

Alfredo Dávalos López
Coordinador-editor

La comunicación política en tiempos de emergencia

Serie Territorios en Debate - Segunda Etapa - N° 13



2021

La comunicación política en tiempos de emergencia / coordinado y editado por Alfredo Dávalos López. Quito : CONGOPE : Ediciones Abya-Yala : Incidencia Pública Ecuador, 2021.

xvi, 143 páginas : fotografías, gráficos, ilustraciones.- (Serie Territorios en Debate. Segunda etapa ; 13)

Incluye bibliografía

ISBN: 9789942097521

COMUNICACIÓN ; POLÍTICA ; OPINIÓN PÚBLICA ; DEMOCRACIA ; MEDIOS DE COMUNICACIÓN ; DESARROLLO TERRITORIAL ; GESTIÓN DEL RIESGO ; SALUD ; PANDEMIA ; COVID-19 ; PARTICIPACIÓN CIUDADANA ; BIG DATA ; ERA DIGITAL ; ECUADOR ; AMÉRICA LATINA. I. DÁVALOS LÓPEZ, ALFREDO, COORDINADOR-EDITOR

320.014 - CDD

Primera edición: 2021

© Consorcio de Gobiernos Autónomos

Provinciales del Ecuador – CONGOPE

Wilson E8-166 y Av. 6 de Diciembre

Teléfono: 593 2 3801 750

www.congope.gob.ec

Quito-Ecuador

Ediciones Abya Yala

Av. 12 de Octubre N24-22 y Wilson, bloque A

Apartado Postal: 17-12-719

Teléfonos: 593 2 2506 267 / 3962 800

e-mail: editorial@abyayala.org / abyayalaeditorial@gmail.com

Quito-Ecuador

Incidencia Pública Ecuador

Calle San Luis Oe8-78

San Francisco de Pinsha, Cumbayá

Teléfono: 593 999 012 226

e-mail: incidenciapublica.ecuador@gmail.com

Quito-Ecuador

Coordinador general de la serie: Francisco Enríquez Bermeo

Edición: Alfredo Dávalos López

Corrección: Emilio Juarado Naón

Diseño y diagramación: Antonio Mena

Impresión: Ediciones Abya Yala, Quito-Ecuador

ISBN: 978-9942-09-752-1

Tiraje: 1000 ejemplares

Impreso en Quito-Ecuador, junio de 2021

Las opiniones de los autores no reflejan la opinión de las instituciones que patrocinan o auspician la publicación.

Este trabajo se llevó a cabo con una subvención del Consorcio de Gobiernos Autónomos Provinciales del Ecuador – CONGOPE

Serie Territorios en Debate

Es un espacio creado por el CONGOPE e Incidencia Pública para debatir entre los gestores de la política pública, la academia y la sociedad civil, sobre el desarrollo desde una perspectiva territorial, que mire a lo urbano y lo rural como un espacio diverso y articulado de construcción social.

Índice

Presentación	VII
<i>Pablo Jurado Moreno</i>	
Prólogo	IX
<i>Francisco Enríquez</i>	
Prefacio	
Provincias, ciudades y pueblos: Un salto audaz al futuro.	XIII
<i>Toni Puig</i>	
Introducción	1
<i>Leonardo Laso Valencia</i>	
La comunicación política ciudadana	9
<i>Alfredo Dávalos López</i>	
La escucha ciudadana.	35
<i>Tatiana Larrea</i>	
La oportunidad de hacer más profesional la comunicación en la gestión del riesgo	53
<i>Silvia Fontana, Mario Riorda</i>	
Comunicar la pandemia:	
La fragilidad de la campaña frente a la potencia del mito.	83
<i>Caroline Ávila</i>	
Pandemia del COVID-19, la madre de todas las crisis.	113
<i>Javier Sánchez Galicia</i>	
Autores y autoras	141

Introducción

Leonardo Laso Valencia*

La pandemia cambió el mundo. Nos obligó a todos a reinventarnos, a emprender, a entrar en un proceso de digitalización de nuestras actividades a un ritmo frenético que nos permitiera afrontar la “nueva normalidad”; la realidad de estar encerrados, de trabajar desde casa. Y, sobre todo, a manejar la combinación de miedo y encierro.

