0º grado.cero
Revista de Estudios en Comunicación

octubre 2026

Nº 8 · e-ISSN 2683-9784

Hermenéutica, subjetividad y mediatización: aportes de Gadamer y Hacking para el análisis de la comunicación política contemporánea

Hermeneutics, Subjectivity, and Mediatization: Contributions from Gadamer and Hacking to the Analysis of Contemporary Political Communication

UCES
UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SOCIALES
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTORA

Carolina Agustina Klein

Universidad de la Fraternidad de Agrupaciones Santo Tomás de Aquino (FASTA)
Buenos Aires, Argentina

carolinaa.klein@gmail.com
https://orcid.org/0009-0000-2092-3484

ENVÍO

[28/07/2026]

ACEPTACIÓN

[28/09/2026]

ARK

https://id.caicyt.gov.ar/ark:/s26839784/qpnhii9ho

Resumen

Este artículo presenta un estudio filosófico de la comunicación política contemporánea, basándose en la hermenéutica de Gadamer y la teoría de la construcción social de Ian Hacking. El objetivo es analizar cómo las narrativas visuales y mediáticas proporcionan significado político, organizan la interpretación social y construyen subjetividades colectivas. El artículo adopta una postura multidisciplinaria y cualitativa, incorporando la interpretación hermenéutica y discursiva de narrativas visuales y mediáticas relacionadas con la comunicación política. El trabajo, desde el punto de vista de la hermenéutica filosófica, sostiene que la comunicación política no es solo la transmisión calculada de mensajes, sino una forma histórica de interpretación que se basa en tradiciones culturales, prejuicios y horizontes simbólicos compartidos. Desde el punto de vista de Hacking, toma como punto de partida cómo las categorías políticamente mediadas producen formas de subjetividad e identificación social a través de procesos de clasificación y efecto de bucle. El análisis toma el menemismo como antecedente de las actuales formas de mediatización política. Asimismo, examina la continuidad de estas dinámicas en los entornos digitales

contemporáneos. En este marco, la construcción visual del liderazgo permite observar la articulación entre tradición política, mediatización y producción simbólica. El estudio también considera el papel creciente de las plataformas digitales y los algoritmos en la circulación de discursos, emociones e identidades políticas. Finalmente, se propone comprender la comunicación política contemporánea como un espacio de disputa por los marcos de interpretación de la realidad social.

Palabras clave: hermenéutica; comunicación política; mediatización; subjetividad política.

Abstract

This article presents a philosophical study of contemporary political communication based on Gadamer's hermeneutics and Ian Hacking's theory of social construction. Its aim is to analyze how visual and media narratives produce political meaning, organize social interpretation, and construct collective subjectivities. The article adopts a multidisciplinary and qualitative approach, incorporating hermeneutic and discursive interpretations of visual and media narratives related to political communication. From the perspective of philosophical hermeneutics, the study argues that political communication is not merely the calculated transmission of messages, but rather a historical form of interpretation grounded in cultural traditions, prejudices, and shared symbolic horizons. From Hacking's perspective, it examines how politically mediated categories produce forms of subjectivity and social identification through processes of classification and the looping effect. The analysis considers Menemism as a precedent for contemporary forms of political mediatization. It also examines the continuity of these dynamics within contemporary digital environments. Within this framework, the visual construction of leadership makes it possible to observe the articulation between political tradition, mediatization, and symbolic production. The study also considers the growing role of digital platforms and algorithms in

the circulation of discourses, emotions, and political identities. Finally, it proposes understanding contemporary political communication as a space of dispute over the interpretive frameworks through which social reality is understood.

Keywords: Hermeneutics; Political Communication; Mediatization; Political Subjectivity.

Introducción

El cambio tecnológico y cultural de las últimas décadas ha transformado radicalmente el proceso de creación de significado político y la estructura de liderazgo en las democracias contemporáneas. El temprano crecimiento de los medios de comunicación masiva, y más tarde los mecanismos digitales, enfatizaron gradualmente cada vez menos la importancia del discurso político lógico, moviéndolo hacia dinámicas mediáticas de afecto y emoción, espectáculo visual, la reproducción continua de historias y la constante circulación de narrativas mediáticas. Sin embargo, estas transformaciones no pueden explicarse únicamente como consecuencia de innovaciones tecnológicas.

La modificación de los modos de circulación de los discursos políticos implica también cambios en las condiciones culturales e históricas desde las cuales los sujetos interpretan dichos discursos y reconocen determinados modelos de liderazgo. El problema no reside solamente en cómo se transmite un mensaje, sino en las condiciones que permiten que ese mensaje resulte comprensible, verosímil y políticamente significativo para determinados públicos.

