



## LA COMUNICACIÓN EN LOS PROCESOS POLÍTICOS

*El siguiente documento pretende aportar un básico pero elemental conocimiento sobre el papel de la **Comunicación** en los **procesos políticos**.*

*Es fundamental que como integrantes de un espacio político podamos adquirir herramientas que nos permitan dar mejores debates públicos y contribuir a mejorar la calidad democrática de nuestra sociedad, pero fundamentalmente, legitimar las acciones llevadas a cabo para alcanzar el principal objetivo de la comunicación política: la **persuasión del electorado**.*

### 1. ANTECEDENTES DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

La **comunicación política** es un concepto relativamente joven. Tanto la comunicación como la política, han sido elementos fundamentales para el desarrollo de las personas, ya que ambas han ayudado a la organización del Estado y al desarrollo de sus potencialidades políticas, económicas y sociales. Así, a través del tiempo, la política ha evolucionado valiéndose de la comunicación con la finalidad de **convencer e influir en la ciudadanía para la aceptación de un modelo económico, político y social**, en el cual se sigan ciertas normas, valores y principios del sistema político imperante.

Los procesos de recolección de información y opinión sobre la o el gobernante, permitieron que se fueran perfeccionando a través de los años, los modelos de propaganda y comunicación consistentes en la **vinculación de la o el gobernante con los gobernados y gobernadas**, donde el primero busca la aceptación y legitimación de su forma de gobernar.

### 2. COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

Para poder definir la comunicación política, veremos por separado cada palabra que la compone: comunicación y política.

La **Comunicación** es el intercambio de información donde participan dos o más partes.

Está compuesto por 4 elementos:

- 1). **Un emisor/a:** en este caso somos cada uno de nosotros/as en nuestro rol de llevar el mensaje.
- 2). **Un receptor/a:** que será el vecino/a, o público al cual destinamos nuestro mensaje.
- 3). **El mensaje:** es lo que queremos comunicar, el contenido que deseamos transmitir.
- 4). **El canal:** es el medio que utilizamos para transmitir nuestro mensaje (folleto/redes sociales/medios de prensa o comunicación, etc.).

En cuanto a **Política**, existen diversas definiciones y conceptualizaciones que varían según la corriente filosófica o de teoría política que se adopte. Tomaremos la más difundida, que sigue una corriente inaugurada por Aristóteles, y que define a la política como:

**\*\*\*\* LA DISCUSIÓN O EL DEBATE SOBRE EL DESTINO DE LO PÚBLICO \*\*\*\***

La política se trata entonces, de **proponer una visión sobre el destino de la cosa pública**, que se encontrará en competencia con otras visiones por lograr la hegemonía. Es decir que es una lucha de discursos por alcanzar la hegemonía o el dominio de una idea sobre las otras.

Estas discusiones se dan en distintos espacios o ámbitos: el Concejo, la Legislatura, el Congreso, la televisión, los diarios, la radio, una reunión, etc.

