

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/321197709>

Estrategias de Comunicación Política

Conference Paper · November 2016

CITATIONS

0

READS

1,306

1 author:



[Octavio Reyes López](#)

Centro Internacional de Investigación, Formación, Capacitación y Asesoría Tecnológica (CIIFCAT)

49 PUBLICATIONS 29 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Mercadotecnia Política [View project](#)



Enseñanza-Aprendizaje de la Investigación [View project](#)



Estrategias de comunicación política

Por: Octavio Reyes López

Para dar inicio a la revisión este tema es preciso mencionar que la comunicación es un aspecto fundamental de la política puesto que ésta última actúa de forma sistémica y ambas se retroalimentan automáticamente. Para ejercer la gestión gubernamental es recomendable dominar la gestión política y viceversa, pues para gobernar existen dos rutas plausibles: mediante el ejercicio de la fuerza pública (policía) o bien utilizando la gestión política para conciliar intereses.

Ciertamente todo sistema social requiere de estructura y movimiento para que funcione, sin embargo para lograr la armonía es conveniente utilizar la política y lograr el justo equilibrio entre las posturas rígidas y dinámicas (es decir, equilibrar el sistema social) es un arte que bien puede ser aprendido por políticos y tecnócratas.

Para ejemplificar lo dicho, pongamos de ejemplo a los padres de familia, quienes educan a sus hijos con amor y disciplina para que logren alcanzar por esfuerzo propio sus metas personales. En un sistema social, el cual está compuesto por un conjunto diferente y variado de sociedades o comunidades, se vuelve imprescindible establecer puntos de control en la normatividad social a través de leyes y reglamentos (Márquez, 2005).

Ante la disyuntiva de gobernar apoyado en un régimen autoritario de control estricto o a través de un régimen democrático basado en la gestión política, la comunicación toma un papel predominante y con ello se abre la necesidad de diseñar estrategias de comunicación, en donde es posible conceptualizar que una estrategia se refiere a un planteamiento de largo plazo que establece las pautas generales de la comunicación política, con las cuales se deben preparar los discursos apropiados para tener presencia político-social, partiendo desde las instancias del gobierno hacia los gobernados y viceversa (Freidenberg, 2007).

Líneas estratégicas de la comunicación política

En términos generales, estas estrategias de comunicación política tienen tres grandes propósitos:

- a) **Desarrollar mensajes políticos.** En principio es posible subdividir esta función en dos grandes actividades:
 - ✓ La *información de hechos* y evidencias documentales a través de los argumentos que validen la postura política.
 - ✓ La *formación de opinión* entre el público meta con el apoyo de discursos que estimulen la disposición o percepción positiva.
- b) **Promover actores políticos.**
- c) **Consolidar operaciones políticas.**

Por otra parte, cuando se hace referencia a la promoción de los actores políticos, se habla tanto de las personas como de las instituciones. Con las personas se trabaja en su formación, buscando desarrollar su imagen profesional a través del lenguaje corporal, el tono de voz y las palabras pronunciadas, mientras que con las instituciones se busca desarrollar la presencia mediática en forma de demandas sociales, mensajes enviados e impactos promovidos. Todo esto en su conjunto busca mejorar la percepción del público político, cuyos integrantes evaluarán, en el caso de la persona su **reputación** y en el de las instituciones su **credibilidad**. Para ilustrar los aspectos mencionados se presenta la figura 1:

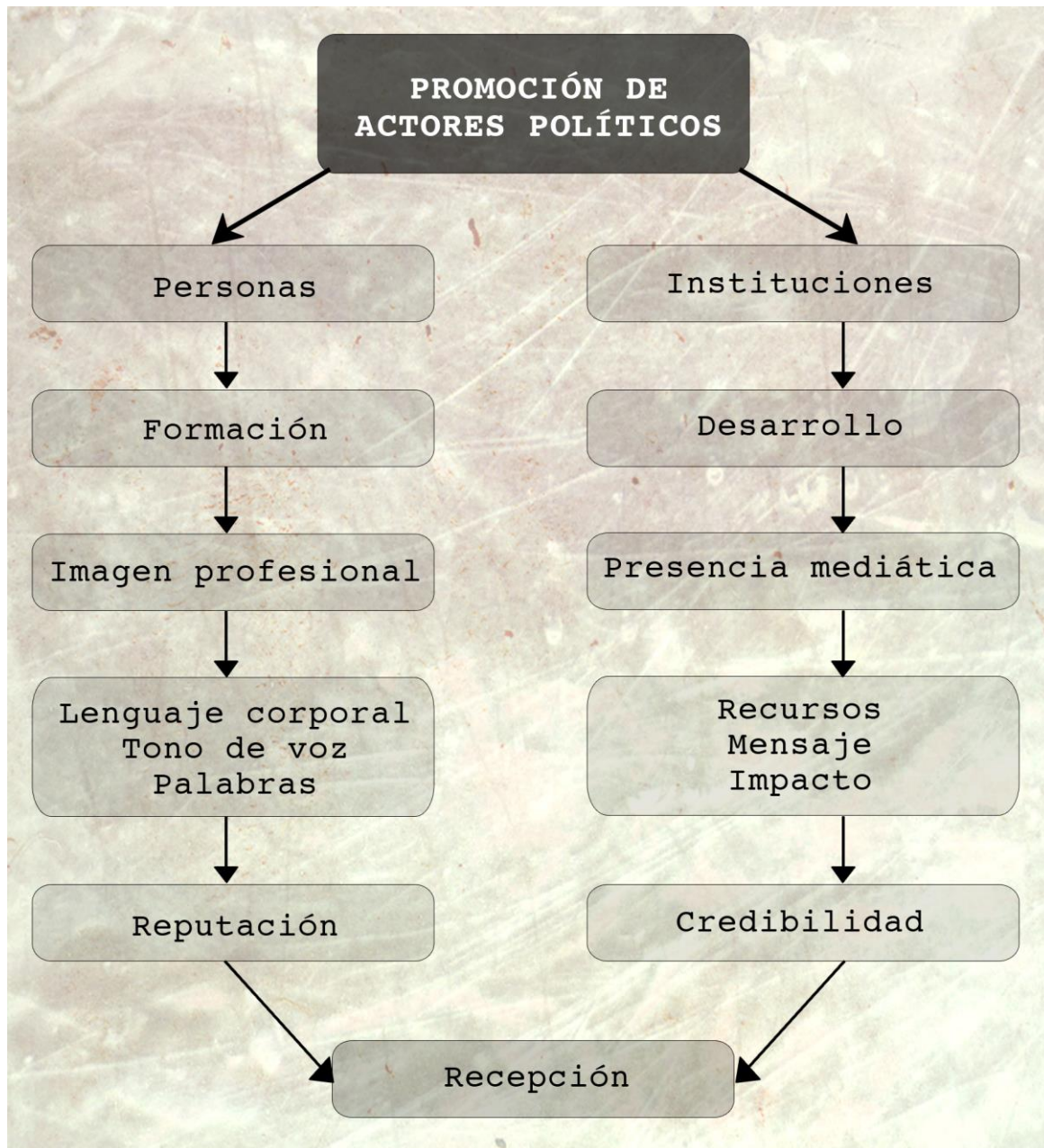


Figura 1. Esquema de promoción de los actores políticos.

Dinámica de la comunicación política

El concepto de **dinámica de la comunicación política** hace referencia a un proceso de intercambio de mensajes entre gobernados (ciudadanos) y gobernantes (políticos). En un sistema democrático, los primeros participan de manera tradicional, emitiendo su sentir y su preferencia a través del voto en las elecciones; sin embargo en la actualidad las llamadas redes sociales ciudadanas tienen una influencia altamente significativa en el rumbo que toman las decisiones políticas debido al peso específico de su rápida participación.

Por otra parte, los gobernantes (o también quienes aspiran llegar al gobierno) son aquellos actores que participan en la emisión y ejecución de las políticas públicas, por tanto son los responsables de administrar los recursos que la sociedad les confiere; es así que al presentar su reporte de resultados deberán ser elocuentes y hacer llegar un mensaje claro sobre aquellos aspectos que les interesa resaltar de manera específica (Botero, 2006).

