

05

Networking Político

Una herramienta de comunicación al servicio del poder público

Political Networking

A communication tool at the service of Public Power

Lic. César Rodríguez

Periodista y asesor en comunicación

Resumen / Abstract

El evidente distanciamiento entre Política y Sociedad Civil abre profundas brechas entre ambos y, por tanto, genera más y más desconfianza en un escenario de crisis global, ya de por sí muy complicado. El Networking Político es una herramienta de comunicación puesta al servicio del Poder Público que trata, precisamente, de propiciar un proceso de transformación en las relaciones entre ambos con el fin, por un lado, de recuperar el prestigio perdido de la actividad pública y, por otro, que la sociedad se co responsabilice de las decisiones políticas. Se trata de recuperar los conceptos clave de reputación, credibilidad y liderazgo para la Política en general.

It is clear that Politics and Civil Society have grown apart lately, which has created gaps between them. This generates more and more distrust in the current atmosphere of global crisis, which is complicated in itself. Political Networking is a communication tool at the service of Public Power that intends, precisely, to promote a change in the relationship between the aforementioned parties. The aim, on the one hand, is to improve the reputation that public activity has lost; and, on the other, to encourage society to take part of the political decision-making process. Ultimately, the goal is to bring back such key concepts as reputation, credibility and leadership for Politics in general.

Palabras clave / Keywords

Reputación. Liderazgo. Credibilidad. Corresponsabilidad Democrática. Transparencia.
Reputation. Leadership. Credibility. Share Democratic responsibility. Transparency.

1. Problemática

El ideal político de la democracia ateniense se fundamentó en una vida en común en la que el mayor placer del ciudadano consistía en la participación en la vida pública. En contraste, el concepto griego 'idiotes' designaba a la persona 'privada' o 'particular' que solía prestar sólo atención a sus propios asuntos.

El objetivo fundamental era que todos los ciudadanos participasen en la vida pública, sin exclusiones por rango o riqueza.

Desde hace años podemos comprobar como, de manera lenta pero inexorable, en todo el mundo se está produciendo un preocupante distanciamiento entre el Poder Político y la Sociedad Civil. Una situación que está abriendo profundas brechas entre ambos y, por tanto, generando más y más desconfianza en un escenario de crisis global, ya de por sí muy complicado.

El reflejo de este alejamiento, las críticas a los partidos, instituciones y políticos tiene múltiples manifestaciones como las que se plasman en las diferentes encuestas de opinión que se realizan periódicamente.

Tras el paro y la situación económica, la preocupación por la clase política, los partidos y el funcionamiento de las instituciones ocupa el tercer lugar entre los principales problemas para la sociedad española.

Nuestra Carta Magna, en su artículo 9.2, manifiesta de manera explícita como debe ser ese idílico escenario político:

Corresponde a los poderes públicos promover las condiciones para que la libertad y la igualdad de individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas; remover los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud y facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social.

Este evidente quebranto del articulado constitucional debería de movernos a una profunda reflexión y ser motivo suficiente para el necesario cambio de rumbo.

¿Qué clase de escenario puede plantearse ante una democracia fracturada donde los intereses de la sociedad civil no son coincidentes con los del Poder Político, una sociedad que percibe la política como un 'mal necesario' ajeno a ellos y no como una actividad necesaria y generadora de prestigio social, en definitiva, una

sociedad que muestra distanciamiento y apatía, cuando no abierto rechazo, ante lo Público?

Para superar esta situación, las organizaciones políticas, las instituciones y los políticos en general, basándose en la ética y la responsabilidad, deben de tomar la iniciativa de este proceso, involucrando en la vida pública a la sociedad en su conjunto, haciendo una apuesta honesta y decidida por el cambio de actitud, por un cambio real en la forma de hacer y comunicar la Política.

La clave está en la recuperación de conceptos básicos, de unos valores que hoy día están puestos en tela de juicio y que la ciudadanía percibe que no se corresponden con la actividad política. Reputación, credibilidad y liderazgo son precisamente esos valores que deben de glosar nuevamente dicha actividad.