Las autoridades y sus equipos de comunicación en los distintos niveles de gobierno tienen una tarea decisiva en el manejo de la sociedad en una crisis tan compleja. Por eso aplaudo la iniciativa del Consorcio de Gobiernos Autónomos Provinciales del Ecuador (CONGOPE) de convocar a este muy buen grupo de consultores en comunicación política para publicar un libro que, no lo dudo, se convertirá en un auténtico manual tanto para las autoridades, que deben navegar en aguas turbulentas por un período tan prolongado, como para los directores de comunicación y sus equipos.

En Ecuador, donde se publica poco y, sobre todo, poco se toma en cuenta el conocimiento y la experiencia de técnicos en temas tan sensibles como la comunicación política (especialmente la comunicación de crisis), hay que destacar estos esfuerzos.

El libro recoge la visión de cinco consultores de gran trayectoria. Inicia con “La comunicación política ciudadana”, artículo en el que Alfredo Dávalos desarrolla un concepto que, junto a Toni Puig, ha venido exponiendo en sus charlas y trabajos con distintos gobiernos locales en Ecuador: el de que los ciudadanos son los grandes protagonistas en las sociedades posmodernas (mucho más, con la pandemia en curso):

* leolaso53@gmail.com

Todos estos hechos provocaron un nuevo protagonismo por parte de la ciudadanía; la cual, a través del cooperativismo, la solidaridad y la construcción colectiva, dio un claro ejemplo de la necesidad de un desarrollo conjunto de distintos proyectos y políticas públicas, en los que se piense, siempre, en el ciudadano como el principal protagonista de la historia.

Luego, Alfredo Dávalos hace un despliegue técnico sólido acerca del uso del *Big Data*, la investigación, la segmentación, los *influencers* y su rol en la comunicación horizontal, entre otras ideas muy interesantes. Incluye un esquema que considero muy útil como protocolo base para los DirComs: características del plan, tipos de investigación, temas, públicos objetivos y cómo profundizar en el ánimo de los ciudadanos.

En resumen, es una verdadera radiografía de los ciudadanos para poder entender sus preocupaciones y demandas, y de ese modo poder implementar políticas en un proceso de construcción colectiva. Queda claro que la búsqueda de Alfredo Dávalos es la ciudadanía: lograr que los ciudadanos sean los grandes protagonistas de la construcción de su futuro.

Tatiana Larrea, en su artículo “La escucha ciudadana”, trabaja sobre esa tríada que parece simple y casi obvia: investigación, estrategia y comunicación. Sin embargo, siempre podemos constatar que les cuesta mucho a los candidatos y gobernantes mantener este esquema como metodología en su comunicación. “No hay estrategia sin comunicación”; “Investigar es preguntar para conocer, comprender y escuchar”; “La comunicación política es y deber ser, una conversación permanente”; “No olvidemos que, en comunicación política, la percepción *es* la realidad”; son ideas que deben ser analizadas y metabolizadas por los actores políticos. En gran medida, el éxito en política es lograr que la gente tenga en su mente la idea de que el gobernante está haciendo todo lo que puede para protegerlos y encontrar soluciones a sus problemas.

Luego, Tatiana Larrea despliega una serie de conceptos y recomendaciones que la llevan a definir bien la estrategia y la ejecución de la comunicación: “No es una guerra, es un juego estratégico”.

El tercer artículo, “La oportunidad de hacer más profesional la comunicación en la gestión del riesgo”, corresponde a Mario Riorda y Silvia Fontana, quienes afirman que “la gestión del riesgo tiene un imperativo

sobre el hacer. Propende a cambios personales y culturales”. Se trata de una primera idea que define muy bien la comunicación de riesgo: el hacer es determinante. No hay forma de disfrazar el mal manejo de una crisis como la del COVID-19.

Más adelante, los autores profundizan en la gestión de riesgo (el hacer) y plantean un manejo comunicacional. Establecen que la gestión de riesgo es una política pública y que también constituye un derecho ciudadano:

La conservación de la confianza del público durante la emergencia requiere transparencia; es decir, que la comunicación sea veraz, se comprenda fácilmente, sea completa y se atenga exactamente a los hechos [a los que se refiere cuando se habla de gestión de riesgo y gestión de desastres].

Mario Riorda y Silvia Fontana tocan, en cada párrafo, temas fundamentales, ideas y conceptos muy potentes que los gobernantes deberían estudiar y profundizar a la hora de afrontar una crisis larga, sostenida y muy compleja.

La comunicación del riesgo tiene como objetivos:

- Retroalimentar las inquietudes y preocupaciones de la población; lo que permite disminuir la ansiedad.
- Orientar al público para que se prepare, participe en su minimización y prevención.
- Informar a la población de riesgos desconocidos con el fin de propiciar una percepción acorde a las necesidades.