Tal contexto limita la comunicación política alejándose del modelo simple de propaganda hacia un modelo de persuasión. Imágenes, narrativas y herramientas digitales toman un papel activo en la organización de imaginarios colectivos, componiendo identidades políticas y la construcción social de la realidad. Así, la política moderna se desarrolla en un ecosistema mediado, donde los discursos viajan a través de canales emocionales y

algorítmicos fragmentados. Esto supone considerar que el sentido político no se encuentra completamente contenido en la intención del emisor ni en el mensaje como unidad cerrada. Se produce en una relación entre discursos, dispositivos de mediatización, tradiciones culturales y procesos de interpretación social.

El artículo presenta un análisis filosófico de la comunicación política derivado de esta investigación, que, en nuestro propio trabajo, articula la tesis de Hans-Georg Gadamer con la teoría de la construcción social de Ian Hacking. Esto tiene como objetivo investigar cómo las narrativas de la política crean significado histórico e influyen en los sujetos sociales al crear interpretaciones, procesos de clasificación y mediación.

La articulación entre ambos autores permite abordar dos dimensiones diferentes pero complementarias. Gadamer permite interrogar las condiciones históricas de la comprensión: desde qué tradiciones, prejuicios y horizontes culturales los sujetos interpretan una narrativa política. Hacking, en cambio, permite avanzar sobre un segundo problema: qué sucede cuando determinadas categorías sociales comienzan a circular públicamente y son reconocidas, asumidas, discutidas o rechazadas por los sujetos a quienes designan. De este modo, el análisis puede desplazarse desde las condiciones de producción de sentido hacia los procesos de clasificación e identificación social.

La construcción del liderazgo de Carlos Menem durante la década de 1990 constituye un caso significativo para observar estas dinámicas. El menemismo representa un momento relevante de la comunicación política argentina por la creciente centralidad de la televisión, la personalización del liderazgo y la construcción visual de la figura presidencial.

Este caso se utiliza como antecedente histórico y no como equivalente directo de las formas actuales de comunicación digital. El objetivo es observar continuidades y transformaciones entre un régimen de visibilidad predominantemente televisivo y un escenario contemporáneo caracterizado por plataformas, circulación fragmentada, participación de usuarios y mecanismos algorítmicos de selección y recomendación.

Desde esta perspectiva, la comunicación política contemporánea puede comprenderse no solo como un fenómeno tecnológico o persuasivo, sino también como un espacio hermenéutico en el cual se disputan formas de interpretar la realidad social y de construir identidades compartidas.

Hermenéutica, tradición y construcción simbólica del liderazgo político

En el sentido de la hermenéutica de Gadamer (1975), toda comprensión está históricamente mediada por tradiciones culturales que condicionan la interpretación del mundo social. Según Gadamer en *Verdad y Método*, los sujetos no interpretan la realidad desde una postura neutral, la interpretan debido a prejuicios históricos que preconfiguran la experiencia de comprensión.

Una de las categorías centrales para explicar este proceso es la de prejuicio. Gadamer recupera el término en un sentido anterior a su valoración exclusivamente negativa: el prejuicio constituye una anticipación de sentido desde la cual comienza toda comprensión. Esto significa que ningún sujeto se enfrenta a un discurso político completamente desprovisto de experiencias previas, memorias colectivas, expectativas, representaciones sobre la autoridad o conocimientos vinculados con una tradición política.

Estas precomprensiones no determinan mecánicamente una interpretación, pero configuran el horizonte inicial desde el cual algo puede resultar significativo. De esta manera, la comunicación política no es, en este sentido, sólo la comunicación estratégica de información, sino un proyecto hermenéutico a través del cual el discurso visual interactúa con imaginarios históricamente sedimentados.

La historicidad de la comprensión implica además que el pasado no constituye un objeto completamente exterior al intérprete. Gadamer desarrolla esta cuestión a través de la noción de historia efectual: los sujetos pertenecen a tradiciones cuyos efectos continúan actuando sobre el presente y condicionan las formas posibles de comprensión. En términos políticos, esto significa que determinados símbolos, estilos de liderazgo, gestos o imágenes pueden recuperar significados heredados y, al mismo tiempo, rearticularlos dentro de una coyuntura diferente.

La imagen política de Carlos Menem nació precisamente de esa lente histórica de comprensión. La estructura visual del Menemismo activa figuras que ya son parte de la tradición política argentina: el líder providencial, el líder carismático y el caudillo modernizador, y simultáneamente las articula con imágenes contemporáneas de consumo, globalización y éxito económico. Lo que hacía efectivas a esas imágenes no residía en su capacidad de persuadir directamente; eran efectivas solo si podían insertarse dentro de horizontes culturales previamente constituidos.