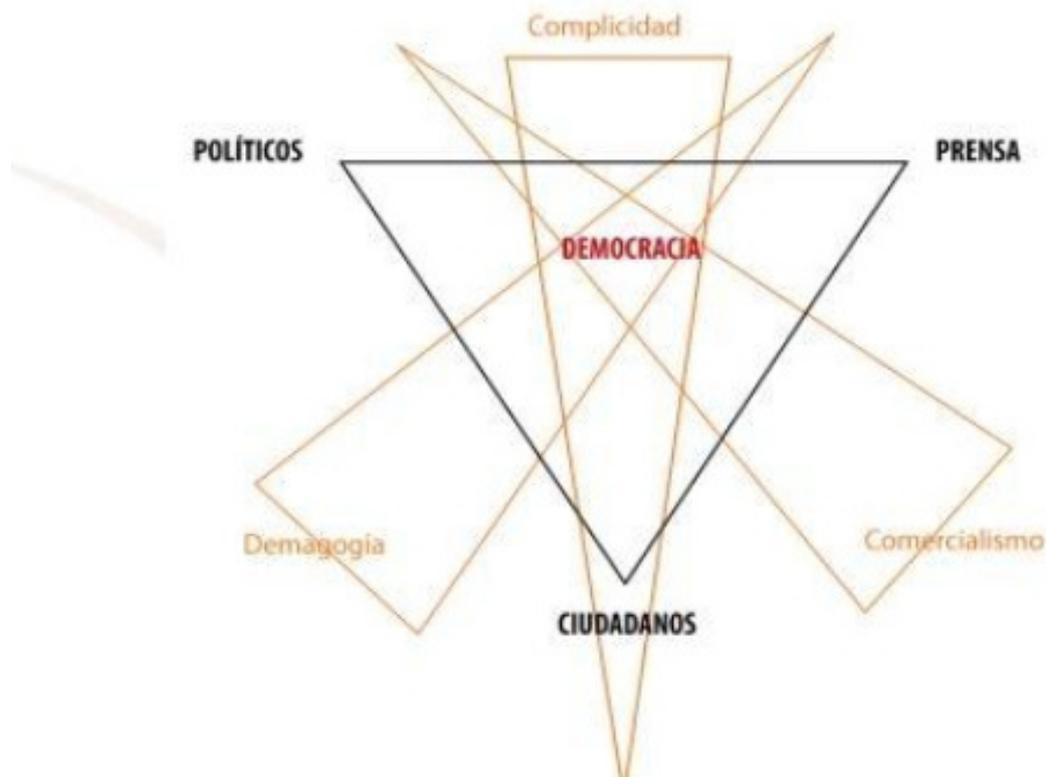
### 3.COMUNICACIÓN POLÍTICA

Definida la comunicación y la política de manera independiente, decimos que: **la Comunicación Política**, es entonces, **el instrumento democrático de intermediación entre el público** (la ciudadanía) **y el gobernante** (candidato, candidata).

La relación entre las partes con el candidato, candidata o gobernante, define un equilibrio donde lo que se pone en juego es la democracia. ¿Qué significa esto?

*Pongamos por caso que el instrumento de intermediación es la prensa: una relación estrecha entre políticos y la prensa va en detrimento del tercer actor, que son los ciudadanos y ciudadanas, creando una “complicidad” entre dichos actores que pone en jaque al principio democrático y republicano; mientras que una relación cercana entre los políticos y los ciudadanos/as es proclive a caer en la demagogia (Práctica política consistente en ganarse con halagos el favor popular). Y por último, una relación estrecha entre la prensa y los ciudadanos, que deje de lado a los políticos/as, tiene una tendencia a caer en el “comercialismo”. (Ver Gráfico 1)*

Gráfico 1



La **comunicación política** estudió en sus inicios la comunicación de las y los gobernantes con la sociedad, vista ésta como mercado electoral. Más tarde, se enfocó también en el intercambio de discursos entre políticos, hasta llegar a los medios de comunicación masivos y la formación de la opinión pública.

Tal como la conocemos hoy, surge con el nacimiento de dos fenómenos: la **opinión pública** y los **medios masivos de comunicación**. Ambos están sumamente ligados y se alimentan uno a otro.

La **comunicación política moderna** ha sido estudiada a partir del papel que juegan sus principales actores:

- políticos,
- periodistas,
- dueños/as de medios de comunicación,
- la opinión pública.

Con la revolución de los medios de comunicación masivos (la radio, televisión, redes sociales, etc) ya no contamos sólo con la palabra, si no que se comienzan a utilizar las artes narrativas al servicio de la comunicación política.

El análisis se ha centrado tanto en la función que juegan los medios de comunicación en el intercambio de mensajes entre el gobierno y la sociedad, que ha dejado de lado otros temas importantes para el estudio de este campo, como lo son la participación ciudadana, la relación partidos-ciudadanía, la transparencia y rendición de cuentas, la libertad de expresión, entre otras.

## La discusión de lo público

El espacio donde se discute el destino de lo público, toma diferentes formas de acuerdo al contexto o momento histórico en que nos encontremos, determinando la naturaleza en que dicho debate se

expresa, modificando tanto a las y los actores, los medios y a la política misma.

*Por ejemplo, si nuestro espacio son las redes sociales, como canal, esta tiene una lógica de funcionamiento particular. Aquí la comunicación política, para tener éxito, deberá adaptarse al medio y los candidatos/as tenderán a mostrar su vida íntima por sobre su plataforma electoral con propuestas concretas, esta ha sido la tendencia de la últimos años. Es decir, se reconfigura la naturaleza misma de la política, modifican su comunicación y la forma de hacer política y el electorado tiene una nueva demanda: conocer la intimidad de quienes aspiran al gobierno.*

Tanto internet como las redes sociales, son fenómenos que todavía se encuentran en discusión por su constante y rápida transformación, y han modificado para siempre la forma que se adopta el debate de lo público. De allí la importancia de cómo adaptamos nuestro mensaje a cada uno de esos canales, para lo cual es necesario tener en cuenta:

- su particular lógica de funcionamiento,
- el público o audiencia que las utiliza,
- los formatos que proponen,
- las herramientas disponibles.

#### 4. ESTRATEGIA Y HERRAMIENTAS DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

Para comunicar de manera exitosa, debemos establecer la estrategia que nos permita alcanzar nuestra meta final. ¿Cuál es nuestra meta principal?

