Comunicación política efectiva en tiempos del covid-19



Cuando pensaba en este título recordaba la frase del consultor político argentino, Mario Riorda, que dice: “Se comete un error fatal de pensar que la comunicación política es sólo una cuestión de estética”; (entiéndase por *estética* a la rama filosófica que estudia la esencia de lo bello o el modo particular de entender el arte o la belleza) en este caso, creer que la comunicación política es solo cuestión de “imagen”.

Es importante analizar los inicios de la comunicación política. Ya que fue en la década de los sesenta, con la aparición en Estados Unidos de los debates políticos-electorales en televisión, que aparecen los primeros trabajos sobre el tema, enfocados en el papel de la televisión y la influencia de ésta en los procesos electorales. Más adelante, en los años setenta, la comunicación política se centraba en

el discurso político, la relación de los medios, la opinión pública y las instituciones gubernamentales que dieron paso a una nueva forma de comunicación política basada en los usos de la comunicación en la realidad política. Desde entonces se empezó a entender como un fenómeno ya no solo político sino también social y se comenzó a estudiar los efectos, su trascendencia e impacto en las sociedades.

Con el paso de los años, se han creado nuevas formas de comunicación política que de hecho combinan los procedimientos tradicionales (mitin, visitas domiciliares) con los más modernos (uso de plataformas digitales), pero que tienen un aumento de participación ciudadana y mayores demandas por parte del electorado, y en tiempos de crisis, ni hablar.

La comunicación política brinda el espacio para discutir, debatir, intercambiar pensamientos o ideas, y es por medio de este espacio en el que se le da importancia a la comunicación en la política ya que nos vemos forzados a crear estrategias comunicativas para que esos mensajes que se desean transmitir tengan una mayor eficiencia. Y hoy en día, en medio de una pandemia, una situación nunca experimentada en los últimos cien años es cuando más se debe buscar una comunicación política efectiva, para que un país siga funcionando.

Cualquier político debiese entender que no es suficiente el autoritarismo para controlarla, sino también darle más protagonismo y participación a la ciudadanía. “La exigencia de la sociedad es ser tomada en cuenta, más todavía, pero ésta no es la misma, va cambiando de acuerdo con su contexto y, por ello, se necesitan rescatar o reinventar las técnicas de comunicación para llegar a ella y poder mantener un intercambio de ideas, lo que es indispensable para la permanencia, desarrollo y consolidación de la democracia”. (Reyes Montes, O’ Quínn Parrales, & Morales y Gómez, 2011)

Las medidas de distanciamiento social y el cierre de la economía en el mundo, significa un cambio profundo en la

comunicación política de los gobiernos, tomando en cuenta que la comunicación virtual se ha convertido en la herramienta indispensable para difundir mensajes de manera masiva. Es esta crisis, la pandemia del COVID-19, la que se ha vuelto el mayor desafío que tienen los líderes políticos actuales en todos los países; bien lo describe Daniel Eskivel “La pandemia mata, enferma, aísla, destruye empleos, cierra empresas, infunde miedo y deteriora la calidad de vida. Y una mala comunicación política agrava aún más la situación, además de poner en peligro todos los liderazgos políticos. En este contexto es vital que la comunicación política sea más efectiva. En ello le va la vida a la sociedad, a la democracia y a cada dirigente político”.

En Guatemala, el mayor problema no han sido las acciones que se tomaron desde el inicio para prevenir el contagio de este virus; cerrar las fronteras del país, restaurantes, iglesias, estadios, transporte y demás. Su mayor deficiencia ha sido la comunicación sobre las acciones que han realizado y sobre los datos reales que se manejan en el país sobre el tema. Por eso acá la importancia de comunicar con la máxima transparencia posible. Las personas que escuchan necesitan saber que no hay nada que se les está ocultando o que no sea verídico en una situación tan amenazante. Y no solo eso, sino también reconocer los errores con valentía y sinceridad cuando sea necesario. El COVID-19 no se ha convertido en un desafío de salud o de economía solamente, sino que también en un desafío de comunicación y de esto dependerá el liderazgo de muchos que quieren seguir buscando oportunidades políticas.***La autora es Licenciada en ciencias de la comunicación y estudiante de una Maestría en Comunicación Estratégica y Opinión Pública.***;