La relevancia de esta articulación reside en que el significado político de la imagen no se encuentra solamente en sus características formales. Depende de la relación entre aquello que se representa y los repertorios culturales desde los cuales esa representación es interpretada. La eficacia simbólica de una imagen presidencial no deriva únicamente de una capacidad directa de persuasión, sino también de su posibilidad de inscribirse en horizontes de reconocimiento previamente existentes.

La noción gadameriana de "fusión de horizontes" ayuda a aclarar cómo las personas interpretan los mensajes políticos a través de la convergencia de realidades históricas pasadas con narrativas actuales. Por lo tanto, las imágenes presidenciales no crean significado en un vacío; están tejidas en tradiciones simbólicas que hacen que el liderazgo político sea legible y justificado.

La fusión de horizontes no supone una simple suma entre pasado y presente. Designa un proceso en el cual el horizonte desde el que se interpreta puede transformarse durante la comprensión. Aplicada a la comunicación política, esta noción permite observar cómo una narrativa puede recuperar elementos reconocibles de una tradición y resignificarlos dentro de una nueva coyuntura. El significado surge así de una relación dinámica entre continuidad histórica y actualización simbólica. De manera similar, Gadamer (1975) entiende que el lenguaje constituye la condición fundamental de posibilidad para toda experiencia histórica. La política mediada contemporánea se desarrolla entonces dentro de estructuras discursivas y visuales que moldean la formación de la percepción compartida de la realidad.

El lenguaje no funciona simplemente como un instrumento empleado para expresar un significado previamente constituido; constituye el medio mismo en el que la experiencia se vuelve comprensible. Esta consideración resulta relevante para analizar discursos políticos, aunque requiere extender con cautela la reflexión gadameriana hacia formas visuales y multimodales de significación. Fotografías, spots, gestos, escenificaciones y recursos gráficos pueden ser entendidos como parte de configuraciones simbólicas que organizan posibilidades de interpretación. La imagen política se convierte en algo más que una mera guía estética del presente; más bien, se convierte en una mediación hermenéutica capaz de definir interpretaciones de la realidad actual a medida que la sociedad interpreta el mundo social y media el presente.

Mediatización, narrativa visual y construcción filosófica del sentido político

La comunicación política histórica actual está profundamente influenciada por procesos de mediatización. Verón (1998) describe la mediatización como el proceso por el cual las prácticas sociales y políticas comienzan a estructurarse según la lógica de los medios. Por otro lado, filosóficamente, este fenómeno no solo implica una transformación tecnológica de la política, sino también un cambio en las formas históricas en que se construye el significado social (Verón, 2001).

Desde esta perspectiva, los medios no deben entenderse simplemente como canales neutrales por los cuales circula un mensaje previamente elaborado. La mediatización modifica las condiciones mismas de producción, circulación y reconocimiento del sentido. Por eso resulta necesario distinguir entre la dimensión hermenéutica y la dimensión mediática: Gadamer permite analizar desde qué horizontes un discurso es interpretado; Verón permite observar las condiciones sociales y materiales que organizan su circulación.

Desde la hermenéutica de Gadamer (1975), todas las experiencias de comprensión están mediadas por el lenguaje, la tradición y los horizontes históricos desde los cuales los individuos interpretan el mundo. Al hacerlo, la comunicación política mediada puede considerarse un proceso

hermenéutico mediante el cual las imágenes y narrativas políticas organizan formas colectivas de interpretar la realidad. La política no circula solo como información, sino como producción simbólica capaz de moldear imaginarios sociales y marcos de comprensión histórica. Sin embargo, la mediatización agrega un nivel específico al análisis: no solo interesa qué significan los discursos, sino cómo determinadas instituciones, dispositivos y formatos intervienen en su visibilidad y reconocimiento público. De esta manera, el sentido político surge en la relación entre producción discursiva, condiciones de circulación e interpretación social.

Durante la era de Menem, tal lógica se volvió más apropiada que nunca para la sociedad argentina. Y la imagen presidencial se estableció a través de fotografías oficiales, comerciales de televisión y apariciones en los medios, mediante una imaginería en la que la intimidad emocional, la modernización y el éxito económico tomaron protagonismo.

