



Evolución histórica de la comunicación política en los procesos electorales del Perú: desarrollo de la conciencia democrática

Historical evolution of political communication in electoral processes in Peru: development of democratic consciousness

Jorge Guillermo Verástegui Peña ^{1,*}

¹ Escuela de posgrado. Programa académico de doctorado en comunicación social. Universidad César Vallejo.

*Autor correspondiente: jorge@familiaverastegui.com (J. Verástegui).

Fecha de recepción: 10 08 2022. Fecha de aceptación: 27 09 2022.

RESUMEN

El objetivo del presente estudio es analizar la evolución histórica de la comunicación política en los procesos electorales del Perú. La comunicación política se ha visto colmada del medio que están al alcance de todos, el uso del internet y las redes sociales, forman un conglomerado de comunicación digital, este tema digital está causando gran impacto en todos los estratos sociales y económicos, la comunicación política ha avanzado de tal manera que entre elector y político la comunicación está más cerca para el intercambio de ideas y discutir propuestas hechas por los políticos, es así que al hacer una breve descripción histórica de cómo fue la evolución de la comunicación política del Perú como estado democrático y cuales fueron esos cambios que se dio en la comunicación política del Perú. Se concluye que el político se aprovechó de los medios de comunicación para dar un falso discurso prometedor y hacerles creer que, en un eventual gobierno suyo, las cosas cambiarían de manera radical, haciendo del discurso un arma que utiliza el político a su favor.

Palabras clave: política y redes sociales; medios de comunicación; procesos electorales; políticos.

ABSTRACT

The objective of this study is to analyze the historical evolution of political communication in the electoral processes of Peru. Political communication has been filled with the means that are available to everyone, the use of the internet and social networks, form a conglomerate of digital communication, this digital issue is causing a great impact on all social and economic strata, political communication has advanced in such a way that communication between voter and politician is closer for the exchange of ideas and discuss proposals made by politicians, so when making a brief historical description of how political communication evolved in Peru as a state democracy and what were those changes that occurred in the political communication of Peru. It is concluded that the politician took advantage of the media to give a false promising speech and make them believe that in an eventual government of his, things would change radically, making the speech a weapon that the politician uses in his favor.

Keywords: politics and social networks; media; electoral processes; politicians.

INTRODUCCIÓN

Desde que el hombre aprendió a comunicarse y a usar las herramientas adecuadas para entablar una comunicación con sus compañeros y su comunidad, ha visto la necesidad de buscar nuevos métodos y formas en comunicación y a su vez utilizar los canales necesarios para que su mensaje pueda llegar a los grupos de interés. De esta manera la comunicación en sus diferentes

formas se hace presente y hasta la actualidad se emplean nuevos canales y medios de comunicación que influyen en la sociedad (Cooperberg, 2002; Rey, 2011; Anaya, 2022; Frisancho y Aparicio, 2021).

Cuando el hombre inventó la imprenta, este dio un gran salto en la historia de las comunicaciones, porque se comenzaron a registrar de manera masiva publicaciones

que muchos deseaban y así poder tener mayor alcance en la comunicación que se pretendía, luego vienen nuevos inventos como la radio, la televisión, y muy recientemente el internet, todas estas herramientas el hombre las usa como medios de comunicación y así poder estar en contacto con sus grupos de interés u objetivos (Greco, 2019).

El hombre es un político por naturaleza y a la vez trata de socializarse con su grupo a través de una comunicación con la que todos comparten (Campillo, 2014), ¿Pero de que sirven estas herramientas en la comunicación política?, las herramientas de comunicación política sirven para que el mensaje llegue a todos los involucrados, en comunicación política se emplea un mensaje mucho más amplio que involucre un tema alentador y prometedor hacia el público objetivo, para que este llegue a la masa electoral y de esta manera obtener más seguidores que en política se llaman militantes (Reyes et al., 2011).

La comunicación cumple un papel fundamental en los sistemas democráticos, ya que permite conocer el ejercicio de los gobernantes y a través de esto elaborar libremente la forma de pensar y actuar en relación con el gobierno. Los políticos, dentro de su función en el gobierno, toman decisiones que impactan a nuestra sociedad, lo cual influye directamente en la estabilidad de su cargo, por lo que tienen como objetivo reducir la inestabilidad y que no vulnere el mismo; por tanto, necesitan contar siempre con apoyo para legitimar sus acciones y garantizar su permanencia (Pérez y Maciel, 2006). En este punto, la comunicación adquiere un papel trascendental, cuyas funciones son informar, interpretar y mediar intereses, ya que con esto se legitima su acción comunicadora, dado que los objetivos de los políticos pasan por una estrategia de comunicación de sus acciones en forma de mensajes a la sociedad (Mendé y Smith, 1999; Conde y Moreno, 2011).