Conseguirlo significará devolver a la sociedad la confianza en la política y como consecuencia, lograr su implicación real en la misma.

La herramienta que la comunicación aporta para alcanzar estos objetivos se llama Networking Político.

¿Qué es el Networking Político?

Es cierto que la sociedad cuenta actualmente con vías institucionalizadas para su participación, vías incluidas en el cuerpo legislativo elaborado durante nuestra transición política. Entre otras está el derecho al Sufragio, la Iniciativa Legislativa Popular, el derecho de petición en las Cámaras, la acción popular o la audiencia de los ciudadanos en la elaboración de normas administrativas.

El gran problema de las mismas es el desconocimiento tanto de su existencia como de sus procedimientos, las excesivas limitaciones planteadas en dichos procedimientos, los propios reglamentos de las Cámaras, el excesivo número de firmas solicitadas para su tramitación y el restrictivo planteamiento en relación a las materias que pueden ser susceptibles de iniciativas ciudadanas.

Como dato a tener en cuenta, desde el restablecimiento de la democracia únicamente ha sido aprobada una de las iniciativas legislativas populares planteadas.

Es evidente que el Poder Público tiene la necesidad y la obligación de simplificar al máximo estas vías para promover un acercamiento a la sociedad. Para ello es vital utilizar estrategias de comunicación cuya finalidad sea dar a conocer, difundir y favorecer la participación a través de las mismas.

El Networking Político trata, precisamente, de propiciar un proceso de transformación en las relaciones entre partidos e instituciones y los ciudadanos.

Este innovador concepto, como nueva vía dentro del mundo de la comunicación, abarca el conjunto de herramientas, instrumentos, iniciativas y nuevos canales que se ponen en marcha con el fin de recuperar el prestigio en el desarrollo de la actividad política y para que la sociedad, una vez recuperada su confianza en dicha actividad, pueda colaborar y participar en las decisiones.

La comunicación es, por tanto, parte de la solución. Ya no se trata, como decimos, únicamente de generar credibilidad e imagen ganadora de partidos o candidatos individuales de cara a una campaña electoral concreta. El reto ahora es mayor:

Dos son, por tanto, los objetivos fundamentales del Networking Político:

- Recuperar los valores clave de reputación, credibilidad y liderazgo para el concepto genérico de Política.
- Una recuperación de prestigio que conlleve alcanzar un modelo de co-responsabilidad, donde la sociedad civil participe activamente en la toma de decisiones políticas.

Solo hay Networking Político cuando son los políticos, los partidos y las instituciones en general quienes toman la iniciativa en la construcción de estas nuevas vías de relación. Son estos quienes deben de tomar una actitud pro activa y, además, asumiendo que esta actitud debe de ser permanente en el tiempo, no solo un recurso puntual en período electoral.

La clave está en institucionalizar, de manera definitiva, las nuevas vías de relación.

Por este motivo, el Networking Político es, principalmente, un compromiso basado en la confianza y en la co-responsabilidad entre la clase política y la sociedad.

Repito, el objetivo es recuperar el prestigio de la actividad política desde la propia política. En este sentido, la honestidad y la ética deben ser guías imprescindibles para la puesta en marcha de este generador de confianza.

Corresponsabilidad democrática

La gran pregunta que debemos hacernos es la siguiente ¿Es posible el cambio de actitud de la sociedad y de los partidos políticos e instituciones?

La respuesta es clara, no sólo es posible sino necesario. Por un lado, la sociedad asumiendo sus responsabilidades cívicas y democráticas, exigiendo transparencia y, por otro, los partidos e instituciones aceptando la transparencia y fomentando la participación ciudadana y la toma conjunta de decisiones.

La ciudadanía necesita ser co-responsable en la gobernabilidad pero una co-responsabilidad que no puede ni debe pasar únicamente por el ejercicio periódico del derecho al voto. Es evidente que lo Público pierde todo su sentido sin la participación de la sociedad.