Más que analizar estas imágenes como piezas aisladas, resulta productivo comprenderlas como parte de un sistema de representación. La reiteración de determinados gestos, escenarios, atributos y situaciones públicas contribuye a estabilizar asociaciones alrededor de la figura presidencial. La imagen política puede funcionar así como una narrativa distribuida en diferentes soportes y momentos de exposición. Carlos Menem fue representado como el ideal simbólico de una fusión de la tradición política peronista y la modernización neoliberal globalizada. Más que ser puramente estética, la eficacia de esta narrativa visual se basaba en sí alcanzaba horizontes culturales que ya estaban presentes en la memoria colectiva argentina.

Desde una lectura hermenéutica, esta articulación no implica que las audiencias recibieron de manera homogénea esas representaciones. Significa que las imágenes se insertan en un campo de sentidos ya existente, donde podían ser reconocidas, discutidas o resignificadas desde memorias y experiencias sociales diferentes.

La teoría gadameriana de la “fusión de horizontes” nos permite, como lectores, elaborar cómo las audiencias “leen” estas imágenes a través de su articulación entre experiencias históricas previas y narrativas

contemporáneas de progreso y modernización. La comunicación política también actuó como una mediación hermenéutica, capaz de reorganizar simbólicamente la experiencia social del presente. En este punto, la comunicación política no actúa únicamente como mecanismo de persuasión, sino como instancia de mediación entre temporalidades. Una narrativa de liderazgo puede volver presente una tradición, reinterpretarla y proyectarla sobre expectativas de futuro.

En este sentido, las disputas políticas actuales pueden leerse como cuestiones en torno al control de los marcos interpretativos de la realidad social. La construcción del liderazgo (en los medios) entonces funciona como una tecnología simbólica para la producción de significado colectivo. Las emociones se vuelven estratégicamente 'centralizadas' de esta manera. Como argumenta Salmon (2008), la narración política convierte procesos complejos en historias emocionalmente convincentes que pueden guiar la acción colectiva. Pero filosóficamente, estas narrativas no solo convencen, también generan diferentes tipos de subjetividad y producen una especie de identificación social.

No obstante, la narrativa no debería reducirse a una técnica destinada únicamente a provocar emociones. Narrar implica seleccionar acontecimientos, establecer relaciones causales, construir protagonistas y antagonistas y proyectar determinados desenlaces. De ese modo, las narrativas políticas estructuran temporalmente el conflicto y producen marcos desde los cuales los acontecimientos adquieren coherencia.

Las emociones pueden intervenir en este proceso, pero no deben considerarse simplemente como el reverso de la racionalidad. Funcionan como formas de valoración y orientación que participan de la identificación política, de la percepción del conflicto y de la construcción de pertenencias colectivas.

Aquí es donde la contribución de Ian Hacking es clave. En "¿La construcción social de qué?", Hacking argumenta que las clasificaciones sociales cambian el comportamiento de los sujetos clasificados en lo que él denomina un "efecto de bucle". Esto, en la aplicación de la comunicación política, sugiere que las narrativas mediáticas no solo se tratan de la

representación de patrones específicos de ciudadanos de un tipo, sino que pueden participar activamente en la creación de ciertas identidades políticas y modos de autodefinición/identidad colectiva. La narrativa menemista sirvió como una imagen simbólica del hombre moderno como algo ligado al consumo, la prosperidad económica y la continuidad neoliberal. Estas representaciones en los medios sirvieron como categorías sociales que actuaban juntas para producir imaginarios colectivos y prácticas de identificación política.

La política mediatizada, por lo tanto, comenzó a intervenir directamente en la construcción cultural de las subjetividades. Estos patrones continuos e intensificadores existen en los espacios digitales actuales. Las redes sociales privilegian mecanismos hipermediados de circulación en los que la emoción, la inmediatez y la identificación afectiva tienen prioridad sobre la argumentación racional. Según Slimovich (2019), Instagram, así como otras plataformas, también crean nuevos sistemas de proximidad emocional entre los líderes políticos y el público a través de técnicas de visibilidad íntima y actuaciones cotidianas.

De manera similar, las historias transmedia examinadas por Jenkins (2008) y Scolari (2013) ilustran cómo los discursos políticos actuales crecen simultáneamente en varias plataformas de medios digitales. Memes, videos cortos, transmisiones en vivo y material algorítmico trabajan en conjunto para asegurar el significado político. Filosóficamente hablando, estas dinámicas subrayan cómo la comunicación contemporánea ya no puede ser vista meramente como la transmisión de mensajes, sino como el sitio de disputa hermenéutica en el que se construyen identidades, emociones y enfoques históricos sobre cómo las personas entienden la vida social.

