11.03.2006 - 11.03.2010	4	0,935	1	0	0	0,481	1	4,000	1	0
Colombia	Juan Manuel Santos	07.08.2010 - 07.08.2014	4	0,463	0	1	0	0,285	0	3,000	1	0
Costa Rica	Luis Guillermo Solís	08.05.2014 - 08.05.2018	4	0,693	1	0	0	0,228	0	3,000	1	0
Ecuador	Rafael Correa	15.01.2007 - 10.10.2009 10.10.2009 - 24.05.2013	4	0,520	0	1	1	0,321	0	2,500	0	1
El Salvador	Salvador Sánchez Cerén	01.06.2014 - 01.06.2019	5	0,913	1	1	0	0,369	0	2,000	0	0
Guatemala	Álvaro Colom	14.01.2008 - 14.01.2012	4	0,346	0	1	0	0,323	0	3,000	1	0
Honduras	Juan Orlando Hernández	27.01.2014 - 27.01.2018	4	0,454	0	1	0	0,375	0	2,000	0	0
México	Enrique Peña Nieto	01.12.2012 - 30.11.2018	6	0,901	1	0	0	0,481	1	2,833	1	0
Nicaragua	Daniel Ortega	10.01.2007 - 10.01.2012	5	0,676	1	0	1	0,418	0	0,400	0	1
Panamá	Juan Carlos Varela	01.07.2014 - 01.07.2019	5	0,683	1	0	0	0,183	0	2,500	0	0
Paraguay	Horacio Cartes	15.08.2013 - 15.08.2018	5	0,384	0	1	0	0,504	1	2,000	0	0
Perú	Ollanta Humala	28-07.2011 - 28.07.2016	5	0,404	0	1	0	0,362	0	3,000	1	0
República Dominicana	Danilo Medina	16.08.2012 - 16.08.2016	4	0,474	0	0	0	0,563	1	1,000	0	0
Uruguay	José Mujica	01.03.2010 - 01.03.2015	5	0,971	1	0	0	0,512	1	4,000	1	0
Venezuela	Hugo Chávez	02.02.1999 - 10.01.2001 10.01.2001 - 10.01.2007	6	0,642	0	1	1	0,636	1	3,000	1	1
Sumatoria				11,569				7,789		47,233		
Promedio				0,643				0,433		2,624		

Elaborado por la autora a partir de *Coppedge et al (2020a), **ver tabla C.1 en Apéndice C, ***ver tabla C.2 en Apéndice C, ****ver tabla C.3 en Apéndice C, *****ver tabla C.4 en Apéndice C.

Nota: Para obtener los cálculos de los casos Correa (EC) y Chávez (VN), es necesario sumar los dos primeros años de su gobierno más la duración constitucional del segundo periodo que consta como extensión del primero. Así, en el caso de Correa se trabaja sobre 6 años, mientras que en el de Chávez, sobre 8 años.

Apéndice D. Etapa 2 – Paso 1: Construcción de cadenas causales para explicar la campaña permanente

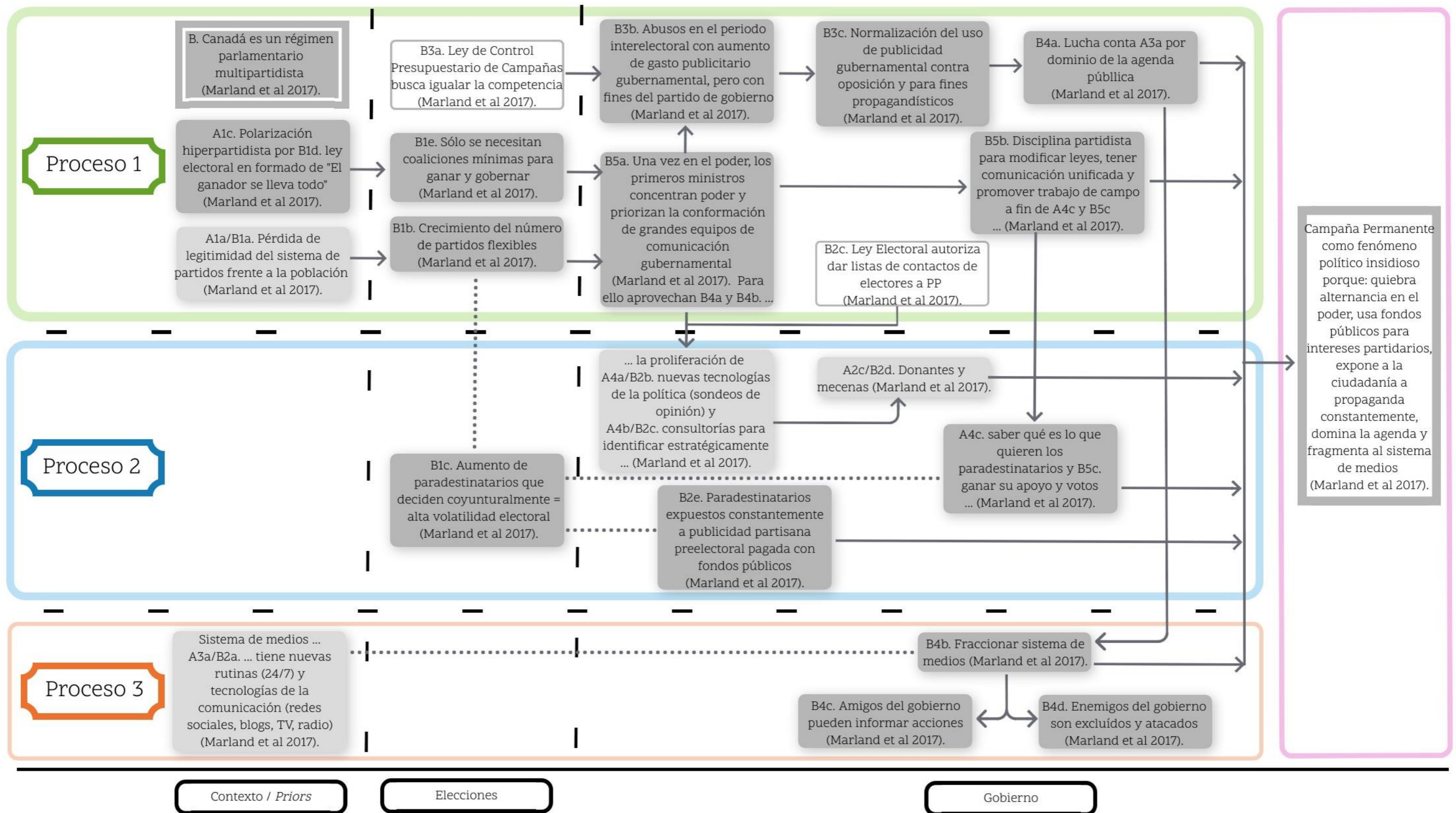
Figura D.1. Propuesta de rastreo de procesos de las causas de la campaña permanente en el caso de Estados Unidos de América



Elaborado por la autora a partir de Heclo (2000) y Neustadt (1993).

Nota: Color gris claro hace referencia a EUA. Código “A” hace referencia a EUA, seguido de codificación de eslabones.

Figura D.2. Propuesta de rastreo de procesos de las causas de la campaña permanente en el caso de Canadá



Elaborado por la autora por agregación de figura 23 del Apéndice D a partir de Marland et al (2017).

Nota: Color gris claro hace referencia a EUA; color gris medio hace referencia a Canadá. Código "A" hace referencia a EUA; código "B" hace referencia a Canadá, seguido de codificación de eslabones.