



**Universidad
de Valparaíso**
CHILE

ACREDITADA
NIVEL DE EXCELENCIA

Gestión Institucional, Docencia de Pregrado
Investigación, Vinculación con el Medio y
Docencia de Postgrado

HASTA MARZO DE 2029



FACEA
UV

FACULTAD DE
CIENCIAS
ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS

ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN DEL RIESGO EN POLÍTICA: LA EMERGENCIA COMO DISCURSO

Propuestas para reconstruir confianzas en la política

Claudio Canales Ríos

BOLETÍN AGENDA PÚBLICA N° 20



Agosto | 2026

ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN DEL RIESGO EN POLÍTICA: LA EMERGENCIA COMO DISCURSO

Propuestas para reconstruir confianzas en la política

Claudio Canales Ríos

Experto en Comunicación del Riesgo

Oficial Científico Senior

Instituto Federal Alemán de Evaluación del Riesgo

INTRODUCCIÓN

En las últimas elecciones parte importante de la derecha, representada en su mayoría por republicanos y libertarios, fue capaz de transformar en votos la sensación ciudadana de descontrol y desamparo en materia de seguridad, migración y desempleo. Así visto, denominar al actual gobierno como “gobierno de emergencia” parecía lógico, sin embargo, este hecho comunicacional está teniendo impactos y consecuencias que no sólo amenazan la aprobación del gobierno, sino a la clase política en su conjunto, ya que son los acuerdos los que permiten las transformaciones y, por ende, gobernar en un sistema democrático.

Este documento analiza, desde la perspectiva del riesgo, las consecuencias que está teniendo el discurso comunicacional del actual gobierno -al construir una sensación permanente de desastre- y hasta qué punto estas retóricas son efectivas tras la instalación en el poder.

Además, indaga en el desempeño de la oposición y los medios de comunicación en este discurso, dado el uso de términos que generalmente se utilizan en momentos de crisis e inestabilidad y que al ser “resignificados” provocan polarizaciones que amenazan la democracia, la gobernabilidad y el rol de las y los políticos en este contexto.

Por último, el artículo propone medidas y entrega recomendaciones que permitan estructurar discursos y narrativas que apelen a la construcción de confianzas y al necesario “estadismo” que se espera de los sistemas políticos basados en la democracia y los acuerdos.

Entender la comunicación: ¿qué se entiende por emergencia?

Si bien, el paso de la teoría a la práctica siempre ha resultado complejo, la importancia de los modelos teóricos y los conceptos es que de esta forma se vuelven explicables bajo reglas comunes, pues se van sometiendo a una suerte de consenso. En términos lingüísticos, las palabras suelen significar algo similar tanto para quien las emite como para quien las recibe. Sin embargo, significado no es lo mismo que interpretación, ya que en la interpretación existen otros elementos que sazonan el

entendimiento: la emoción, la experiencia previa, el sentido cultural, el entorno. Es en este momento donde comunicar se vuelve un fenómeno complejo, pues trae consecuencias que muchas veces es difícil prever.

Pero ¿qué es comunicar? Haciendo una síntesis de distintas miradas y modelos teóricos, comunicar es ante todo una muestra de intenciones que se transmite a través de mensajes formulados bajo reglas comunes y que se expresan de forma verbal o no verbal con el fin de influir en el comportamiento (Jakobson, 1985; Austin, 1962; Searle, 1969).

Visto así, comunicar siempre buscará influir en la conducta de individuos o de grupos, al menos desde el punto de vista de sus reacciones y, ojalá, de sus decisiones, pero en esto también juega un rol importante, quién lo dice, a quién, por dónde (canal) y con qué efecto (Lasswell, 1948).

Situados en determinados contextos, los mensajes resuenan de manera distinta e incluso encierran una intención diferente. El problema es que, en el ámbito político, el hecho comunicativo trasciende más allá del objetivo o del efecto que se busca e imprime en el emisor una serie de particularidades que probablemente éste no está considerando en el momento presente, pero que serán determinantes en el futuro.

En el ámbito de la comunicación del riesgo, existe un amplio debate en torno a la oportunidad de la comunicación. ¿Cuándo se comunican los riesgos? ¿Es distinto comunicar riesgos que emergencias? ¿En qué momento entra en juego la comunicación de crisis? Así visto, se tienen aquí tres conceptos que en comunicación no se distinguen demasiado y que para muchos parecen sinónimos: riesgo, emergencia y crisis. Como el lenguaje evoluciona o se transforma y los significados y significantes saltan de una disciplina a otra, los conceptos se van utilizando, de acuerdo a la capacidad interpretativa del emisor, la que no necesariamente está cercana al uso correcto, generando diversas interpretaciones que a veces coinciden con la intención original y, otras, no tanto.