Clasificación social, efecto bucle y producción de subjetividades políticas

Aquí es donde entra en juego la contribución de Ian Hacking. Hacking (1998) escribe en “La construcción social de qué” que las clasificaciones sociales cambian el comportamiento de los sujetos clasificados según lo que él llama el “efecto de bucle”. El efecto de bucle se produce porque ciertas clasificaciones humanas poseen un carácter interactivo. Las personas

pueden reconocer la categoría que se les atribuye, apropiarse de ella, rechazarla o modificar sus comportamientos en relación con esa clasificación. Esas respuestas pueden, a su vez, transformar el significado y los límites de la propia categoría. Por ello, no se trata de una relación lineal en la que una denominación produce automáticamente un comportamiento, sino de un proceso de retroalimentación entre clasificación, instituciones y sujetos.

En el caso de las comunicaciones políticas, esto sugiere que las narrativas mediáticas no solo reflejan identidades ciudadanas particulares, sino que además reproducen ciertas identidades políticas y la autopercepción colectiva. Esta perspectiva se relaciona con el nominalismo dinámico desarrollado por Hacking. Las categorías destinadas a describir tipos de personas no permanecen necesariamente estables, porque se modifican en interacción con los sujetos clasificados y con las instituciones que producen y utilizan dichas categorías. La clasificación no es simplemente una etiqueta aplicada desde el exterior: puede formar parte de procesos de reconocimiento, diferenciación y autodefinición.

La narrativa menemista construyó simbólicamente al ciudadano moderno asociado con el consumo, el éxito económico, la estabilidad y el neoliberalismo. Estas representaciones en los medios de comunicación masiva eran categorías sociales, que podían organizar la imaginación y actuar como herramientas en la identificación política colectiva. Estas mismas dinámicas se repiten y se intensifican en las plataformas digitales de hoy. Las redes sociales prefieren la circulación hipermediada, donde la emoción, la inmediatez y la identificación afectiva tienen prioridad sobre el argumento racional. Slimovich (2019) argumenta que Instagram y otros sitios producen nuevas formas de proximidad emocional entre líderes políticos y ciudadanos mediante estrategias donde la exposición íntima y la performatividad cotidiana son las claves desplegadas.

Una idea para analizar las identidades políticas contemporáneas se puede obtener de la teoría del nominalismo dinámico de Ian Hacking (1998) y el “efecto de bucle”. En “La construcción social de qué”, Hacking sostiene que las formas en que las personas son clasificadas no son meramente

descriptivas, sino productivas: las clasificaciones sociales rehacen el comportamiento de los sujetos que marcan, y al hacerlo modifican los significados de esas categorías. En este sentido, en las comunicaciones políticas estas representaciones no sólo son descripciones de perfiles ciudadanos, sino que producen formas distintivas de subjetividad política.

En el menemismo, la construcción visual del ciudadano asociado con el consumo, el progreso económico y la modernización neoliberal representó una tecnología simbólica de producción de identidad que formó una realidad cultural para los argentinos. El "efecto de bucle" ocurre cuando las personas comienzan a reconocerse en las clasificaciones mediáticas y ajustan prácticas sociales, consumo cultural y formas de identificación políticamente orientadas.

Conviene, sin embargo, evitar afirmar que estas representaciones produjeron de manera directa una subjetividad específica. En términos más precisos, puede plantearse que ofrecieron repertorios de identificación y categorías mediante las cuales determinados sectores sociales podían interpretar su propia posición dentro de un horizonte político y cultural. Comprobar empíricamente el modo en que esas categorías fueron apropiadas requeriría analizar prácticas y recepciones concretas.

Las categorías políticas circulantes, "ciudadano moderno", "gente común", "casta", "anticasta", "emprendedor", por ejemplo, no permanecen estáticas y cambian en tiempo real, pero existen perpetuamente como resultado de la interacción entre medios, discursos y audiencias, de modo que los pasados personales pueden ser reexperimentados bajo nuevos títulos. Estas categorías no son equivalentes entre sí ni deberían analizarse como si produjeran los mismos efectos. Su relevancia reside en mostrar que la comunicación política también organiza el espacio social mediante operaciones de nominación: establece fronteras simbólicas, atribuye cualidades y ofrece posiciones desde las cuales los individuos pueden reconocerse o distinguirse de otros.

Este efecto es particularmente pronunciado en los medios virtuales de hoy en día, en los cuales las características algorítmicas tienen el potencial de segmentar emocionalmente a las audiencias y personalizar los mensajes

políticos. Los algoritmos están activamente involucrados en la producción de identidades políticas a través de procesos automatizados de recomendación, visibilidad y viralización de contenido. Así, la comunicación política moderna no sólo comunica información, sino que también produce formas específicas de autopercepción social. Estas subjetividades políticas se construyen dentro de entornos digitales, donde las narrativas mediáticas interactúan permanentemente con las respuestas emocionales y performativas de las audiencias conectadas.