El Poder Político, por tanto, tiene la obligación de involucrar en lo Público a la sociedad en su conjunto. Es indudable la necesidad de mayor participación, más diálogo y un consenso basado en la confianza.

Los políticos, partidos e instituciones deben reconocer la capacidad de los ciudadanos para discutir y aportar a las decisiones políticas en igualdad de condiciones y debe comprometerse a tener en cuenta dichas decisiones. Por otro lado, la sociedad debe asumir su responsabilidad en la gobernabilidad y en la vida pública.

Buscar la llamada co-responsabilidad en la política significa obviar definitivamente un modelo piramidal en la toma de decisiones, donde los responsables políticos se sitúan en la cúspide de la misma, estando el resto de la sociedad en su base, es decir, lo que podríamos llamar una 'democracia delegada' donde el Poder Político solo se somete al escrutinio público en los distintos procesos electorales. Esto genera apatía, indiferencia y falta de participación.

Por el contrario, la implicación de la sociedad en la actividad política y en la gobernabilidad de un país conlleva interdependencia y un diálogo permanente entre iguales, donde predomina una comunicación transversal entre las partes.

Si el poder político tuviera en cuenta, insisto, de forma permanente, las necesidades de la sociedad, fomentarían su respuesta y desarrollarían relaciones sólidas a largo plazo.

Ya no habría delegación sino co-responsabilidad en la toma de decisiones, con el consiguiente refuerzo a lo Público.

Esto, sin duda, favorece un mayor dinamismo y cohesión al fomentar la creación de un tejido en red entre política y ciudadanía y, por tanto, una sociedad mucho más fuerte y mejor preparada para afrontar desafíos, retos y dificultades futuras.

El primer paso les corresponde a los partidos políticos. Estos deben transformarse para poder trasladar el mensaje claro y rotundo de que no son entidades cerradas sino abiertas a la sociedad y, por tanto, participes de la misma. Deben de dotarse de nuevas vías de comunicación y de relación, donde los ciudadanos puedan sentirse involucrados en la co-responsabilidad de la política.

Transparencia, confianza y participación. Los tres pasos del Networking Político

Los pasos que desde el Poder Público pueden generar más transparencia y, por tanto, confianza en la sociedad, entre otros, son:

- Una profunda reforma del ámbito político que pase por implementar procesos claros de democracia interna en los partidos e instituciones que incluyan métodos abiertos y democráticos de elección tanto de candidatos como de cargos públicos.
- Modificar las políticas actuales en torno a las subvenciones públicas y las dinámicas de creación y subordinación de los llamados 'órganos consultivos'. En la actualidad dichos órganos generan aún más alejamiento entre representantes y representados al sustituir la capacidad de relación personal y directa entre los diversos grupos de interés y, por tanto, la capacidad de decisión, por un agente intermediario y dependiente del entramado institucional cuyo objetivo, erróneo, es reforzar la legitimidad de las decisiones adoptadas por el Poder Público.
- Implementar un modelo de comunicación institucional destinado a la formación política de la ciudadanía y cuya finalidad sea incentivar la participación de la misma en la toma de decisiones.

La política debe de convertirse de nuevo en una herramienta de intermediación entre la sociedad y el Poder Público. La comunicación debe jugar un papel fundamental en este proceso.

Para desarrollar esta estrategia y lograr los objetivos planteados es clave implementar un Plan específico de Networking Político. Un plan en permanente estado de evaluación y que debe basarse en la consecución de tres pasos indispensables, por este orden:

- 1º Compromiso político con la transparencia.
- 2º Generar confianza en la sociedad.
- 3º Favorecer vías de participación ciudadana.

Con los dos primeros pasos lograremos alcanzar uno de nuestros objetivos, devolver nuevamente la reputación, credibilidad y liderazgo a la actividad política, con la participación ciudadana alcanzaremos el segundo de esos objetivos, la co-responsabilidad democrática.

Los partidos políticos y las instituciones deben asumir que la única manera que tienen de volver a generar confianza y credibilidad entre los ciudadanos es adoptando una actitud pro activa y de firme compromiso por el cambio en la forma de hacer política, poniendo en práctica procesos que doten a las organizaciones de mayores cotas de transparencia y democracia interna.