**a-** Persuadir al electorado en el caso de una campaña política.

**b-** Legitimar nuestras acciones para lograr gobernabilidad en caso de que seamos gobierno, o bien, legitimar los logros y acciones de nuestro candidato/a.

#### Estrategia de comunicación política

Los procesos de comunicación política requieren una planificación y evaluación cuidadosa y constante. Antes de diseñar una estrategia, es importante analizar para comprender al público objetivo, identificar sus necesidades y evaluar la situación política y social.

¿Cómo segmentamos a nuestro público objetivo? Puede ser por división demográfica, socioeconómica, geográfica. Esta segmentación permitirá adaptar el mensaje y la estrategia a las necesidades de cada grupo.

Una vez realizada esta investigación, se podrán definir los objetivos y mensajes claves, que deben ser respaldados con argumentos sólidos; los canales más adecuados para llegar a cada grupo objetivo; y las tácticas para transmitir nuestro mensaje.

Una vez transmitido el mensaje, queda la evaluación o monitoreo de la recepción de los mismos, es decir, analizar el impacto que tuvieron (positivo o negativo) y de acuerdo al resultado, reforzar, ajustar o cambiar la estrategia.

## Las herramientas de comunicación política más convencionales

### Los discursos políticos

Se trata del mensaje que tendrá el político candidato o candidata, que tendrá como objetivo convencer al público al que se dirige.

### Las campañas electorales

Durante las elecciones, los candidatos/as y los partidos políticos diseñan campañas para difundir sus mensajes y ganar apoyo (grandes mítines, spots en televisión y/o radio, publicidad impresa y digital, redes sociales).

### Debates políticos

Los debates entre candidatos/as discuten temas clave y contrastan sus posiciones respecto de los temas en agenda.

### Redes sociales

Las redes sociales se convirtieron en una herramienta esencial de la comunicación política. Las plataformas como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube, se utilizan para la difusión de los mensajes, movilizar apoyo y la interacción con con el público objetivo y/o seguidores/as.

### Relaciones públicas y mediáticas

La relación con los medios de comunicación es crucial en la comunicación política. El objetivo es generar una cobertura mediática positiva y una mayor visibilidad. Esto implica la planificación de eventos, ruedas de prensa, notas de prensa, entrevistas en medios de comunicación.

### Campañas publicitarias

Las campañas publicitarias son una estrategia común en la comunicación política. El mensaje se transmite a través de anuncios de televisión, radio, prensa escrita y medios digitales; y suelen enfocarse en resaltar los logros, las propuestas y la imagen de un candidato o candidata, partido político o gobierno.

### Eventos políticos

La organización de eventos políticos (mítines, debates, foros públicos y conferencias de prensa), es una estrategia efectiva para interactuar directamente con el público objetivo. Permite la presentación de propuestas, responder preguntas, generar cobertura mediática y conectarse emocionalmente con las personas.

## Comunicación de crisis

Cuando surge una crisis política, como un escándalo o un problema de reputación, es necesario contar con una estrategia de comunicación de crisis. Esto implica gestionar la situación de manera transparente, proporcionar información precisa, asumir responsabilidades y trabajar en la restauración de la confianza del público.

## Movilización de base

Esta estrategia es utilizada para motivar a los partidarios y al público en general a participar activamente en el proceso político. Puede incluir actividades como el puerta a puerta, llamadas telefónicas, envío de mensajes de texto, organización de eventos locales y establecimiento de equipos de voluntarios.

## Narrativa y storytelling

La narrativa y el storytelling son utilizadas para conectar emocionalmente con el público. Se construyen historias y se utilizan testimonios para transmitir valores, experiencias personales y metas compartidas, con el fin de generar empatía y apoyo hacia los candidatos, candidatas o las políticas.

## 5. CAMPAÑA ELECTORAL Y OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

Como emisores y emisoras, dijimos que nuestra meta o principal objetivo será lograr la **persuasión del electorado para conseguir su voto**.

*¿Cuándo hablamos de un buen funcionamiento en el sistema político?* Cuando una **sociedad organizada legitima las acciones gubernamentales y la presencia de valores comunes**, de modo tal que no habrá necesidad de recurrir a un control ejercido de manera arbitraria, puesto que los ciudadanos y ciudadanas tendrán la firme convicción de que las reglas fueron puestas por ellxs.

La función más importante en términos democráticos que deben cumplir las **CAMPAÑAS ELECTORALES** es formar parte del proceso de **legitimación del sistema político** a través de la realización del acto ritual legitimador por antonomasia de la democracia: las **ELECCIONES** (emitir nuestro voto).

### ¿Cuáles son los objetivos de la comunicación política?

**1)** Proporcionar información precisa y relevante a la población sobre las políticas gubernamentales, los logros, los programas y las propuestas de los partidos y los candidatos o candidatas que compiten en la elección.