La información pública debe poseer una serie de características:

Una comunicación del riesgo eficaz puede:

- Ayudar a que la gente tome decisiones.
- Reducir reacciones de ansiedad, apatía o enojo.
- Minimizar los impactos negativos.
- Mantener las normas o cambiar el *statu quo*.
- Aliviar sufrimientos y salvar vidas.

Claro, concreto, directo. Los autores proponen: conocer el riesgo para poder comunicarlo; planificar, estandarizar y visibilizar la comunicación de

riesgo; preservar siempre la seguridad humana; concentrar la información importante en un solo tipo de mensajes.

Quien comunica debe ser legítimo ante los ojos de quienes reciben los mensajes. La información sobre el riesgo debe ser simple, explicativa y concreta.

Un tema tan fascinante como desconocido por los gobernantes. La necesidad de identificar los sesgos perceptivos y cognitivos. Los miedos y las percepciones van cambiando durante la pandemia, y es necesario calibrar permanentemente si se quieren definir mensajes que despejen los temores y permitan mantener la confianza de la gente.

Finalmente, Riorda y Fontana describen los errores en la comunicación de riesgo. Los gobiernos nacionales y locales (no solo de Ecuador, sino de muchos países) deberían usar este artículo como *check list* de todo lo que hicieron mal. ¡Ojalá lo hubieran leído hace un año! Aplauzo el rigor de este aporte de Silvia Fontana y Mario Riorda.

“Pandemia COVID-19, la madre de todas las crisis”, con ese título, Javier Sánchez Galicia marca la línea de su ponencia, donde desarrolla:

Una crisis de sombra alargada, impredecible e intratable, que ha puesto en el escenario de la geopolítica una confrontación discursiva: salud vs. economía [...] La pandemia del coronavirus desencadenó otras grandes epidemias de virus ideológicos que estaban latentes en nuestras sociedades: noticias falsas, teorías de la conspiración, explosiones de racismo, la división sanitaria entre ricos y pobres, y la línea que distingue a los estadistas del ciudadano común.

Sánchez Galicia analiza la falsa dicotomía salud vs. economía; su artículo brinda un contexto histórico, así como una breve mirada geopolítica, luego de la cual profundiza en relación a dos temas fascinantes: biopolítica y biopoder (términos planteados por Byung-Chul Han que tomaron gran relevancia con la pandemia, por el uso de mecanismos tecnológicos para acceder a los datos de los ciudadanos con la finalidad de “salvar vidas”).

Javier Sánchez Galicia cita a Han:

Hoy se está produciendo de forma silenciosa un nuevo cambio de paradigma. El giro antropológico copernicano, que había elevado al hombre a productor autónomo del saber, es reemplazado por un giro dataísta. El hombre debe regirse por los datos.

Se abre allí un debate que habrá que seguir, porque sin duda es uno de los temas centrales en la definición de hacia dónde irán los Estados después de la pandemia:

La biopolítica es el poder político que ya no se ejerce exclusivamente en la plaza pública, con los seres humanos cualificados para ejercer su voluntad política, sino que nuestro tiempo nos muestra cómo, de manera cada vez más constante, el poder soberano se apodera de los cuerpos de los seres humanos desde el hogar (#QuédateEnCasa) y los lugares de socialización como la escuela (#SemáforoRojo).

En el apartado “Comunicar el riesgo y mitigar la crisis”, Sánchez profundiza:

La pandemia del COVID-19 puso en evidencia una confusión acerca de la diferencia entre la comunicación de riesgo y la comunicación de crisis. Para Riorda (2020), uno de los problemas más serios de los gobiernos es la incapacidad de discernir los conceptos de riesgo y crisis.

Luego desarrolla un análisis de la comunicación de riesgos. La “crisis en cascada” y sus perspectivas futuras; cómo debe ser la respuesta del gobierno a la crisis. Finalmente, con el subtítulo “La pandemia como ensayo de una próxima crisis”, Sánchez cierra con una reflexión que nos deja, como las películas francesas, sin saber si este es el final o el principio. Nos vamos del cine con un nudo en la panza, pensando en nuestros hijos y nietos...

Cita a Žižek:

“no habrá ningún regreso a la normalidad, la nueva normalidad tendrá que construirse sobre las ruinas de nuestras antiguas vidas”, pero también advierte que otro virus nos infectará: el virus de pensar en una sociedad

alternativa, una sociedad del Estado-nación, una sociedad que se actualiza a sí misma en las formas de solidaridad y cooperación global.