Sería conveniente llevar a cabo las reformas legislativas pertinentes para institucionalizar definitivamente dichos procesos.

Esta actitud debe ser permanente en el tiempo y no como soluciones programáticas en periodo electoral o respuestas surgidas, de forma más o menos improvisada, en un entorno de crisis.

Algunos gobiernos, en un intento por revertir la situación actual de rechazo a la política en general, han iniciado un proceso de transformación en las relaciones con la ciudadanía.

Es aquí donde se enmarcan iniciativas como la *Open Government Directive* del presidente Barack Obama, en EE.UU. o el proyecto de *Big Society* del primer ministro británico David Cameron.

Desde el lado ciudadano también surgen iniciativas que tratan de incentivar la interlocución con el Poder Político, es el caso de <http://www.tellmygov.com> también en EE.UU.

Estas iniciativas, aún siendo muy válidas, no son suficientes y deben ser contempladas como un complemento de algo más.

El problema en estos casos, y otros similares, radica en la imposibilidad de pedir participación a la sociedad si previamente no se devuelve la reputación, credibilidad y liderazgo a la actividad política, si antes no prestigiamos lo público. Este es el reto.

Por último, una vez devuelto el prestigio a la actividad política y generado, por ello, confianza entre la sociedad, las instituciones públicas y los partidos políticos no deben centrarse sólo en escuchar; fundamentalmente deben hablar y ser los artífices de la creación de canales de comunicación permanentes.

Deben encargarse de tejer una red de relaciones con un único grupo de interés como interlocutor, la sociedad en su conjunto.

Iniciar un proceso permanente de encuentros, conversaciones, presentación de ideas y propuestas con agentes sociales, ONG's, asociaciones ciudadanas, empresas, en definitiva, la sociedad civil en su conjunto e, incluso, el comienzo de la negociación entre los componentes de la Red en torno a posibles propuestas de políticas públicas que sean asumidas y llevadas a la práctica por el Poder Político. En definitiva, construyendo relaciones multilaterales basadas en la responsabilidad y confianza mutua.

Esto es el Tejido en Red, una herramienta que propiciaría el establecimiento de una participación estable en la actividad política como fin último del Networking Político.

Hablamos de poner en marcha una especie de lobby institucional en red donde, a iniciativa del Poder Público, todos los grupos puedan tener acceso a la toma de decisiones y a la gobernabilidad.

Aludiendo a la teoría del liderazgo de James MacGregor, el Networking Político buscaría el equilibrio entre la aplicación de políticas transaccionales y transformacionales.

Insisto, cualquier iniciativa que busque la participación de la sociedad en la actividad política sin, previamente, recuperar el prestigio perdido de la misma, esta abocada al fracaso y se quedara en un mero recurso enmarcado dentro de la estrategia electoral de los partidos e instituciones, sin respuesta eficiente por parte de la ciudadanía.

Estrategia de comunicación

Durante mucho tiempo la comunicación política ha centrado sus esfuerzos, fundamentalmente, en crear estrategias que reforzaran la imagen pública de gobiernos, candidatos y partidos políticos con el objetivo inmediato de ganar elecciones. Esto ya no es suficiente.

La comunicación no es sólo difundir; también es acercarse a la sociedad, a los ciudadanos, conocer sus problemas y resolverlos conjuntamente.

Observamos como en ese contexto de falta de confianza y desafección hacia la actividad política la comunicación tiene que asumir un nuevo reto, un reto basado en dos valores fundamentales como son la creación y la innovación, debiendo jugar un papel determinante en la generación de esa confianza y, por tanto, en la recuperación del interés por las cuestiones públicas.

Para los dirigentes y los partidos en general, la política se ha convertido en un trabajo, en una profesión, donde la vocación ocupa un lugar secundario.

A través de las subvenciones públicas los contactos personales entre Poder Público y los diferentes grupos de interés de la sociedad civil son sustituidos por relaciones de dependencia, incluido el acceso privilegiado a los diferentes canales de comunicación.