Cabe resaltar que como Sistema Republicano, concebimos al acceso a la información como un derecho, que permite al ciudadano y la ciudadana, tener un mayor control sobre el gobierno y, con él, robustecer la democracia.

**2)** Promover la participación activa del electorado en el debate de la agenda propuesta por los partidos. Movilizar y activar al público.

En las elecciones, los temas de agenda se vuelven públicos, enriqueciendo el debate, el análisis y la toma de posiciones. Por tanto, en campaña debemos estimular el interés y la participación en el debate sobre asuntos públicos y reforzar el compromiso cívico con la democracia. Además, controlar y gestionar la agenda mediática e influir en la cobertura de los temas.

**3)** Persuadir a la opinión pública y ganar su apoyo, su voto. Es decir, los partidos, gobernantes, candidatos y candidatas, elaboran su mensaje con el fin de persuadir o convencer al electorado sobre qué o cuál opción política es la más adecuada (para la conducción del país, la provincia, la ciudad, o en función legislativa representativa).

**4)** Construir una imagen y reputación positiva y sólida de nuestro candidato/a.

**5)** Construir coaliciones y alianzas con otros actores políticos, grupos de interés y la sociedad civil para promover objetivos comunes.

## ¿Cuál es su importancia?

La comunicación política es de vital importancia por varias razones:

- Fomenta la participación ciudadana en los asuntos públicos.
- Contribuye a la transparencia y rendición de cuentas por parte de los gobiernos y de esta manera ayuda a fortalecer la confianza entre el gobierno y la sociedad.
- Busca construir consensos y generar acuerdos entre actores políticos y sociales.
- Influye en la toma de decisiones de los ciudadanos/as y responsables de la formulación de políticas.
- Es importante para la construcción de la imagen pública de las y los políticos, los partidos y los gobiernos.
- Desempeña un papel crucial en la transformación social. Permite impulsar cambios en la opinión pública y promover debates sobre temas importantes (como por ej. los derechos humanos, la igualdad de género, el medio ambiente y la justicia social).

## 6. CARACTERÍSTICAS DE UNA BUENA COMUNICACIÓN POLÍTICA

Una buena comunicación política logra un impacto positivo y significativo sobre el público objetivo.

### ¿Cuáles son las características que presenta una buena comunicación?

1. Mensajes claros, comprensibles (evita tecnicismos y utiliza lenguaje accesible) y concisos.
2. El candidato/a debe ser percibido como honesto y creíble. Se debe transmitir autenticidad y credibilidad.
3. El mensaje debe adaptarse a la población objetivo.
4. Busca persuadir, lograr un cambio en actitudes y comportamientos.
5. Sabe escuchar y comprender las preocupaciones, necesidades, perspectivas del público.
6. El mensaje debe ser adaptado al canal utilizado para su transmisión.

7. Ante situaciones adversas, la respuesta y gestión de crisis debe ser rápida. Por eso, es importante contar con un plan de comunicación de crisis.

## CONCLUSIONES

*Si no damos a conocer las acciones de nuestro espacio, la población no tendrá conocimiento sobre lo que hacemos. Pero no podemos ir con cualquier mensaje. Qué comunicamos y cómo lo comunicamos influirá directamente en la legitimación de nuestras acciones, logros o propuestas, por parte de la ciudadanía.*

*La implementación de una buena comunicación política, independientemente del canal y la estrategia elegida para transmitir el mensaje a nuestra población objetivo, nos permitirá, además de consolidar la imagen de nuestro candidato/a, poner en valor y precisar sobre el funcionamiento de las instituciones, y entre otros, promover y fortalecer la participación de la ciudadanía en la toma de decisiones, en el debate público y la generación de consensos para arribar a políticas destinadas a atender las necesidades reales de los sectores a los que nos dirigimos.*

*La opinión pública es inseparable de un proceso comunicacional, tanto en su constitución como en su expresión. Lo que reflejen los sondeos es y será considerado para la toma de las decisiones y el actuar político. Por ello, cuando hablamos de comunicación política lo hacemos dentro del campo de la democracia, sistema en el cual la comunicación política juega un rol fundamental, donde cada una de las partes de este proceso (presentación de candidatos y candidatas, desarrollo de la campaña electoral, difusión en medios de comunicación, realización de debates políticos, las propuestas de campaña, la imagen del candidato/a, la crítica de periodistas), será clave en la formación de la opinión pública.*

*Formar una buena opinión y lograr convencer o persuadir, es nuestro objetivo. Siempre.*

---

### BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA:

Oscar Ochoa. Javier Sánchez Galicia. Miguel Vallés. Charo Toscano.