El rótulo de “emergencia” con el que el gobierno del presidente Kast tomó posesión del poder implica actos y medidas acordes. Sin embargo, al darle ese carácter, la intención comunicacional no estaba en la emergencia propiamente tal, concepto que será analizado en breve, sino más bien en marcar una distancia ante lo obrado por sus predecesores. En este sentido, el concepto se utiliza de manera táctica dentro de la comunicación política, en donde las intenciones y los objetivos difieren. Por lo tanto, la intención del mensaje no estaba puesta en sólo gestionar el caos, sino más bien en poner énfasis en quiénes habían sido los responsables.

La mezcla de estos elementos requiere un manejo cuidadoso, pues una emergencia, desde el punto de vista técnico, que es cómo se utiliza en el ámbito gubernamental, es una situación de peligro o desastre que se presenta de forma imprevista y requiere una acción inmediata. Amenaza la vida, el patrimonio o el entorno y exige la activación coordinada de los servicios de asistencia, llámese policías, bomberos o protección civil. De hecho, el concepto es utilizado y se conoce ampliamente por estar considerado dentro de los estados de excepción. Al tomar el concepto como una herramienta retórica en el espacio político, se podrían estar traspasando barreras tácitas que en democracia dan marco a las bregas políticas, sin embargo, los estilos confrontacionales en los que hoy se juega la lucha por el poder, parecen estar redefiniendo estos principios.

El gran problema es que las campañas son por definición temporales y una vez cumplido el objetivo, la retórica precisa de un cambio.

Ya desde los romanos los cambios de retórica para pasar a un nuevo estado de las cosas eran comunes. “Las Geórgicas” el libro de poemas sobre agricultura y ganadería que escribiera Virgilio a petición de Augusto, emperador de Roma, en el año 29 a.C. tenía ese propósito. Tras décadas de conflicto que desembocaron en el final de la República, Augusto necesitaba que los veteranos de guerra y los campesinos regresaran a trabajar la tierra. Las Geórgicas (del griego *ge* “tierra” y *ergon* “trabajo”) cumplen una función propagandística y patriótica: exaltan la vida rural tradicional, el esfuerzo del agricultor, buscando cambiar las espadas por el arado. A partir de este ejemplo es

posible observar que los relatos, como expresión del ánimo y la voluntad, deben cambiar conforme los momentos y los logros obtenidos. Esto a su vez, permite configurar un nuevo perfil en el líder, pasar de ser aquel que logra capturar la esperanza para transformarse en el artífice de la acción. El proceso no es fácil, pero es importante comprender que las elecciones son, por así decirlo, una batalla y que ganarlas nunca debe ser el objetivo final. El objetivo final es construir, bajo convicciones consensuadas, un orden que permite el progreso y el bienestar de la nación y los individuos que la habitan a través de la forma en que un gobierno administra, promueva y facilite estas acciones.

La emergencia requiere mecanismos de respuesta y mitigación y, lo que es más importante, requiere un amplio consenso político. Cuando se declara una emergencia, no existe espacio para las dudas. Como la intención del mensaje estaba marcada por otro derrotero, el concepto adquirió ribetes de desastre que incluso animaron acusaciones de saqueo, robo y malversación. Lo que se suponía debía ser un traspaso de poder ordenado al cual Chile se había acostumbrado, pasó a ser otro campo de disputas que no se diferenciaba del momento de campaña. Esto “interfirió” profundamente la comunicación política de los primeros días de gobierno y lo sigue haciendo hasta ahora, ya que la comunicación política es un conjunto de esfuerzos basados en recursos estructurales, simbólicos y pragmáticos que tienen como propósito definir una situación o estado de las cosas, para luego proponer una solución a un problema colectivo y que además hará efectivo el poder de quien lo ejerce (Gerstlé & Piar, 2020). Esa definición de la situación o estado de las cosas se denominó “emergencia” y las soluciones que se proponen al declarar emergencia, requieren claridad, planificación, rapidez y precisión. De otra manera, la confianza depositada en quienes definieron este camino se ve amenazada.

En suma, iniciar un gobierno de emergencia sonaba acorde con la menguada caja fiscal de diciembre de 2025 y, a medida que fue pasando el tiempo, hubo que actuar en consecuencia con ese relato. Se hacía inminente un alza en los combustibles y la idea de un Estado sin liquidez y sin posibilidad de endeudamiento fiscal, ya copaba todas las minutas comunicacionales. Esta decisión, sumida en el relato de la emergencia, pudo haber aportado en la decisión de traspasar de lleno el alza de los combustibles a los ciudadanos, provocando indignación y malestar. El mismo Ministro de Hacienda fue quien le puso “cifras” a la narrativa, que los comunicadores de la Moneda tristemente interpretaron como un Estado en quiebra, sin dimensionar las implicancias técnicas e incluso jurídicas del concepto. Tanto es así que, posteriormente, el mismo ministro tuvo que salir a desmentirlo.