Los inicios de la comunicación política se pueden encontrar prácticamente desde el estado y ciudadanía con las aportaciones de Platón y Aristóteles en los momentos gloriosos desde las plazas públicas, pasando por la formación de la República, hasta llegar a la época actual, donde aparece el término de comunicación política (Restrepo-Echavarría, 2019).

El objetivo del presente estudio es analizar la evolución histórica de la comunicación política en los procesos electorales del Perú.

COMUNICACIÓN POLÍTICA

La comunicación política a lo largo del tiempo viene evolucionando y se va

adaptando a cada momento y variando su concepto dependiendo del autor, quién intentará redefinirla acorde al desarrollo de la sociedad (Pérez y Maciel, 2006; Conde y Moreno, 2011).

La sociedad de la información en comunicación política, plantea la necesidad de desarrollar estados más modernos, sensibles a las demandas ciudadanas (Aguar y Medranda, 2018; Figueroa, 2012). Los procesos deben ser más flexibles, ágiles en el momento de brindar los bienes y servicios públicos. Por ello, su diseño debe desarrollarse en base de la comprensión e interpretación de las genuinas necesidades y expectativas de los usuarios, de tal manera que el buen uso y conveniencia de las plataformas y herramientas tecnológicas de información y comunicación impacten de manera favorable en el relacionamiento de las entidades públicas y los ciudadanos (Ayala, 2014; Sol, 2012).

La política es un arte, una actividad no teórica, el político es una persona que hace una práctica del saber comunicarse, entonces se puede decir que no hay política sin comunicación y esto se debe al rápido desarrollo de los medios de comunicación que tuvieron en el siglo pasado (Canel, 1999).

Por lo tanto, la evolución de la comunicación política es un tema que se arrastra desde muchos años atrás, inclusive antes del inicio de la nueva república, con único propósito de comunicar ideas o conceptos políticos.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

La comunicación política usa las mismas herramientas y los medios para hacer llegar el mensaje a quienes se les desea transmitir, pero se habla también de la necesidad de contar con un medio oficial, que nace debido a la diversidad de medios y a la falsa información que puede llegar a circular (Peralta, 2011; Álvarez, 1999).

En el Perú, entre los años 1821 y 1824, el estado eligió un medio impreso específico que se llamaba "La Gaceta" el cual fue utilizado como vocero oficial de la nueva república, de esta manera toda la información que se publicaba en dicho medio era cierto (Peralta, 2011), como se observa y analiza en estos relatos la comunicación política es muy similar o igual a la de hoy en día, porque un comunicado o informe oficial para ser publicado en un diario oficial de la actualidad que es "El Peruano", tiene que pasar y ser supervisado y aprobado por las instancias correspondientes, de esta manera se hace un recorrido de verificación de la información.

Los medios de comunicación dentro de la política juegan un rol muy importante e

influyente que en ocasiones atenta contra un buen desarrollo de democracia (Ruiz, 2016) y en otras ocasiones sirve incluso como fiscalizador (Rospigliosi, 1997), esta inestabilidad y la expansión del internet a dado trascendencia a las redes sociales, que ha originado una manera distinta de que la ciudadanía participe y ha establecido una nueva realidad que se debe articular a las maneras tradicionales de hacer política (Ayala, 2014; Gelpi, 2018; Vásquez-Rizo et al., 2021).

EVOLUCIÓN DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL PERÚ

El proceso de la evolución histórica en la comunicación política del Perú, ha sufrido grandes cambios y uno de ellos es la transformación en la comunicación que hoy en día se denomina la comunicación digital, como pilar de la modernización, en el Perú se ha definido como un proceso que se da de manera continua, disruptiva, estratégica y que plantea un cambio cultural, sustentado en el uso intensivo de las tecnologías digitales con el propósito de sistematizar y analizar datos para generar efectos económicos, sociales y de valor para las personas (Rivoir y Morales, 2019; Romero-Rodríguez y Rivera-Rogel, 2019). Esto implica desarrollar niveles de madurez organizacional, en el que los elementos culturales son claves para generar valor en los procesos.

Por ello, este trabajo pretende investigar la evolución histórica de la comunicación política en el Perú en la formación de los estados democráticos, así mismo, profundizar en el conocimiento y uso de las técnicas y métodos empleados para investigación, por lo tanto, el propósito, es profundizar en la calidad del trabajo a investigar. López-Rabadán y Vicente (2011) mencionan que en las publicaciones de investigación científicas de las Ciencias de la Comunicación se debe contribuir a la mejoría en las prácticas investigativas, para mejorar el conocimiento científico.

