

Personalizar o despersonalizar el gobierno: ¿cuándo enfocarnos en el dirigente o en la entidad?

Hay una enorme diferencia entre los procesos de comunicación asociados a los personajes públicos y los que tienen como sustento a instituciones. En el primero de los casos, siempre va a existir una mayor oportunidad para lograr conexión con la ciudadanía cuando se proyecta la figura de una persona que tiene ascendencia en los medios de comunicación, masivos y uno a uno.

Sin embargo, dentro del planteamiento estratégico de la comunicación política, las instituciones podrían hacer más beneficioso el proceso de llegada hasta el público; en tanto que son éstas quienes tienen la ventaja de haber permanecido más tiempo en el imaginario colectivo.

Para cada uno de los casos, debe existir un sustento que diga por qué es mejor profundizar en la publicidad de uno u otro, basado en las siguientes variables a medir:

- Análisis crítico de la imagen pública del dirigente al momento de establecer una estrategia de comunicación.
- Grado de daño a la imagen del dirigente o de la entidad si están al frente en un momento difícil.
- Nivel de aceptación de la ciudadanía de los temas por tratar y la asociación positiva o negativa que se hace con el dirigente o la entidad.
- Nivel de injerencia de los medios de comunicación en cada momento.

El acompañamiento en este proceso estará determinado por las necesidades del momento y las realidades que cada coyuntura plantea. Si en algún momento de la asesoría política debe plantearse un seguimiento día a día es en este, puesto que la opinión pública cambia de pareceres por elementos externos y si dentro del proceso no se monitorea el clima de manera constante, se corre el riesgo de exponer de manera innecesaria al dirigente o a la entidad