Poner la vista sobre el rival, que ya no es rival, hizo tropezar comunicacionalmente al gobierno. Tanto es así, que más allá de las habilidades comunicacionales y del conocimiento que se pueda tener, la decisión sobre la vocería parecía estar más enfocada en quien había detentado el cargo en la administración anterior que en los desafíos que implica comunicar en un gobierno de emergencia. Esa precisión, rapidez y planificación que una emergencia requiere no se condice con el tiempo que un nuevo gobierno precisa para instalarse, lo cual contribuyó a que no sólo la vocera, sino además la Ministra de Seguridad dejara el cargo en pocas semanas, más o menos por las mismas razones.

El rol de la indignación en la comunicación.

Los discursos políticos de campaña, en general, buscan interpretar la indignación ciudadana haciendo que cobre sentido en los eventuales electores. Sin embargo, analizando la indignación desde la órbita de la comunicación del riesgo, es posible apreciar que se trata de una predisposición social voluble que cambia dependiendo de la percepción. Cuando un gobierno se define como “de emergencia” está canalizando la indignación ciudadana, pero a su vez, de manera implícita, está diciendo que sabe lo que hay que hacer, quién lo tiene que hacer y cómo se debe hacer, definiendo un estándar ético, moral y profesional. Dado el carácter voluble de la indignación, si se entra en contradicciones y se observan improvisaciones, esto se puede volver rápidamente en su contra.

En la teoría de la comunicación del riesgo, el concepto de “riesgo” se define como “peligro + indignación” (Sandman, 2001). La indignación es ese conjunto de sensaciones que motivan una respuesta. El

miedo, el descontrol, la voluntariedad, la injusticia, el abandono, la falta de atención, la desconfianza son causantes de indignación y cuando estos elementos se combinan en un discurso que se condice con realidades generalmente palpables o medianamente verificables, provocan una reacción de sentido sobre una audiencia que ve “traducido” su sentir, o lo que desearía expresar, en alguien que tiene voz y que posiblemente pueda tener poder para hacer algo. Ese poder, en el contexto democrático, puede ser traspasado por el “indignado” al líder, a través de su voto.

Tanto en neurociencia como en comunicación, las manifestaciones de miedo, odio o rechazo, son reales en el cuerpo y gatillan reacciones de alerta, pues el cuerpo y la mente no las distinguen de aquellas que no lo son. Suele suceder que no es tan sólo el candidato quien es capaz de darle forma de discurso a la indignación, sino que son elementos del entorno, generalmente mediático, los que le permiten apoyar su discurso en situaciones verificables. Gerbner llamó a esto la “teoría del cultivo” (Gerbner&Gross,1976), es decir, se tiene un conocimiento de la realidad que, en gran medida, está determinado por los límites técnicos, editoriales y ahora algorítmicos, de una pantalla. La realidad no es una sola y la iteración mediática de determinados fenómenos produce que sea observada como plena y única. Esto no quiere decir que lo que se observa no tenga asidero en la verdad, pero su iteración constante genera un efecto de indignación, que moviliza o fundamenta decisiones.

El candidato Kast, hoy presidente, logró capitalizar la indignación ciudadana, traducida en una serie de hechos que fueron mermando la confianza de las personas en el gobierno anterior: la inmigración, la seguridad, hechos de corrupción y un eventual vuelco al comunismo, generaron un caldo de indignación perfecto. Ese conjunto importante de indignados tomó decisiones de voto, movidos por la esperanza de una “mano dura” ante un caos instalado, mediatizado y politizado.

En este entramado, el rol de la percepción del riesgo es crucial, ya que cuando se perciben riesgos no operan sólo factores objetivos. La percepción de riesgos es un proceso cognitivo y emocional (Slovic et al., 2004) donde la indignación es el detonante. Dado el hecho de que la subjetividad prima en esta toma de decisiones, no es dable pensar que lo que ha indignado a la población, antes de ganar una elección, va a ser lo que mantenga la adherencia de este grupo a quien capitalizó esa indignación en las urnas. Esto puede variar drásticamente. Por tanto, adherir a una causa por indignación, deja la puerta abierta al giro o cambio de opinión, a diferencia de una adhesión carismática por fanatismo o dogma. Las medidas económicas que está llevando a cabo el Gobierno son prueba de ello. Han querido ser comunicadas desde una dimensión anti populista y centrada en la situación de emergencia instalada como discurso, sin embargo, perjudican en el corto plazo a quien otrora fue un indignado. Con esto no necesariamente las personas comprenderán que la pérdida de beneficios forma parte de la “solución transitoria”, dado que la adherencia al candidato vino en respuesta a la indignación recabada y no solo a sentirse parte de las ideas neoliberales y conservadoras que propugna. Por ello, el giro puede ser drástico, ya que no se basa en un convencimiento ideológico, sino más bien en una presunción heurística (lo hará bien porque es padre de familia, porque es empresario, porque dice las cosas de frente, porque habla claro, etc.).