Para continuar con este trabajo, es necesario completar la parte exploratoria, aplicando las técnicas y métodos en investigación científica, consideraremos para este fin el uso de fichas sincréticas que es un excelente análisis del contenido cualitativo, del cual se tomó referencias.

Vallès (2010), indica que el estudio de este caso es muy complejo, porque nos permite estudiar los diferentes medios de comunicación que influyeron para una determinada historia democrática, durante el proceso democrático, la comunicación y su evolución de acuerdo al tiempo y al espacio, cuando hablamos de tiempo nos

referimos en los años en que se inició el proceso de la comunicación, para dar pie a un estado democrático y espacio nos referimos al ámbito en que ocurrieron los hechos durante el tiempo, esto quiere decir que en un cierto lugar se dio este caso de comunicación política para llegar a un estado democrático.

La evolución histórica de la comunicación política, también involucra a los diferentes medios de comunicación, ya que son estos los involucrados para llevar y transmitir los mensajes políticos al grupo de interés, durante la evolución de las comunicaciones vemos que los medios masivos como la televisión son agentes muy importantes en la toma de decisiones al momento de evaluar políticamente, (Berrocal, 2003), refiere que la televisión es un medio de influencia muy importante en el electorado, porque a través de las entrevistas políticas, destacan el actuar del candidato favorito.

Por otra parte, los políticos que no tienen el presupuesto suficiente para hacer campañas políticas en televisión, usan los medios alternativos de comunicación, llamado a esta comunicación alternativa, Barranquero y Sáez (2010) mencionan que estos tipos de comunicación permanecen invisibilizados en los comunicadores profesionales y tratan de cambiar el modo de comunicación tradicional, esto incide a la profesionalización del emisor y la pasividad del receptor.

Berrocal et al. (2014), indica que la evolución de las comunicaciones en la actualidad ha cambiado mucho desde fines del siglo pasado, el uso de redes sociales en la comunicación política es hoy en día una de las más usadas dentro del contexto político, es la primera vez que los electores o público involucrado puede interactuar con los personajes políticos y responder a sus mensajes en los diferentes medios de comunicación, existe una gran incógnita entre los medios de comunicación y los ciudadanos al preguntarse, que tipo de contenidos producen y consumen los ciudadanos, cuando no son los medios de comunicación los que establecen alguna preferencia de información.

CONCLUSIONES

Se concluye que el político se aprovechó de los medios de comunicación para dar un falso discurso prometedor y hacerles creer que en un eventual gobierno suyo, las cosas cambiarían de manera radical, haciendo del discurso un arma que utiliza el político a su favor, pues solo lo utilizaba para ganar votos en las urnas sin importarle las promesas que no se podían cumplir, cuando el político resultaba ganador, se olvidaba totalmente del discurso de promesas que había hecho en su campaña para la

