

PERSPECTIVAS

Comunicación política: preguntas en medio de una campaña electoral

Por María Liliana Córdoba (*) y Santiago Martínez Luque ()**

En este dossier nos proponemos discutir sobre comunicación política a 40 años del retorno de la democracia y, como es obvio, en medio de un contexto atravesado por la campaña electoral nacional correspondiente a las elecciones presidenciales en Argentina.

Si revisamos el asunto, las primeras consideraciones sobre el contacto entre comunicación y política pueden rastrearse desde el comienzo mismo de la reflexión política. Por citar solo tres referencias ampliamente conocidas, ya en los tratados aristotélicos sobre la retórica, en las reglas y principios comunicativos que aporta Maquiavelo en *El Príncipe* o en las afirmaciones de Tocqueville sobre las libertades comunicativas requeridas por una democracia liberal, se encuentran reflexiones sustantivas sobre el tema. Sin embargo, como señala Raymond Williams (2003), es recién durante la modernidad que se produjo en Occidente esa “larga revolución” donde comienzan a coincidir el desarrollo de poderosos medios de comunicación, la difusión de la democracia y los cambios en la naturaleza del trabajo y la educación, provocando la reorganización profunda e irreversible de la comunicación y la política.

De hecho, los estudios de comunicación surgieron en ese contexto y en estrecha contigüidad con la tematización de lo político, así como gran parte de la sociología y la ciencia política hicieron de lo mediático un foco de sus primeras interrogaciones (Maigret, 2005). Esas

problematizaciones iniciales fueron realizadas a principios del siglo XX y se refirieron a las influencias y los efectos de los medios masivos —la prensa, la radio y el cine— sobre la ciudadanía, la opinión pública, las actitudes políticas, las decisiones electorales y la forma de gobierno. Luego aparecieron teorizaciones sobre líderes de opinión, preocupaciones por lo ideológico, interrogantes sobre la recepción de los discursos y, más cercanas en el tiempo, reflexiones sobre la espectacularización de la política como efecto de la televisión, así como celebraciones acerca de la potencia democratizadora de internet. Esas teorizaciones se realizaron desde una mirada común que hegemonizó el tratamiento científico del tema desde sus inicios: la perspectiva instrumental o técnica en la que, producto de una “efectiva, consistente y exitosa reducción teórica de los términos”, la política se ve limitada a instituciones y la comunicación a tecnologías (Caletti, 2001, p.40).

De manera contraria a esa mirada, sostenemos que la comunicación constituye “la condición de posibilidad de la política” (Caletti, 2001, 44). Esto, al menos, en un doble sentido. Por un lado, “porque la política supone una relación entre los hombres que no se da centralmente ni por el trabajo ni por el cuerpo sino, por excelencia, por la puesta en común de significaciones socialmente reconocibles, a través de la palabra y de la acción” (44). Por el otro, porque es justamente esa puesta en común de significaciones socialmente reconocibles —es decir, la comunicación— “la que habilita precisamente a lo común como horizonte” (45). O, dicho de otro modo, lo común no puede “sino persistir en el horizonte (y como horizonte), bajo la ilusión que propone la esfera comunicativa” (46).

A lo largo de estos 40 años todos los ámbitos de la vida en común —lo económico, lo político, lo cultural, lo social, lo educativo, lo laboral, etc— experimentaron cambios sustantivos. Pero en el caso de la comunicación, las transformaciones y su proceso de expansión han sido especialmente significativas. No sólo por los cambios en los recursos y posibilidades, sino también por la incidencia de los mismos en las demás áreas de la vida social, al punto que hoy podemos afirmar que no hay actividad humana que no esté atravesada de manera estratégica por la comunicación y la información (Carro, Córdoba y Mata, 2023).

Por otro lado, la propia política y la democracia han mutado sus sentidos. Como señala Rinesi (2018), la democracia fue utopía en los años ochenta, rutina en los noventa, espasmo

en los años 2000 y proceso en la década siguiente. Pero hoy, mientras las demandas por la democratización de la democracia no han desaparecido y, de hecho, siguen operando como dinamizadoras de cambios sustanciales como los que promueven los feminismos o los pueblos originarios, ello convive con otro tipo de cuestionamientos provenientes desde las élites y desde quienes miran con sospecha, recelo y distancia a los procesos electorales y a la democracia misma.

En ese marco, el sintagma comunicación política constituye hoy uno de los asuntos sobre los que se discute, se habla y se especula permanentemente, así como una de las áreas prioritarias donde se buscan explicaciones y soluciones a la crisis democrática, tanto en el ámbito académico como en el mundo profesional. La influencia de las redes sociales en el voto, el impacto de los debates en las decisiones de las ciudadanas y los ciudadanos; el uso de las encuestas; los temas de agenda entre candidatas / candidatos y la población; el uso de las noticias falsas y la desinformación para atacar a adversarias y adversarios, por sólo mencionar algunos tópicos, se vuelven recurrentes en las conversaciones y reflexiones, seguidas, muchas veces de afirmaciones tan contundentes como reduccionistas.