Los sociólogos Niklas Luhmann y Ulrich Beck desarrollaron en gran medida el análisis de los riesgos sobre la sociedad durante las tres últimas décadas del siglo XX. Para Luhmann, el posible daño que provoque una situación es consecuencia de una decisión. Se habla entonces de riesgo, o bien, se juzga que el posible daño es provocado en forma externa y, en tal caso, se habla de peligro (Luhmann, 1991). Para Beck, los riesgos modernos son consecuencia de las decisiones de la propia sociedad industrial y tecnológica, no de la naturaleza (Beck, 1986). Así visto, el peligro está afuera, pero el riesgo siempre está en las decisiones, sean éstas económicas, políticas, colectivas o individuales.

Tomar decisiones es siempre un acto complejo, pues inciden en su resolución variables de todo tipo: la experiencia, el conocimiento, el origen, la posición social, los valores. La comprensión de los procesos y de las dinámicas que conforman una sociedad, siempre serán elementos de importancia en las decisiones políticas. La prioridad, el criterio y la forma en que se lleven a cabo serán ponderadas por los eventuales beneficiarios, pero esa ponderación no obedecerá sólo a factores objetivos, entrarán en juego casi los mismos factores que inciden en el decidor o el grupo de decidores. Por

esto, muchas veces una decisión de política puede ser importante, pero su oportunidad puede variar enormemente su éxito e incluso su posibilidad de implementación. Leer las sociedades es muy importante para gobernarlas.

Un caso que grafica cómo influye la percepción del riesgo en la toma de decisiones en un escenario instalado a partir del relato de “emergencia”, es el que surgió de las irregularidades en los procesos de reunificación familiar de ciudadanos haitianos. Como es de público conocimiento, el preinforme elaborado por la Contraloría General de la República detectó problemas en el proceso, derivando en la presentación, por parte del Servicio Nacional de Migraciones, de una denuncia ante el Ministerio Público por eventuales delitos de trata de personas, falsificación documental y corrupción. El hecho que motiva la denuncia fueron las fallidas verificaciones en terreno de las personas que ingresaron al país en el marco del proceso, entre las que se contaban decenas de niños. Esto originó la hipótesis de que algunos menores podían haber sido víctimas de trata de personas o de redes ilícitas. Posteriormente, la Policía de Investigaciones comenzó a localizar a buena parte de los menores. En pocos días se ubicó a 33 niños y luego a 52 de los 64 inicialmente inubicables. Esto no eliminó la existencia de irregularidades en el proceso administrativo, pero sí modificó significativamente la percepción pública de que existía un caso masivo de “niños desaparecidos”. Las primeras comunicaciones del Gobierno ayudaron a asentar la idea de una posible red de tráfico de personas. Las declaraciones se enmarcaron en la presunción de que “podríamos estar ante a un delito gravísimo”. Los medios de comunicación ampliaron la noticia siguiendo este relato, lo que derivó en el rótulo “el caso de los niños desaparecidos”. Esto, evidentemente, ayuda a reforzar a la emergencia como discurso, sin embargo, más allá de que el hecho constituía gravedad, la reacción anticipada provoca una alarma que no permite el control de la percepción ante la falta de información.

En el ámbito de los riesgos este es un error muy común que se resuelve entendiendo la diferencia entre “prevención” y “precaución”. La prevención determina que toda medida o decisión se toma basada en la existencia de certezas respecto de un hecho y la precaución es el marco de todas las medidas, acciones o declaraciones basadas en la incertidumbre, es decir, la cautela ante el desconocimiento. Si en la comunicación del gobierno hubiese primado la cautela, la situación mediática no hubiese escalado de la manera en que lo hizo, provocando un impacto acorde con la emergencia, que luego fue decayendo a medida que aparecían los niños, obligando al gobierno a matizar sus dichos, comenzando la “cautela” después de haber instalado la “alarma”.

Suele ocurrir en comunicación política que estas situaciones son aprovechadas por uno u otro sector, pero en este caso, el sentido comunicacional del gobierno sigue fuertemente arraigado a la manera de actuar en campaña, intentando relevar a un contrincante que ya no existe como tal, pues el objetivo de llegar al poder ya se ha logrado. Saber leer el momento y cuándo actuar con enfoque preventivo o de cautela, es parte de los desafíos comunicacionales de un gobierno.

De repartir culpas a pedir disculpas: la comunicación es también gestión.

La comunicación no lo es todo. Es importante aclararlo, porque si bien influye, no debiera ser el sentido último. Cuando todo gira en torno a la comunicación se puede perder el foco de lo que realmente comunica: la gestión. Aunque se acostumbra a decir que lo que no se comunica no existe, puede ocurrir también que lo que se comunica y no existe, provoca aún más vacío y, por tanto, indignación.