Caroline Ávila cierra el libro con su artículo “Comunicar la pandemia: La fragilidad de la campaña frente a la potencia del mito”. En él ataca un problema central de la comunicación del gobierno de Lenín Moreno y el manejo de la pandemia: la falta de un hilo conductor, un mito. Se trata de una retrospectiva histórica; resulta muy interesante recordar los “mitos” en la política ecuatoriana: “Este país amazónico, desde siempre y hasta siempre”, Jaime Roldós (1981), durante el conflicto de Paquisha; “Ni un paso atrás”, de Sixto Durán, en la guerra del Cenepa. Dice Ávila: “El mito de la patria fue comunicado, ritualizado y sacramentado en cada uno de los esfuerzos de gestión y comunicación del gobierno de la Revolución Ciudadana”. Y continúa con una crónica muy bien documentada del manejo comunicacional de la pandemia en Ecuador. Los hitos y errores, las herramientas utilizadas, las vocerías y acciones realizadas dentro de la estrategia de comunicación: recorridos, cadenas, ruedas de prensa. El discurso, las piezas producidas, incluido el *spot* “Campo Eterno”, que motivó un gran rechazo ciudadano, por tratar de convertir en poesía una tragedia en curso, ignorando la realidad de una manera surrealista.

Caroline Ávila termina reflexionando sobre su idea central: “la fragilidad de una campaña frente a la potencia de un mito”. Allí señala algunas ideas fundamentales que sustentan su hipótesis:

Para aplicar el mito en la comunicación de la gestión, el gobernante debe, además, articular un proceso de ritualización que fortalezca el mensaje y lo vuelva una constante.

La ritualización, tema al que Byung-Chul Han dedica un libro, es fundamental para destacar avances, logros, elementos de cohesión social y construcción de identidad colectiva.

La ventaja del uso del mito como elemento estratégico de comunicación es que facilita la movilización emotiva, la toma de conciencia y la consolidación del cambio de actitud a largo plazo.

Idea potente de Ávila que da cierre al libro: la posibilidad de, usando el mito, aprovechar la crisis para un cambio de actitud a largo plazo. Un cambio de actitud, utopía pendiente en el imaginario de los ecuatorianos.

El presente libro se vuelve una lectura obligada para autoridades, y equipos de gestión y comunicación de todos los niveles de gobierno. Ecuador viene de catorce años de un manejo comunicacional basado en el marketing, la publicidad, la militancia de periodistas y las granjas de *trolls*. *Comunicación política pos-COVID* me parece un gran aporte para empezar a dejar atrás esos manejos y reemplazarlos por una comunicación profesional. Repito: una comunicación profesional.

Mi reconocimiento al CONGOPE por este esfuerzo editorial y a los amigos consultores que despliegan aquí su talento y conocimiento de la comunicación política. Más allá de la comunicación, las provincias tienen un reto muy grande pospandemia. Especialmente en una competencia en la que se ve muy poca gestión: la promoción de las actividades productivas.

La reactivación de la economía es la gran prioridad nacional: generar oportunidades en el turismo interno, el desarrollo de proyectos agroindustriales, el avance en conectividad para atraer a *millennials* que quieran dejar las grandes ciudades para teletrabajar desde lugares más cerca de la naturaleza, en fin.

El CONGOPE debería asumir el liderazgo para desarrollar un gran plan de reactivación desde las provincias del Ecuador. Igual que con el libro, se puede convocar un equipo multidisciplinario de técnicos en áreas como agroindustria, turismo, marketing y comunicación, para armar proyectos bien pensados que, trascendiendo las administraciones, se ejecuten durante varios años para lograr resultados, como hicieron muchos gobiernos locales en Colombia, Argentina y México. Mancomunidades, iniciativas público-privadas, proyectos que cumplan con los objetivos de desarrollo sostenible y sean, por lo tanto, sujetos de crédito de multilaterales y cooperación internacional; estas son algunas de las alternativas que se pueden implementar. Solo se requiere voluntad política y asociatividad; dos condiciones que en el ejercicio político de Ecuador son poco frecuentes.

Ecuador vive la peor crisis en muchas décadas. Tenemos que salir de las zonas de confort, romper paradigmas, ser capaces de convertir este gran reto en una oportunidad para cambiar la historia.