Articulación entre hermenéutica y clasificación: de la comprensión a la subjetivación

La relación entre Gadamer y Hacking no debe formularse como si ambos autores desarrollan una misma teoría. Su productividad reside precisamente en que permiten estudiar niveles diferentes del proceso comunicacional. Gadamer explica las condiciones históricas desde las cuales una representación se vuelve inteligible; Hacking permite analizar qué sucede cuando algunas de las categorías presentes en esas representaciones comienzan a interactuar con los sujetos sociales.

Puede distinguirse, de este modo, un primer nivel hermenéutico y un segundo nivel clasificatorio. En el primero, una narrativa política adquiere sentido porque entra en relación con tradiciones, memorias, prejuicios y horizontes culturales existentes. En el segundo, algunas de las categorías presentes en esa narrativa pueden convertirse en formas de identificación y diferenciación social. Esta articulación permite comprender la subjetividad política como un proceso relacional. La identidad no constituye simplemente una propiedad individual previa a la comunicación, pero tampoco puede entenderse como un efecto automático del discurso mediático. Se configura en relaciones entre prácticas sociales, instituciones, narrativas, clasificaciones y modos de reconocimiento.

En términos analíticos, puede pensarse un circuito: las tradiciones culturales ofrecen condiciones iniciales de inteligibilidad; los discursos políticos movilizan imágenes, relatos y categorías; los dispositivos mediáticos intervienen en su circulación; los sujetos interpretan esos discursos desde

horizontes históricos específicos; algunas clasificaciones son asumidas, discutidas o rechazadas; y esas respuestas pueden contribuir posteriormente a transformar los significados disponibles.

La articulación entre Gadamer y Hacking permite así pasar de una pregunta por el sentido a una pregunta por la subjetivación. Mientras Gadamer ayuda a comprender por qué determinada representación puede resultar significativa, Hacking permite analizar qué puede ocurrir cuando esa representación incluye categorías mediante las cuales los sujetos comienzan a interpretarse a sí mismos y a los demás.

Comunicación política contemporánea, algoritmos y disputa por el sentido

Las transformaciones tecnológicas actuales indican que hoy la comunicación política opera como un sistema híbrido en el que se entrelazan la mediatización, la emocionalidad, las relaciones algorítmicas y la narrativización digital. (Catells, 2009) La política emerge en plataformas mediáticas que buscan optimizar el flujo afectivo de información, con un énfasis en las dinámicas de polarización, simplificación discursiva e hipersegmentación de audiencias (Verón, 2001). Esta configuración requiere evitar una concepción determinista de las plataformas y los algoritmos.

Los sistemas algorítmicos no producen por sí mismos el significado de los mensajes ni determinan de manera directa las identidades políticas. Su intervención se desarrolla principalmente sobre las condiciones de visibilidad, selección, recomendación y circulación del contenido. McCombs (2006) sostiene que los medios no solo sugieren sobre qué pensar, sino principalmente sobre qué temas pensar. En los entornos digitales actuales, este papel de establecimiento de agenda se filtra cada vez más a través de algoritmos que pueden clasificar el contenido en función del compromiso emocional y el rendimiento comunicativo. Y la circulación política se organiza a través de arquitecturas tecnológicas que condicionan la visibilidad de discursos, imágenes y narrativas.

Esto implica distinguir entre producción de significado y organización de la exposición. Un algoritmo puede modificar qué contenidos aparecen ante determinados usuarios, con qué frecuencia y dentro de qué secuencias, pero

el significado de esos contenidos continúa dependiendo de procesos de interpretación social.

Aruguete y Calvo (2020) señalan que las redes sociales tienden a afianzar comunidades políticas cerradas: los usuarios consumen entonces contenido que se alinea con sus propias creencias. Estos procesos no deberían entenderse como efectos uniformes ni inevitables. Las plataformas configuran entornos de circulación que interactúan con identidades previas, vínculos sociales, repertorios ideológicos y prácticas de consumo informativo. La polarización, por lo tanto, debe pensarse como un fenómeno relacional en el que intervienen condiciones tecnológicas y dinámicas sociales.

Según Slimovich (2019), Instagram y otras plataformas generan nuevas formas de proximidad entre líderes políticos y públicos mediante estrategias de exposición íntima y performatividad cotidiana.