En el momento de asumir y en un deseo de graficar la acción desde la comunicación visual, el gobierno intervino el logo gubernamental con la frase “trabajando para usted”. Utilizó incluso símbolos acordes con la emergencia: la banda que acordona o delimita una zona que está siendo investigada, reconstruida o al menos estudiada. Varios expertos en diseño gráfico hicieron análisis al respecto y es relevante notar que la presencia permanente de la emergencia, desde los símbolos hasta el discurso, es una impronta que también define un mensaje subyacente: en una emergencia, el espacio para improvisar es acotado, pues es momento de que los mecanismos de respuesta y los

protocolos para devolver la estabilidad lo antes posible, entren en acción.

Esa premisa no puede cumplirse, a no ser que el gobierno haya establecido su plan de acción desde la emergencia, incluso antes de asumir. El calificativo de “metáfora” a una promesa de gobierno relativa a la inmigración, que hizo sentido a una parte importante de la población, marcó una decepción en el votante no ideológico que, a pesar de todo pronóstico, amparado en la esperanza y la indignación, confió en una promesa difícil de cumplir que el líder terminó sellando con este calificativo (en estricto rigor es una hipérbole). Este hecho, que en otros contextos podría entenderse como real, dado que expulsar a más de 300.000 personas en menos de un año resulta prácticamente imposible, en comunicación adquiere otra relevancia, ya que las personas escuchan algo que anhelan, pero que no todos pueden decir y si hay alguien que es capaz de mover la barrera de lo posible, puede definitivamente obtener el apoyo necesario. Pero el costo de ello es cumplir y en este punto la medida de acción no acompañó una comunicación acorde que permitiera calibrar la expectativa. El mismo presidente se encargó de cerrarla calificándola de metáfora, lo que en términos decodificados las personas entendieron como algo que, en realidad, nunca fue plausible.

Otro ejemplo en esta línea fue la filtración de que el nombramiento de la ex fiscal del Ministerio Público, María Trinidad Steinert en la recién creada cartera de Seguridad se hizo sólo con 36 horas de antelación. El hecho sembró dudas sobre la planificación y selección de los cuadros que asumirían uno de los temas eje de la campaña. Considerar la experiencia técnica de la ex autoridad en la materia es de suma importancia, pero las escasas redes políticas que ostentaba daban un margen restringido a su capacidad de negociación en un ministerio nuevo. La expectativa existente es que el cargo fuera asumido por alguien que transformara la indignación en confianza, al menos para comenzar un proceso que sintonice con la esperanza de “mano dura” efectiva en un tema que se configuró como uno de los puntos más débiles de la administración anterior.

Tal fue el énfasis que el actual gobierno marcó en materia de seguridad, que el hecho de no presentar un plan concreto terminó siendo un símbolo comunicacional relevante, afectando su credibilidad y sembrando dudas sobre su preparación. Tras la salida de la ministra Steinert, asumió el cargo una autoridad con mayor manejo político y más trayectoria, Martín Arrau). Y, al asumir, con sus primeras declaraciones dio a entender que el marco de acción heredado en materia de seguridad era suficiente. Esto pudo haberse leído de forma positiva si el actual gobierno hubiera considerado en sus discursos, rescatar los aspectos en que hay menos distancia con la administración anterior sin ver en ello una amenaza a su credibilidad. En este sentido, tener la capacidad de destacar lo bueno, aunque las diferencias políticas sean evidentes, también es algo que los ciudadanos esperan de su clase política, ya que aspectos como estos entregan señales de gobernabilidad y capacidad de diálogo. Sin embargo, la decisión comunicacional fue, desde un principio, abordar la gestión anterior como un total desastre, lo cual hizo que las declaraciones del nuevo ministro fueran disonantes y contradictorias en cuanto a la retórica previamente instalada.

El apoyo ciudadano mayoritario ya se consiguió, construir un estilo de gestión que mire hacia adelante, tal vez corrigiendo, reconfigurando e incluso conciliando posiciones puede ser una opción, ya que eso muestra afán por “superar la emergencia” en vez de continuar utilizándola como factor de indignación permanente y como justificativo de los tiempos que corren.

Paul Watzlawick, destacado psicoterapeuta, filósofo y teórico de la comunicación señalaba dentro de sus famosos axiomas (Watzlawick, Beavin & Jackson, 1967) que es imposible no comunicar. Esto quiere decir que lo que no se dice comunica y a veces mucho más que lo que se está diciendo. Poner atención a este hecho es importante en comunicación política y aún más relevante en la comunicación de riesgos, ya que los códigos y formas en que opera la decodificación humana actúan en general por oposición.

Ese cuidado en la comunicación es algo que requiere experiencia, observación y tacto, todos elementos que precisan vida y experimentación. Casos como el registro de incivildades y sus consecuencias comunicacionales, muestran la importancia de realizar un análisis a lo que se está diciendo “sin

decir”, ya que la duda de qué es lo que verdaderamente se penaliza y qué pierde en el registro de incivildades una persona que no es sujeto de beneficios sociales, puede generar indignación, ya que está dejando un amplio margen a actores que analizando lo que no está en ese discurso, discurren para llegar a una conclusión que hace sentido a muchas personas. Poco tiempo después, a partir de una decisión que no compete al gobierno, se refuerza la premisa: una jueza ordena no revelar la identidad de un conductor que fue sorprendido conduciendo a más de 264 kilómetros por hora y ni siquiera instruye retener su licencia de conducir. Esto construye indignación acumulativa y muestra que existen personas que están sobre la ley y que, si estuvieran o no en el registro de incivildades, nada cambiaría para ellas.

