



## COMUNICACIÓN POLÍTICA

G. Georgina Sosa Hernández\*

La comunicación política puede ser entendida de forma amplia como el conjunto de discursos, símbolos y/o contenidos de interés colectivo que se intercambian, confrontan y contrastan en la esfera pública y cuyo impacto se ve reflejado en la toma de decisiones. La interacción que se genera de ese conjunto, mediante la generación de mensajes persuasivos que se articulan y masifican a través de los medios, está orientada a obtener, conservar y/o legitimar el poder político. La comunicación política así vista funge como un canal de transmisión de mensajes entre los gobernantes y los gobernados.

### *La comunicación política*

El estudio de la comunicación política tiene una naturaleza interdisciplinaria, híbrida, dicho de otra manera. Esto quiere decir que se nutre de vertientes y enfoques de otras disciplinas, principalmente de la ciencia política, la sociología y la propia comunicación. Este nexo responde a la necesidad de dar explicación a distintos fenómenos. Su naturaleza híbrida, por tanto, le permite un abordaje amplio de distintas temáticas, y ha adquirido especial relevancia en los estudios sobre propaganda, sondeos y encuestas, políticas informativas de los gobiernos, formas de liderazgo y todas aquellas estrategias que se desarrollan en los contextos de las campañas electorales y gubernamentales.

En la actividad política se encuentran los más importantes mecanismos para construir acuerdos. Ella es la arena privilegiada para la deliberación y la negociación. En buena medida de eso trata la comunicación política: en el análisis de las vías de comunicación que tienen los gobernantes para convencer e influir a los ciudadanos y, paralelamente, en la aceptación de las decisiones que determinan distintos aspectos de las esferas económica, política y social. Bajo esa perspectiva, la comunicación política se ha ocupado de los efectos posibles que tiene esa capacidad de influencia en los ciudadanos, en cómo se construyen las bases de legitimación de la política democrática y, asunto no menor, en el papel que desempeñan los medios en ese flujo comunicativo.

---

\* Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México



Uno de los aspectos centrales en el desarrollo histórico de la comunicación política proviene de los Estados Unidos, país que centraba su interés en el análisis del comportamiento político en general, pero sobre todo en tratar de entender el comportamiento electoral. Como lo ha indicado Guerrero (2014), desde principios del siglo XX existía ya un creciente interés por estudiar los efectos de la comunicación –inicialmente de la prensa, luego también de la radio– sobre el comportamiento político de los individuos.

No se puede entender ni explicar la evolución de la comunicación política en las últimas décadas sin mencionar los avances tecnológicos ocurridos y que abren posibilidades diversas. Si en el siglo XX la radio y la televisión promovieron nuevos formatos para la transmisión de mensajes hacia públicos amplios, en este siglo que corre, bajo el impulso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, la rapidez con la que se transmiten los mensajes y el alcance que tienen en simultáneo en el mundo han cambiado las formas de persuasión e influencia sobre las personas. Las redes sociodigitales se han convertido en un instrumento de primera mano para transmitir mensajes, crear tendencias y promover las agendas de los gobiernos.

### *Comunicación política y democracia*

Con el advenimiento de las democracias modernas, en especial en el siglo XX, la masificación del mensaje ha sido trascendental ya que es la forma dominante para hacer llegar propuestas de candidatos a los electores y decisiones de gobernantes a los ciudadanos, los dos ámbitos predominantes de la comunicación política. La democracia como régimen político requiere de mecanismos que permitan el intercambio permanente de información entre políticos y ciudadanos sobre la toma de decisiones importantes; se necesita informar con el fin de persuadir e influir en los ciudadanos y, en el mejor de los escenarios, convencer para lograr la legitimación de la acción de gobierno. Es éste, en estos tiempos, el elemento crucial de la comunicación política.

Por otra parte, la equidad en el acceso los medios convencionales -prensa, radio y televisión, además de las plataformas informativas digitales- es fundamental para los distintos actores políticos, al igual que para los ciudadanos. Esto sólo es posible en democracia. A través del conocimiento de las propuestas y decisiones del gobierno se beneficia la ciudadanía en términos de transparencia y rendición de cuentas, además de que activa el ejercicio del derecho a la información, todos ellos pilares fundamentales para el desarrollo democrático de cualquier país.



En esta relación de los actores políticos y los ciudadanos, los medios de comunicación y medios digitales juegan un papel fundamental: actúan como filtros entre la clase política y los ciudadanos, brindan información, ubican y establecen temas en la agenda pública que puede transformar la agenda de gobierno y que, a la vez, ayudan a modular la opinión pública. En suma, ofrecen las herramientas para que los ciudadanos formen una opinión sobre los temas de relevancia en la esfera pública, por lo cual su tarea es de gran importancia para la comunicación política.

No obstante, este panorama que parece traer buenas noticias para la democracia contiene un riesgo real que se ha hecho presente en los últimos años: la transmisión de *fake news* (noticias falsas) que implica la falsificación o tergiversación de los hechos con el propósito de manipular; dicho de una manera más amplia, significa la producción y difusión de información estructurada a manera de noticia con la intención de desinformar al público y distorsionar los hechos de algún tema de interés general. Dada la rapidez e inmediatez con las que se puede difundir esta clase de mensajes en tiempo real en las redes sociodigitales y su capacidad para mezclarse con información verídica, representa una amenaza de primer orden para los pilares democráticos de los que hablábamos antes. Adicionalmente, afecta la calidad de la deliberación, pues modifica mediante la manipulación los términos del debate, y, lo que es propio de la comunicación política, trastorna las capacidades de persuasión.

Este fenómeno puede observarse con más claridad en las campañas electorales, periodo en el cual se incrementa la cantidad de mensajes que intentan consolidar una narrativa diferente a las que indican las evidencias, los hechos o los contendientes. Pero crecientemente ha cobrado relevancia en el ejercicio del poder, manifiestamente en los gobiernos que han adquirido un carácter populista, sean considerados de derecha o de izquierda. Las narrativas electorales y de gobierno que se sitúan como *fake news*, pretenden modificar percepciones, alterar estados de ánimo colectivos e imponer un relato de las cosas que benefician una postura determinada, una decisión política o una visión de largo plazo. Si bien es imposible imaginar una democracia sin debate público, hoy el debate público está contaminado por las falsedades y las verdades a medias.

**Citar como:**

Sosa, G. G. (2021, 26 de marzo). Comunicación política. *Prontuario de la Democracia*.  
<https://prontuario-democracia.sociales.unam.mx/comunicacion-politica/>



## Bibliografía

- Bautista Páez, D. (2020). Las fake news y el oficio del historiador. La operación historiográfica en el siglo XXI. *Revista Mexicana de Sociología*, 82, 161-177. <http://dx.doi.org/10.22201/iis.01882503p.2020.0.60008>
- Canel, M. J. (1999). *Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Taurus.
- Canel, M. J. (2007). *Comunicación de las instituciones públicas*. Tecnos.
- Del Rey, M. J. (2007). *Comunicación política, Internet y campañas electorales. De la teledemocracia a la ciberdemocr@cia*. Tecnos.
- Guerrero, M. (2003). ¿Qué es la comunicación política? Ensayo de un modelo. *Revista Iberoamericana de Comunicación*, (5).
- Habermas, J. (1989). *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*. Cátedra.
- Mazzoleni, G. (2014). *Comunicación política*. Alianza Editorial.
- Wolton, D. (1998). La comunicación política: construcción de un modelo. En J. Ferry, *El nuevo espacio público*. Gedisa.