Esta característica permite identificar una transformación importante respecto de la mediatización televisiva. La representación política deja de concentrarse exclusivamente en acontecimientos comunicacionales relativamente delimitados y comienza a construirse mediante una presencia continua: fotografías, videos breves, transmisiones, historias, comentarios y publicaciones cotidianas producen secuencias narrativas fragmentarias que sostienen la visibilidad del liderazgo. También se modifica la temporalidad de la comunicación política. Los contenidos pueden ser inmediatamente retomados, comentados, resignificados, parodiados o confrontados por otros actores. De este modo, la circulación deja de responder únicamente a una lógica de emisión y recepción para adquirir características recursivas y participativas. Desde una perspectiva hermenéutica, estas transformaciones no eliminan la historicidad de la comprensión.

Las personas continúan interpretando desde horizontes culturales y experiencias previas, aunque esos procesos se desarrollen ahora dentro de arquitecturas técnicas que intervienen en la organización de la visibilidad. La plataforma condiciona el encuentro con determinados discursos; no determina por sí misma el modo en que serán comprendidos. Desde la perspectiva de Hacking, las categorías políticas que circulan en estos

entornos pueden ingresar en procesos acelerados de apropiación y retroalimentación.

Una denominación puede ser propuesta por un actor político, retomada por medios periodísticos, resignificada por adversarios, convertida en meme y reapropiada por comunidades de usuarios. En ese recorrido, su significado puede transformarse. Esta dinámica ofrece un punto de contacto especialmente productivo con el concepto de efecto de bucle, entendido como interacción entre clasificación y respuesta. La comunicación política contemporánea puede, por ello, analizarse como un fenómeno simultáneamente tecnológico, hermenéutico, mediático y cultural.

Conclusión

Se puede argumentar que la comunicación política contemporánea no merece ser examinada sólo a través de lentes instrumentales de persuasión mediática o tecnologías digitales. A través de Hans-Georg Gadamer (1975) e Ian Hacking (1998), podemos leer estos procesos como procesos históricos de creación de significado y la producción de subjetividades políticas. La política, desde la hermenéutica gadameriana, emerge como una lucha interpretativa en la que las historias visuales y discursivas interactúan con tradiciones culturales, prejuicios históricos y horizontes simbólicos compartidos.

Esto significa que la efectividad de los discursos políticos depende de su capacidad para insertarse dentro de marcos históricos de comprensión colectiva que tengan relevancia para la memoria social. Esto implica que ningún discurso político posee un significado completamente autónomo respecto de las condiciones históricas de interpretación. Una representación adquiere sentido en relación con memorias, experiencias y repertorios culturales que hacen posible su reconocimiento.

Por el contrario, el argumento de Hacking explica mucho sobre cómo las categorías políticamente difundidas son agentes activos de cambio en la construcción de la identidad social. Su aporte permite comprender que las clasificaciones aplicadas a personas pueden adquirir un carácter interactivo: los sujetos pueden reconocerse en ellas, rechazarlas o modificar sus

prácticas en relación con esas categorías, generando procesos de retroalimentación que transforman tanto a las personas como a las propias clasificaciones. La principal productividad de articular ambos enfoques consiste en evitar una formulación excesivamente general según la cual los medios simplemente “construyen la realidad”.

El análisis permite distinguir al menos tres procesos diferentes: las condiciones históricas mediante las cuales algo se vuelve comprensible; las clasificaciones mediante las cuales determinados sujetos pueden reconocerse o ser reconocidos; y los dispositivos mediáticos y tecnológicos que organizan la circulación y la visibilidad de esas representaciones.El análisis del menemismo permite observar históricamente una etapa de creciente personalización del liderazgo, centralidad de la imagen y espectacularización de la política. Más que establecer una continuidad lineal entre la televisión de los años noventa y las plataformas contemporáneas, el caso permite identificar transformaciones en los regímenes de visibilidad. La escena televisiva predominantemente centralizada se diferencia del escenario digital actual, caracterizado por múltiples actores, circulación fragmentada, interacción de usuarios y selección algorítmica.

La centralidad de la imagen, las narrativas emocionales y la construcción mediática del liderazgo no constituyen fenómenos completamente nuevos, pero adquieren nuevas formas en los entornos digitales.Por ello, el aporte del artículo puede formularse como una propuesta de análisis organizada en tres niveles complementarios: un nivel hermenéutico, referido a las condiciones históricas de comprensión; un nivel clasificatorio e interactivo, referido a los procesos de identificación y subjetivación; y un nivel mediático-técnico, referido a las condiciones de circulación, visibilidad y recontextualización de los discursos.

Esta diferenciación permite además proyectar futuras investigaciones empíricas sobre corpus visuales, discursos presidenciales, piezas audiovisuales o publicaciones digitales, con el objetivo de analizar de manera concreta cómo se articulan tradición, clasificación y mediatización en diferentes coyunturas políticas. Esta versión ya conserva mucho más tu artículo original y, al mismo tiempo, resuelve el problema central: en el

texto actual, por ejemplo, la explicación de Hacking aparece al final de un apartado y vuelve a empezar inmediatamente en el siguiente, casi con la misma definición del "efecto de bucle".