Es innegable, por supuesto, la emergencia de nuevas configuraciones y gramáticas para la aparición y la visibilidad pública operadas por la digitalización y la aceleración de las comunicaciones. También lo acotado de la atención en vínculo con las transformaciones culturales que indican la predominancia creciente de los consumos digitales de redes sociales e internet y la fragmentación profunda de los discursos. Por otra parte, en el marco de una sociedad que ha avanzado drásticamente hacia procesos de hiperindividualización y repliegue hacia lo privado, la gestión de lo común se vuelve un desafío que la política intenta elaborar, tanto en la resolución de los problemas actuales y coyunturales como en la posibilidad de proyectar un futuro compartido para nuestras sociedades.

Con el objetivo de reflexionar sobre algunas de estas cuestiones y continuar construyendo las preguntas que consideramos necesario realizar, es que invitamos a escribir y conversar en este dossier a colegas y profesionales a quienes agradecemos especialmente sus colaboraciones. El objetivo que los une, más allá de los diferentes temas que abordan, es proponer elementos que permitan romper con la idea de una mera vinculación instrumental

entre comunicación y política, con la preocupación meramente funcional o causalista que atraviesa dichas relaciones, para explorar otros fundamentos y respuestas.

La primera invitación es a pensar, junto con Marita Mata y Liliana Córdoba, investigadoras y docentes de nuestra casa, sobre los saberes profesionales y académicos en torno a la comunicación política. La pregunta que recorre el texto es, fundamentalmente, cuánto sabemos y cuánto estamos dispuestos a reconocer que no conocemos sobre este campo de conocimientos. Y desde allí, una invitación a construir los conceptos que nos permitan reflexionar sobre la cuestión, eludiendo las trampas de los sentidos comunes dominantes.

A posteriori compartimos una entrevista al reconocido consultor Luciano Gallup, experto en campañas digitales y análisis de datos. En diálogo con Gallup conversamos sobre los alcances y condiciones que las plataformas digitales —en sus tiempos y gramáticas— imponen a la política en tiempos de campaña, y cómo la misma, en ocasiones, elude su sentido fundamental, escudada tras una razón tecnológica.

En tercer lugar, ponemos a disposición un texto producido por Manuel San Pedro, consultor local de reconocida trayectoria nacional, en el que recorreremos con precisión los desafíos de la investigación cuantitativa en comunicación política hoy, sus límites y desafíos. San Pedro nos invita a pensar, de manera fundamentada, sobre la crisis de la encuestología y su capacidad predictiva en escenarios político electorales.

En cuarto lugar Leonardo Murolo, docente investigador de la Universidad de Quilmes, nos propone pensar en la comunicación política desde la articulación de sus cuatro escenarios: el acto de masas, la representación por proximidad, los medios masivos de comunicación y las plataformas y redes sociales. ¿Cómo se conjugan? ¿Cuáles se priorizan? ¿Qué gramáticas y lenguajes les son específicos?

Finalmente, con Giselle Rodriguez, especialista en comunicación digital e integrante de la organización Mueve Argentina y Mueve América Latina, recorreremos el espacio de la comunicación política electoral en el marco de los procesos nacionales y populares de la región. Particularmente nos propone una serie de preguntas y premisas para pensar la comunicación política y la disputa en los territorios digitales desde los proyectos progresistas latinoamericanos.

Resulta un gusto para nosotros presentarles este dossier en un estimulante diálogo con las campañas y definiciones electorales que nos atraviesan como país. De todas maneras, más allá de los resultados de los próximos comicios, las preguntas y nuevos desafíos que surcan estos textos —entendemos— seguirán acompañándonos en nuestras prácticas de investigación y en nuestros diálogos pedagógicos con estudiantes, con colegas y con la ciudadanía en general.

(*) Dra. en Ciencias Sociales; profesora investigadora de la Facultad de Ciencias Sociales (FCS) y la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). liliana.cordoba@unc.edu.ar

() Dr. en Ciencias Sociales; profesor investigador de la Facultad de Ciencias Sociales (FCS) y la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Consultor en comunicación política. santiago.martinez.luque@unc.edu.ar**

Referencias

Caletti, S. (2001). Siete tesis sobre comunicación y política, *Diálogos de la Comunicación*, (63), 36-49.

Carro, P. Córdoba, L. y Mata, M. (2023). *Renovar las políticas de comunicación: lineamientos y propuestas*. Ponencia presentada en el Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación. (en prensa)

Maigret, E. (2005) *Sociología de la comunicación y de los medios*. Fondo de Cultura Económica.

Rinesi, E. (2018). La democracia, los derechos y el Estado. En Vommaro, G. (coord.), *Estado, democracia y derechos en Argentina. Controversias en torno a los años kirchneristas* (pp. 225- 238). CLACSO-UNGS.

Williams, R. (2003). *La larga revolución*. Nueva Visión.