



PROMOTION OF POLITICAL
COMMUNICATION AND CHALLENGE
IN PERU

IMPULSO DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA Y RETO EN PERÚ

Luis Benavente Gianella

Resumen

En la última década, la disciplina de la comunicación política ha tomado impulso en el mundo debido a las dificultades y necesidades de los sistemas políticos, así como por el desarrollo de la comunicación digital, pero en Perú los avances no han sido suficientes, a la vez que el interés ha despertado y el reto del futuro está claro y es grande.

Palabras clave: comunicación política; Perú; instituciones; campañas.

Abstract

In the last decade, the discipline of political communication has gained momentum in the world due to the difficulties and needs of political systems, as well as the development of digital communication, but in Peru progress has not been enough, at the same time. Once the interest has aroused and the challenge of the future is clear and great.

Keywords: political communication; Peru; institutions; campaigns.

En la última década, el objeto de estudio de la comunicación política ha decantado y ha ido definiendo sus fronteras con mayor claridad. A la vez, esta disciplina ha adquirido notable importancia y cada vez es mayor el número de investigadores y docentes de la co-

municación política, junto a una muy alta y creciente producción de investigaciones, publicaciones y programas de formación de distinto formato, duración, profundidad y nivel.

En Perú, la comunicación política no ha logrado tomar el impulso suficiente que las circunstancias exigían.

El desarrollo epistemológico y académico ha ido a la par de (y ha sido respuesta a) las crecientes dificultades de la política que, ante las crisis institucionales, gubernamentales, sociales y de campañas electorales, ha puesto y pone a las instituciones y personajes de la política en análisis situacionales que conducen a diagnósticos donde reconocen “errores de comunicación”, para luego usar el recurrente “salvavidas” de decir “no hemos sabido comunicar”, e impulsar procesos para el mejor manejo de la comunicación política.

El “no hemos sabido comunicar” del mundo real conduce a dos cosas.

Primero. La creación y activación del fusible “no hemos sabido comunicar” se ha convertido en un artificio o manera de no expresar errores de gestión y transformarlos positivamente como un contenido oculto en el mensaje “salvavidas”, pues es como decir “hemos actuado bien, pero no hemos sabido comunicar”.

Segundo. Como consecuencia de lo anterior, se ha tomado conciencia de la importancia de la comunicación, y entonces ha surgido una mayor demanda de especialistas en comunicación política que hagan mejor las cosas, para reducir riesgos de la política en la acción institucional, gubernamental, social y de campañas electorales.

Así, la comunicación política se ha convertido en la posibilidad que tienen las instituciones, la política y los políticos para reducir riesgos y mitigar crisis, y esto ha sido el catalizador del impulso que la comunicación política ha tomado en los últimos diez años.

Pero la política ha sido inherente a la comunicación desde siempre, más allá de los aspectos formales de la disciplina de la comunicación política.

Este carácter intrínseco otorga a la comunicación un rol fundamental y necesario en aspectos claves del sistema político como la gobernabilidad, el acceso a la información, la rendición de cuentas, la interacción entre estado y ciudadanía, etcétera, de forma que la comunicación política tiene una naturaleza inherente al funcionamiento mismo del sistema político.

En esa dinámica dual dada por la conveniencia y necesidad política de los actores, y la naturaleza de apoyar el funcionamiento del sistema político, la disciplina ha adquirido mayor dinamismo por el auge creciente de la comunicación digital y las nuevas técnicas y herramientas de la comunicación y el marketing... Vista de esta manera, la comunicación política se ha convertido en la cereza de la torta de la sociedad moderna, y es clave para la estabilidad que requiere la política.

Esto ha llevado a un mayor profesionalismo del manejo de la comunicación política en todo tipo de instituciones, en los distintos niveles del gobierno, y en las campañas institucionales, sociales y electorales.

La comunicación política en la práctica profesional política de Iberoamérica ha tenido un desarrollo dispar; países como España, Brasil, México y Argentina han tomado un mayor impulso, mientras otros países no lo han logrado y el avance en estos diez años ha sido menor. Es el caso de Perú, un país de casi 33 millones de habitantes con una democracia débil y continua, un mediano crecimiento económico en los últimos 30 años que lo llevó a “convertirse” en país de ingresos medios, y que ahora ha sido uno de los más golpeados del mundo por la pandemia covid-19 debido a su deficiente sistema de salud pública y a la educación de muy mala calidad, la comunicación política no ha logrado tomar el impulso suficiente que las circunstancias exigían.

En una mirada general, ha habido cierta mejora de los presupuestos asignados a comunicación en las instituciones políticas, así como para las campañas sociales y electorales, y el nivel de calidad de los profesionales de comunicación política también ha experimentado cierta mejora.

Pero el nivel general de asignación de recursos, el profesionalismo, la investigación, los sistemas de monitoreo, etcétera, en la comunicación política en Perú, no ha tenido el despegue inicial necesario. Fuera de las excepciones de alta calidad en el trabajo comunicacional de las instituciones políticas, domina ampliamente la falta de profesionalismo, la improvisación, la falta de concepto, la inmediatez, la falta de perspectiva y otros defectos que hacen de la comunicación política un terreno infértil que requiere un gran impulso para la proyección al futuro, el desarrollo político, social, ambiental y económico, para la sostenibilidad institucional.

El interés en el presente ha despertado y el reto del futuro está claro y es grande.



Luis Benavente Gianella
Director de Vox Populi Consultoría
@luisbenaventegi