En definitiva, los partidos se han convertido en entes que se confunden con el mismo Estado y no en asociaciones de ciudadanos para ciudadanos.

Se rompe, por tanto, el axioma básico de la Comunicación Política que se sustenta en la relación de equilibrio entre el Poder Público, la Sociedad y los medios de comunicación.

Un ejemplo claro de esta ruptura se escenifica en la postura generalizada en la actualidad por parte del Poder Público de llevar a cabo ruedas de prensa sin aceptar preguntas de los periodistas.

Si la apuesta de los dirigentes políticos, partidos e instituciones por el cambio de rumbo y por devolver el prestigio a la actividad política es honesta y decidida, este tipo de prácticas deben de desaparecer definitivamente. De lo contrario la desconfianza hacia los mismos por parte de la sociedad irá en aumento.

¿Qué medidas deben adoptarse en materia de estrategia de comunicación para conseguir los objetivos planteados?

La medida más importante es crear e implementar un Plan de Networking Político, específico para cada partido, político o institución que entre otras cosas incluya:

- Un exhaustivo Análisis de Contexto.
- Objetivos, públicos y mensajes en materia de comunicación interna tendentes a abordar las nuevas dinámicas de democracia interna y transparencia asumidas por el partido o institución.
- Un Mapa de Intereses, en función del programa o de las medidas legislativas que se pretenden adoptar.
- Tomando como base dicho Mapa, establecer mecanismos de Lobby institucional creando un Tejido en Red con los diversos grupos, entidades sin ánimo de lucro, organizaciones empresariales y ciudadanos en general.
- Un programa de formación para la ciudadanía en materia de cultura política que incluya cursos, seminarios, conferencias y publicidad institucional.
- Procesos de Open Government para promover la transparencia, es decir, acceso libre y sencillo de cualquier ciudadano a la información pública, utilizando las nuevas tecnologías y la participación y la colaboración en la toma de decisiones políticas.

Conclusión

Los beneficios que conlleva implementar un Plan de Networking Político son evidentes.

Incluso, hay que tener en cuenta el papel positivo que puede ejercer sobre los procesos electorales y sus correspondientes campañas, una vez la sociedad forme parte activa de la actividad política: campañas más dinámicas y en positivo, optimización de los recursos económicos y una mayor capacidad para alcanzar con los mensajes a los públicos objetivos, al configurar a la sociedad en red.

El Poder Político haría bien en contemplar la actual crisis como una 'oportunidad' y asumir un compromiso por el cambio de rumbo, que tenga en cuenta un axioma clave, no es necesaria más política sino una mayor cultura política y, sobre todo, más comunicación.

Se trata de un gran reto para los políticos, partidos e instituciones, un gran reto para la sociedad en su conjunto y, por supuesto, un gran reto para la comunicación cuya apuesta debe seguir siendo la creación y la innovación.

La comunicación política debe ponerse al servicio de la sociedad civil, las instituciones y los partidos políticos y jugar un papel determinante en la implantación de nuevas formas de relación entre ellos para lograr una sociedad más cohesionada y democrática..

El Networking Político es la aportación a este proceso.

Referencias

Del Río Villar, S., Funes Rivas, M.J., Merino merchán, J.F., Fernández Gatica, M.I., Bouza, F., Alemany, A. (2011, octubre 30). *Participación ciudadana: desafíos y mecanismos de actuación. La colaboración con los poderes públicos. Análisis Profesional*. Extraído el 2 de noviembre, 2011 de <http://www.analisisprofesional.com>

Gómez Fortes, B., Palacios, I., Pérez Yruela, M. & Vargas Machuca, R. (2010). *Calidad de la democracia en España. Una auditoría ciudadana*. Barcelona: Editorial Ariel.

López Nieto, L. (2011, Noviembre 9). *España 2012: Retos para las relaciones entre políticos y ciudadanos*. Fundación Burke. Política y Sociedad. Extraído el 9 de noviembre, 2011 de <http://www.fundacionburke.org>