También corregí algo importante de fondo: el original llega a afirmar que las lógicas actuales tienen "claros antecedentes" en el menemismo y que los algoritmos "producen identidades políticas" de manera bastante directa. En la reescritura esas afirmaciones quedan más prudentes y defendibles académicamente: hablamos de condiciones de circulación, posiciones de identificación, apropiación y retroalimentación, no de causalidades que el trabajo no demuestra empíricamente.

Referencias bibliográficas

Aruguete, N., y Calvo, E. (2020). Nosotros contra ellos: cómo trabajan las redes para confirmar nuestras creencias y rechazar las de los otros. Siglo XXI Editores.

Berganza Conde, M. R. (2008). Medios de comunicación, "espiral del cinismo" y desconfianza política: estudio de caso de la cobertura mediática de los comicios electorales europeos.*ZER. Revista De Estudios De Comunicación*, 13(25). https://doi.org/10.1387/zer.3580

Castells, M. (2013). *Comunicación y poder*. Siglo XXI Editores.

D'Adamo, O., y García Beaudoux, V. (2016). "Comunicación Política: narración de historias, construcción de relatos políticos y persuasión". *Comunicación y Hombre*, (12), pp. 23-39.

Gadamer, H.-G. (1975). *Verdad y método*. Sígueme.

Hacking, I. (1998). *La Construcción social de qué*. Paidós

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.

López, C. A. A., y Gaibor, D. A. C. (2025). "Inteligencia artificial y comunicación política en campañas electorales: mirada crítica, implicaciones y desafíos". *Revista Social Fronteriza*, 5(2).

McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Paidós.

Packard, V., y de Sánchez-Albornoz, M. M. (1970). *Las formas ocultas de la propaganda*. Sudamericana.

Ruiz-Collantes, X. (2019). *Storytelling y relatos políticos contemporáneos*. UOC.

Salmon, C. (2008). *Storytelling: La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Península.

Sánchez Medero, R. (2017). *Comunicación política. Nuevas dinámicas y ciudadanía permanente*. Tecnos.

Schmitt, C. (2009). *El concepto de lo político*. Alianza Editorial.

Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.

Slimovich, A. (2011). "La vía psicológica en el discurso político contemporáneo: Un acercamiento al êthos y páthos en el debate televisado". *Praxis: Revista de Psicología* Número 19 (I Semestre).

Slimovich, A. (2017). "Discursos políticos para todos y todas. Reflexiones sobre las redes sociales del presidente argentino". Redes y Trolls. *Revista Sociales en debate* N. 12.

Slimovich, A. (2018). "El macrismo y la oposición kirchnerista en las redes sociales en la campaña electoral de 2017". *Revista Científica Electrónica de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo de la Argentina* Año 3, #6, julio de 2018.

Slimovich, A. (2019). "La mediatización contemporánea de la política en Instagram: Un análisis desde la circulación hipermediática de los discursos de los candidatos argentinos". *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* N° 39 (noviembre 2019 a abril 2020).

Slimovich, A. (2020). “Instagram y política. Mediatización y circulación en los perfiles de Cristina Fernández de Kirchner y Mauricio Macri”. *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, N. 112, pp. 177-203

Slimovich, A. (2024). “La comunicación gubernamental en la Argentina. La emoción y la razón en los spots de Alberto Fernández”. *Revista Más Poder Local, (57), 8–29. https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.234*

Verón, E. (1998). “Mediatización de lo político. Estrategias, actores y construcción de los colectivos”. En G. Gauthier, A. Gosselin y J. Mouchon (Comps.), *Comunicación y Política* (pp. 220-236). Gedisa.

Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Norma.

Verón, E. (1998)). La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad.Gedisa.

Viñas, R., Belinche, M., Giusti, C. E. S., y López, Y. (2023). “Comunicación política en la era digital y su vinculación con el territorio: disputas y tensiones en el escenario latinoamericano”. Más Poder Local.

Wilches-Tinjacá, J., Guerrero-Sierra, H. F., y González, C. A. N. (2024). “Emociones políticas y narrativas prototípicas: TikTok en las campañas políticas, estudio de caso”. *Revista Latina de Comunicación Social*, (82), p. 38.

Yánez, P. B. C., y Chang, M. N. P. E. (2025). “Análisis del discurso emocional en campañas políticas en redes sociales”. *Revista Social Fronteriza*, 5(4).