Neutralidad en los medios de comunicación ¿es posible?

Aunque los objetivos puedan diferir, los medios de comunicación y las redes sociales construyen opinión o al menos ayudan a reafirmarla. En este sentido, los medios y las redes aportan elementos importantes en el proceso de indignación de los ciudadanos. El hecho de que las líneas editoriales o los contenidos digitales busquen profundizar en determinados temas, no es en sí el problema, la pregunta subyacente es ¿qué hará la ciudadanía ante la ingente cantidad de noticias y contenidos que indignan?

Las noticias negativas parecen ser “las noticias”. La psicología cognitiva lleva años estudiando cómo esta tendencia moldea la manera de entender el mundo y de comprender la información. En un artículo de The Guardian del año 2018 se analiza la tendencia histórica de las noticias hacia lo negativo como sinónimo de “serio”. Esto, por supuesto, deja huellas en los procesos cognitivos, las abstracciones y obviamente en la percepción de los riesgos. El científico de datos Kalev Leetaru aplicó una técnica llamada “minería de sentimiento” a cada artículo publicado en el New York Times entre 1945 y 2005, y a un archivo de artículos traducidos y emisiones de 130 países entre 1979 y 2010. La minería de sentimientos evaluó el tono emocional de un texto al contar el número y los contextos de las palabras con connotaciones positivas y negativas, como buena, agradable, terrible y horrible. La conclusión fue que el New York Times se volvió cada vez más negativo desde principios de los años sesenta hasta principios de los setenta, se aligeró un poco en los años ochenta y noventa, y luego se hundió en un estado de ánimo progresivamente peor en la primera década del nuevo siglo (Leetaru, 2011). Los medios de comunicación en el resto del mundo, también, se volvieron más sombríos desde finales de los años setenta hasta nuestros días. Este marcado peso de la noticia ya lo había notado el escritor y poeta español Antonio Gala, a quien se le atribuye la frase “un pesimista es un optimista bien informado”.

Los efectos de esta situación no se dejan esperar; Al igual que con la “cámara de ecos” (Jamieson & Cappella, 2008) que empleara Bauman en sus ensayos en los albores de la era digital, donde lo que alimenta los contenidos digitales es “exactamente lo que las personas ya piensan” (Bauman & Leoncini, 2018), el sometimiento constante a una visión negativa de lo que significa estar “informado” deja huellas: percepción errónea del riesgo, ansiedad, niveles de estado de ánimo más bajos, impotencia aprendida, desprecio y hostilidad hacia los demás, insensibilidad y, en algunos casos, la evitación completa de las noticias. En otras palabras, la indignación se vuelve crónica y por mucho que se quiera salir de ella, “el corto verano de la esperanza” que supone un cambio de gobierno, no alcanza para revertir la tendencia, pues los medios siguen entendiendo la seriedad y la neutralidad en aquello que es negativo, lo cual vuelve a indignar o bien da pie para entregarse a la apatía política, desencadenando así la anomia.

Esta exposición constante a la manera de hacer comunicación, que no sólo alcanza a medios tradicionales, sino también a personas y entidades que hoy realizan “periodismo de interpretación”, tal vez contribuya a distorsionar la visión que las personas tienen del mundo debido a un sesgo mental que los psicólogos Amos Tversky y Daniel Kahneman llamaron la heurística de disponibilidad: la gente estima la probabilidad de un evento o su frecuencia por la facilidad con la que estos vienen

a su mente (Tversky & Kahneman, 1973). Cada vez que un recuerdo aparece en lo alto de la lista de resultados del motor de búsqueda de la mente por razones distintas a la sola frecuencia, es decir, porque es reciente, vívido, sangriento, distintivo o molesto, las personas sobreestimarán la probabilidad de que ello defina la realidad.

Esta connotación, que ya forma parte de una característica intrínseca de la forma de hacer comunicación social, reúne elementos que contribuyen a conducir la indignación y de alguna forma obligan a la clase política a seguir un patrón de conducta que mantenga esa línea. El gran problema es que esta caída en picada hacia lo negativo, trastoca los límites de la forma de hacer política y probablemente genere un impacto sobre el interés de los ciudadanos por la cosa pública, lo cual, aunque parezca bueno para algunos, al final no lo será para nadie.

Un punto importante, y positivo en todo este contexto, es el resurgimiento del periodismo de investigación y cómo ha contribuido a mejorar los cánones de transparencia, la priorización de las agendas y la reconducción de los conceptos de justicia e igualdad. El equilibrio del sistema democrático es posible y beneficioso para todo el espectro político si el periodismo de investigación tiene cabida y es fomentado.