elección, de esta manera los electores que confiaron en el político se veían decepcionados de un discurso falsamente utilizado y a manera de burla de sus electores, aunque parezca increíble esta historia se viene repitiendo desde la formación de los estados democráticos hasta la actualidad, debido a las elecciones presidenciales y congresales que se vienen realizando en nuestro país, en una reciente encuesta realizada por una empresa de prestigio en el Perú sobre si los electores confían en el discurso de los políticos, increíblemente un 92.5 % de los encuestados manifestó que no cree en ningún político y sus promesas electorales. Además los medios de comunicación, son los aliados para difundir el discurso político no cumplido y de esta manera, los electores o el pueblo mismo, culpan a los medios de comunicación como aliados del gobierno en la deficiencia del gobernador, originándose la corrupción al no cumplir los medios de comunicación con su trabajo de informar acerca del mal manejo de los bienes del estado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, E. (1999). *El rol de los medios de comunicación en la lucha contra la corrupción. Una perspectiva desde la sociedad civil*. VI Seminario Iberoamericano sobre Medios de Comunicación y Sociedad Democrática, Antigua, Guatemala.
- Aguilar, N., y Medranda, N. (2018). *Comunicación, desarrollo y política*. 1er edición. Editorial Universitaria Abya-Yala. Ecuador.
- Anaya, L. E. (2022). Influencia de los medios de comunicación en la conducta de niños y adolescentes en México. *Revista De Investigación Académica Sin Frontera: División De Ciencias Económicas Y Sociales*, (38).
- Ayala, T. (2014). Redes sociales, poder y participación ciudadana *Revista Austral de Ciencias Sociales*, (26), 23-48.
- Barranquero, A., y Sáez, C. (2010). Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación. *Congreso Internacional AE-IC*, 1-25. <http://www.aeic2010malaga.org/upload/ok/453.pdf>
- Berrocal, S., Campos-Domínguez, E. y Redondo, M. (2014). Prosumidores mediáticos en la comunicación política: el «politainment» en YouTube. *Revistacomunicar.Com*, 22(43), 65-72.
- Berrocal, S. (2003). Comunicación política en televisión y nuevos medios. *Doxa Comunicación*, 2, 227-230.
- Canel, M. J. (1999). *Comunicación política: una guía para su estudio y práctica*. 2 edición. Editorial tecnos.
- Campillo, A. (2014). Animal político. Aristóteles, Arendt y nosotros. *Revista de Filosofía*, 39(2), 169-188
- Conde, J., y Moreno, F. (2011). La comunicación política como instrumento conformador de valores y actitudes. Evolución y estado de la cuestión. *aDResearchESIC*, 4(4), 80-95.
- Cooperberg, A. F. (2002). Las herramientas que facilitan la comunicación y el proceso de enseñanza-aprendizaje en los entornos de educación a distancia. *Revista de Educación a Distancia*, (3), 1-36.
- Figuerola, N. (2012). El desarrollo y las políticas públicas. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, 11(33), 375-391
- Frisancho, M., y Aparicio, D. L. (2021). Influencia de los medios de comunicación en la población durante la pandemia. *Revista Científica Salud Andina*, 1(3), 62-63
- Gelpi, R. (2018). *Política 2.0: las redes sociales (Facebook y Twitter) como instrumento de comunicación política. Estudio: caso Uruguay* (tesis doctoral). Universidad Complutense De Madrid.
- Greco, M. (2019). La imprenta como mutación antropológica: un diálogo entre McLuhan y Agamben. *Argumentos, revista de crítica social*, (21), 468-490.
- López-Rabadán, P., y Vicente, M. (2011). *Métodos y técnicas de investigación dominantes en las revistas científicas españolas sobre comunicación (2000-2009)*. En J. Piñuel; C. Lozano, C. y A. García (Eds.), *Investigar la comunicación en España* (pp. 665-679). Madrid: Asociación Española de Investigación en la Comunicación.
- Mendé, B., y Smith, C. (1999). La comunicación política: un espacio de confrontación. *Reflexiones*, 13, 201-208.
- Peralta, V. (2011). La pluma contra las Cortes y el Trono. La prensa y el desmontaje del liberalismo hispánico en el Perú, 1821-1824. *Revista de Indias*, 71(253), 729-757.
- Pérez, J., y Maciel, M. (2006). La comunicación política: por una redefinición profunda de una práctica que permita la continuidad civilizatoria de nuestra humanidad. *El Cotidiano*, 21(140), 7-22.
- Restrepo-Echavarría, N-J. (2019). La comunicación política: un estudio multidisciplinar desde las ciencias sociales. *Correspondencias & análisis*, (10), 1-20.
- Rey, M. (2011). *La transformación de los canales de comunicación: las necesidades de los clientes y la adopción e innovación de tecnología por parte de las empresas* (Tesis de doctorado). Universidad Complutense De Madrid.
- Reyes, M. C., O'Quinn, J. A., Morales, J. M., y Rodríguez, E. 2011. Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios Públicos*, 14(30), 85-101.
- Rivoir, A. L., y Morales, M. J. (2019). *Tecnologías digitales: Miradas críticas de la apropiación en América Latina*. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : CLACSO; Montevideo.
- Romero-Rodríguez, L. M., y Rivera-Rogel, D. (2019). *La comunicación en el escenario digital: Actualidad, retos y prospectivas*. Primera edición. Pearson Educación de Perú.
- Rospigliosi, F. (1997). *El papel de los medios de comunicación social en el fortalecimiento de una sociedad democrática*. II Seminario Iberoamericano sobre Medios de Comunicación y Sociedad Democrática, Santa Cruz de la Sierra, Bolivia.
- Ruiz, M. (2016). *Medios y política en Perú: El caso del diario El Comercio en las elecciones de 2011*. Primera edición: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, Corporación Editora Nacional, Quito.
- Sol, R. (2012). *El desafío de la participación ciudadana en el estado democrático de derecho: avances y retos de la participación ciudadana en la gestión de políticas públicas, en espacios institucionales de los estados centroamericanos*. 1 ed. FLACSO edit. Costa Rica.
- Vallès, J. M. (2010). Política democrática y comunicación: un rapto consentido. *150*, 11-50.
- Vásquez-Rizo, F. E., Murgueitio-Echeverri, M. y Jiménez-Trochez, M. A. (2021). Las redes sociales y su relación con la función del comunicador político. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 19(38), 69-86.