

En una buena comunicación de gobierno los políticos no son “celebrities”

OPINIÓN



WENDY DOMENACK
BRACAMONTE

Catedrática de la Universidad de Lima

El Gobierno del presidente Pedro Pablo Kuczynski (PPK) se enfrenta a muchos problemas, pero el principal es la crisis de

confianza generalizada respecto de nuestras instituciones.

Los gobiernos y sus representantes deben articular su comunicación a través de todas las instituciones públicas, en especial aquellas que brindan servicios públicos, enfocándose en aquellos sectores que irán cristalizando las promesas de cuando eran candidatos, como resultado de la escucha activa a las demandas urgentes de la ciudadanía.

La comunicación de gobierno es el conjunto de mensajes (nivel político discursivo) pero la coherencia de los mismos dependerá de los gestos, comportamientos (voceros) y acciones (instituciones y respectivos pro-

gramas), evidenciando claramente, en todo momento, los objetivos.

Los objetivos de la comunicación de gobierno deben orientarse a la creación y fortalecimiento de políticas públicas que alineen a los funcionarios públicos, en especial a los tomadores de decisiones, de manera sostenida en el tiempo, de tal manera que el debate público se enriquece porque se centra en efectividad, fun-

“La comunicación debe orientarse a la creación y fortalecimiento de políticas públicas”.

cionamiento y hasta ideologías políticas, dejando atrás lo anecdótico, el detalle, el “bailecito”.

Luz en la comunicación de gobierno

La comunicación de gobierno en el país requiere legitimar políticas públicas y la comunicación es un eje legitimador de largo plazo, y ello constituye el gran reto en este momento.

El segundo desafío es la articulación del uso de los medios convencionales y los medios online, aunque ello signifique que haya que repensar los modelos actuales de gobierno, donde las autoridades deben dejar de pensarse como

“celebrities” o “rockstars” y empezar a crear verdaderos espacios de diálogo con la ciudadanía.

Pensar la comunicación de gobierno en función de políticas públicas significa alejarla de la comunicación electoral basada en la consecución de votos, en el corto plazo; es decir, empezar a enfocarse en la institucionalidad.

Mejorar la calidad de los servicios públicos está relacionado con la profesionalización de la comunicación que genera valor, y una institución valorada significa confianza de los ciudadanos en sus instituciones, donde los funcionarios públicos escuchan y dan respuestas coherentes.