A partir de los mensajes enviados y recibidos, es posible identificar cuatro variantes que permiten explicar las dinámicas comunicativas de los mensajes políticos, las cuales son representadas en la figura 2.

Recepción de Mensajes	Gobernados	<i>Discursos</i>	<i>Opinión</i>
	Gobernantes	<i>Signos</i>	<i>Códigos</i>
		Gobernantes	Gobernados
		Emisión de Mensajes	

Figura 2. Dinámica comunicativa de los mensajes políticos.

Para facilitar su interpretación, se describe cada uno de los elementos resultantes de dicha interacción.

- Los **discursos** son aquellos mensajes que los gobernantes (o aspirantes a gobernar) dirigen a los gobernados y éstos son preparados para transmitir ideas o posturas sobre los asuntos sociales.
- Los mensajes de los gobernados a los gobernantes se denominan **códigos** y se encuentran implícitos en las actitudes y el comportamiento de la sociedad. El político hábil sabrá interpretar dichos mensajes.
- Los **signos** políticos son intercambios que realizan entre gobernantes y deberán leerse entre líneas, ante la postura diplomática y subyacente que prevalece.
- Se le denomina **opinión** a todos aquellos mensajes que son compartidos entre gobernados, es decir, que son transmitidos entre los miembros de la sociedad en general o alguna comunidad en lo particular.

Productividad de la comunicación política

CONCEPTO CLAVE



La productividad de la comunicación política hace referencia a los criterios de eficacia y eficiencia, esto significa que el objetivo trazado respecto al discurso o mensaje político se debe cumplir cabalmente, pues sólo así es posible que dicha comunicación pueda considerarse efectiva.

La **eficiencia** en la comunicación política, se refiere a el uso y aprovechamiento de todos los recursos disponibles, sean estos los líderes de opinión social, los nodos en las redes sociales, los analistas y cabilderos políticos y en general todos aquellos integrantes de los medios de información y comunicación, también llamados de manera coloquial el *cuarto poder*.

La comunicación política desempeña un papel fundamental dentro del campo de acción de la administración pública y podría considerarse el «flujo sanguíneo» que alimenta todos los sistemas políticos.

Actualmente las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) pueden resultar herramientas útiles en la implementación de las estrategias de comunicación política debido a la velocidad de propagación social que tienen los mensajes políticos, ya sea que estos tengan el propósito de expandir los discursos políticos o de recoger los mensajes que emite la sociedad en su conjunto.

El arte de ser político requiere del dominio de las habilidades relacionadas con la comunicación social, en virtud de que se un político se presenta a sí mismo como un estratega capaz de ofrecer resultados, buscando persuadir a los ciudadanos y líderes de opinión acerca de su postura y su propuesta sobre los asuntos de interés público.

Finalmente, se considerara necesario aclarar que el término **comunicación política** no es sinónimo de **política**, pues este último es un concepto más amplio y de mayor alcance. Sin embargo las políticas públicas, las operaciones políticas y los acuerdos políticos deberán ser comunicados a través de una estrategia que garantice los resultados buscados y que tenga efectos sociales favorables para el emisor de los mensajes, lo cual hace evidente la importancia de dicha comunicación.

Referencias

- Botero, L. (2006). Comunicación pública, comunicación política y democracia: un cruce de caminos. *Revista Palabra Clave*, 2 (9), 7-18. Colombia: Universidad de la Sabana. [Versión en línea]. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/649/64900202.pdf>
- Freidenberg, F. (2007). Reseña de Comunicación Política y campañas electorales. Estrategias en elecciones presidenciales, de Virginia García, Orlando D'Ándano y Gabriel Slavinsky. *En Iconos. Revista de Ciencias Sociales*, (28), 69-179. Ecuador: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales [Archivo electrónico]. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/509/50902817.pdf>
- Márquez, D. (2005). *Función jurídica de control de la administración pública*. México: Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM [Versión en línea]. Recuperado de la base de datos E-libro.