Confiar en la democracia ayuda a confiar en la política.

En este escenario de disputas y confrontaciones lo que está en juego en términos comunicacionales, no es sólo quien y porqué detenta el poder, sino la confianza necesaria en la política como arte de lo posible. Un país como Chile precisa confianza en su clase política, pues ha sido y es la única forma de gestionar las crisis y los desastres que casi forman parte de una característica geomorfológica nacional.

El 25 de octubre del año 2019, en pleno estallido social, se dio una situación particular televisada y ampliamente reproducida por medios escritos y digitales. El ex fiscal del ministerio público, Carlos Gajardo, formaba parte de un panel de discusión en el matinal Mucho Gusto, transmitido por el canal de televisión abierta Mega. En ese panel, compartía espacio con prominentes figuras políticas: Ricardo Lagos Weber, Francisco Chahuán, entre otros. El tema de conversación derivó en la forma en que se “cerraron” los casos de financiamiento ilegal de la política, en donde pareció haber un acuerdo transversal entre sectores políticos, dejando caer un manto de impunidad sobre esta situación, lo que pudo haber contribuido a la indignación que derivó en el estallido. En su intervención, el fiscal Gajardo, además de hacerse parte de la indignación, entregó un mensaje más profundo. Textualmente dijo: *“Escucho que todos dicen: la gente está esperando que los políticos se pongan de acuerdo. El problema creo que es más grave, la gente no cree en los políticos, y no cree porque hace poquito, el 2015, tuvimos una crisis muy severa, donde se descubrió financiamiento transversal a todos los partidos políticos. Pasó que la clase política completa se puso de acuerdo para que no pasara nada, y se pusieron de acuerdo para elegir a un fiscal nacional (Jorge Abbott) que le diera garantías de que eso no se fuera a investigar, y en eso estuvieron de acuerdo los senadores aquí presentes (Lagos-Weber y Chahuán). De ahí para adelante esto no se investigó, entonces cuando la gente no cree en la política, yo particularmente, creo que tenemos que creer, no hay otro camino.”*

La recuperación de la confianza pasa también por la forma en que la indignación transita discursivamente hacia fórmulas de solución que permiten seguir manteniendo la esperanza en la viabilidad democrática como la mejor forma de abordar los problemas ciudadanos. Cuando eso no sucede el giro al autoritarismo se legitima y la evidencia muestra que las consecuencias y los costos que eso tiene son altísimos.

Si bien las contiendas políticas no cesarán, lo que se busca es “transicionar” en el tono de la discusión, cuidando el espacio político en donde los códigos deben dar cuenta de una mirada de bien común y de invitación genuina al diálogo y al consenso, al menos, en los temas más importantes. Los consensos, bien habidos, ayudan a todo el espectro político, porque muestran madurez cívica

y ello es un valor que recuperar. El constante “modo campaña” hace que la indignación sea lo único que se mantenga y ello no permite pasar al “modo soluciones”. Lo mismo ocurre con una oposición cerrada que tiene como misión la búsqueda constante del error. Cuando no existe autocritica, la búsqueda del error en el adversario, se vuelve contra el denunciante, por eso es importante contribuir a generar ciertos equilibrios.

Recomendaciones para una comunicación que construya confianza.

Basadas en la experiencia del desarrollo de estrategias comunicacionales que han tenido como foco la calibración del riesgo en la percepción de los ciudadanos, las siguientes son una serie de recomendaciones y consejos para la construcción de narrativas y relatos comunicacionales, que, desde el punto de vista semiótico, generan mayor adhesión que la sola gestión de la indignación constante, lo cual se suele ver como línea argumentativa central en la gestión de la comunicación política:

- ***Analizar con atención lo que se quiere decir, incluso considerando la eventual interpretación de lo que no se está diciendo.*** En el contexto de este enfoque de emergencia que se ha instalado, esta recomendación se grafica con una simple pregunta: ¿Cómo se puede atraer inversiones a un país en donde el propio gobierno lo declara como en emergencia? Es importante entender que la emergencia es un concepto definido y que se autoexplica, por tanto, si bien tuvo un objetivo electoral, es momento de dejarlo.
- ***Reconstruir el relato comunicacional dejando fuera todo aquello que lo vincule con emergencia.*** En el sentido de la recomendación anterior y ahondado en las características estructurales de Chile: las verdaderas emergencias son latentes en el país. Deformar o trastocar el concepto es llevarlo a un espacio que no anima la solidaridad, sino sólo la búsqueda de responsables como fin último. La capacidad de construir un discurso propositivo, participativo, que ponga en el centro la unidad, precisa de un correlato en la acción. Para hablar de unidad hay que hacer concesiones. Puede que esto no permita que las coaliciones continúen en el poder, pero sí les da un estatus que no parece ser habitual en los tiempos políticos que corren, a nivel regional y mundial. La importancia de la solidaridad como concepto es que beneficia a todo el espectro y eso construye y reconstruye valores tanto o más importantes que los conceptos de patria o nación.
- ***Comprender desde la comunicación que la sostenibilidad de un sistema democrático y de libertades favorece a todo el espectro político.*** Esto porque el rol de los partidos no es lograr la imposición de sus ideas ni la confrontación, sino el equilibrio como valor cívico duradero y trascendente. Para ello, esto debe palparse en los relatos, en los contenidos y en la forma de abordar la comunicación. La historia ha dado pruebas de que aquellos hombres y mujeres que trascienden son los que han logrado el consenso para avanzar, entrenar esas habilidades tanto en los líderes como en los equipos comunicacionales es clave.
- ***Lo que ha sido efectivo para ganar, no necesariamente será efectivo para gobernar.*** Los discursos tienen una elasticidad limitada y es importante que los ciudadanos que entregaron su voto, puedan percibir que “el modo” y “el estilo” ahora se centra en la implementación de soluciones. No siempre es posible seguir culpando a quien estuvo antes, pues la razón por la cual hoy se es gobierno es para construir o reconstruir, pero no para seguir teniendo una actitud comunicacional de oposición.
- ***Reconstruir el relato de la relación con la oposición: dejar de ver al “enemigo” y pasar a relacionarse con “el adversario”.*** Esto no sólo es un mensaje para el gobierno, sino también para la actual oposición. Una anécdota de Winston Churchill grafica a la perfección la propuesta: en el parlamento británico, la bancada del gobierno y la de la oposición se sentaban frente a frente. La anécdota cuenta que un joven diputado, novato y lleno de fervor

partidista le señaló a Churchill la bancada de enfrente, diciendo con vehemencia “*ahí están nuestros enemigos*”. Churchill le corrigió amablemente, indicándole que se equivocaba. Le explicó que quienes se sentaban al frente eran adversarios políticos, personas con las que debatía sobre leyes y modelos de país, pero con quienes compartía el mismo respeto por el sistema democrático. En política, la discrepancia y el conflicto son consustanciales porque en democracia los parlamentos y la vida interna de los partidos políticos son el espacio donde la política se enfrenta al conflicto. Procesarlo de manera adecuada fortalece las instituciones y mejora la calidad democrática.

- ***Quebrar la expectativa de lo confrontacional como rasgo distintivo de una forma de hacer política.*** Tal vez por su manera de irrumpir en el espectro político reciente, las derechas tienen como sello confrontar a sus opositores, construyendo una impronta que tiene efectos electorales positivos al capitalizar la indignación, pero que no se traduce generalmente en continuidad de su gestión. Por ello la recomendación es revisar el giro editorial hacia ese quiebre de expectativas.

Referencias

- JAKOBSON, R. (1985). *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Ariel.
- AUSTIN J.L. (1962). *How to Do Things with Words*. Oxford University Press.
- SEARLE, J.R. (1969). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge University Press.
- LASSWELL, H.D. (1948). *The structure and Function of Communication in society*. En L. Bryson (Ed.) *The Communication of Ideas* (pp. 37-51)
- GERSTLÉ, J., & PIAR, C. (Dirs.). (2020). *La communication politique* (4e éd.). Armand Colin.
- SANDMAN, P.M. (1987, November). *Risk communication: Facing public outrage*. *EPA Journal*, 13(9), 21-22.
- GERBNER, G., & GROSS, L. (1976). *Living with television: The violence profile*. *Journal of Communication*, 26(2), 173-199.
- SLOVIC, P., FINUCANE, M.L., PETERS, E., & MCGREGOR, D.G. (2004). *Risk as analysis and risk as feelings: Some thoughts about affect, reason, risk, and rationality*. *Risk Analysis*, 24(2), 311-322.
- LUHMANN, N. (1991). *Soziologie des Risikos*. Walter de Gruyter.
- BECK, U. (1986). *Risikogesellschaft: Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Suhrkamp.
- WATZLAWICK, P., BEAVIN, J.H., & JACKSON, D.D. (1967). *Pragmatics of human communication: A study of interactional patterns, pathologies, and paradoxes*. W.W. Norton & Company.
- LEETARU, K.H. (2011). *Culturomics 2.0: Forecasting Large-Scale Human Behavior Using Global News Media Tone in Time and Space*. *First Monday*, 16(9).
- JAMIESON, K.H., & CAPPELLA, J.N. (2008). *Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment*. Oxford University Press.
- BAUMAN, Z., & LEONCINI, T. (2018). *Generazione selfie. Dalla società specchiata*. Laterza.
- TVERSKY, A., & KAHNEMAN, D. (1973). *Availability: A heuristic for judging frequency and probability*. *Cognitive Psychology*, 5(2), 207-232.



TRADE
PEDESTAL
EX-100
TIEMPO