CHALLENGES OF POLITICAL COMMUNICATION IN CHILE

DESAFÍOS DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN CHILE

Claudio Elórtegui Gómez

Resumen

La última década ha confirmado una serie de transformaciones sociales y culturales que afectan, alteran y dinamizan el ejercicio de la interacción y la información entre el poder y la ciudadanía. Los sistemas democráticos se miden ante un conjunto de retos que la disciplina comunicacional debe intensificar, para aportar en el debate de los nuevos paradigmas que determinarán el tipo de sociedad política en la que viviremos.

Palabras clave: desafíos comunicacionales; Chile; campañas; ciudadanía; gobiernos locales.

Abstract

The last decade has confirmed a series of social and cultural transformations that affect, alter and energize the exercise of interaction and information between power and citizens. Democratic systems are measured against a set of challenges that the communication discipline must intensify, to contribute to the debate of the new paradigms that will determine the type of political society that we will live.

Keywords: communication challenges; Chile; campaigns; citizenship; local governments.

La trayectoria de la comunicación política chilena en la última década, no solo ha sido protagonista de eventos dinámicos desde los planos estratégicos, electorales y discursivos. También es un reflejo de las limitaciones que la variable política ha experimentado para adecuarse a cambios sociales y culturales (Mellado *et al.*, 2017). La crisis de la democracia como una tendencia global, afectada por un considerable daño institucional y de credibilidad a nivel local, a causa de mediáticos episodios de corrupción y espectacularización de lo público, entre otros aspectos, ha resignificado también las formas comunicativas de lo político (Elórtegui y Mellado, 2019).

La evidente desconfianza de la ciudadanía hacia cualquier forma de representación del poder; la volatilidad electoral con una decreciente participación en las urnas, a pesar de modificaciones en el sistema

Fecha de recepción: 17/08/2020 :: Fecha de aceptación: 24/08/2020

político; un ecosistema digital disruptivo y el agotamiento de los partidos tradicionales como intermediadores cívicos (de la Fuente-Mella, 2020), forman parte de un escenario muy propio de Chile, como de diversas naciones latinoamericanas.

Sin embargo, se aprecian también inéditos tejidos ciudadanos, movimientos sociales articulados desde lo virtual, instancias de inteligencia colectiva, plataformas de fiscalización y democratización del conocimiento online, renovadas iniciativas de gobierno abierto y proyectos emergentes de contenido político-periodístico, como opciones que tienden a oxigenar las expresividades contemporáneas de la comunicación política.

En efecto, las tensiones y reacomodos de las capas o pieles propias de la convivencia civilizatoria, de características simbólicas, narrativas y estructurales, han intensificado una crisis dada por el cambiante sentido del espacio y el tiempo, los territorios y las percepciones. Las disputas por el poder bajo estas condicionantes se han hecho aún más comunicacionales. Por ende, los desafíos para la comunicación política en países que se enfrentan a una encrucijada en sus modelos y paradigmas, no son temas menores o aislados.

La buena política no depende exclusivamente de una buena comunicación, pero la ayuda para restablecer un diálogo truncado con los que ya dejaron de creer en consensos o pactos democráticos. Lo complejo se da cuando las sociedades se convencen de que los acuerdos políticos no se logran con la palabra, sino con la violencia y el odio (Gagliardone *et al.,* 2015).

La comunicación política ingresará a una fase que le exigirá como disciplina, no solo estar situada en una zona de confort que se mueve con la inercia de las tendencias, sino asumir un papel conceptual de identificación convencional para trazar escenarios posibles, de riesgo, por un lado, y vitalización, por otro, de los fenómenos que nos marcarán como comunidades.

Desde el análisis que se ha realizado en función de los últimos trabajos de investigación publicados (Santander *et al.,* 2020; Santander *et al.,* 2017), procesando grandes volúmenes de datos en redes sociales, medios de comunicación y campañas electorales, tanto en el equipo de Demoscopia Electrónica del Espacio Público, como en el Núcleo de Data Analytics de la PUCV, comparto algunos aspectos que sitúo como desafíos chilenos, pero que podrían, perfectamente, ser comparados e integrados para otras realidades a observar:

Campañas electorales. Luego de lo que significaron hitos chilenos como las campañas del Plebiscito del "No a Pinochet", en 1988, o las presidenciales de Patricio Alywin (1989), Joaquín Lavín (1999) o Marco Enríquez Ominami (2009), la comunicación electoral tuvo una baja ostensible en su creatividad, calidad e innovación. Son necesarias (a) la profesionalización, (b) el diálogo interdisciplinar y (c) "reglas claras" para el financiamiento. Sobre lo último, no se trata de eliminar los recursos de las campañas, sino que ingresen desde la transparencia para involucrar una experticia que potencie la instancia democrática y no la debilite desde la precarización y la negatividad de los discursos o la improvisación de los equipos.

Comunicación gubernamental. La generación de sobre-expectativas que han logrado instalar las campañas, en tanto, no para aumentar votación en un sistema voluntario como el chileno, sí para consagrar ciertos imaginarios clientelares amplificados por los medios, se ha hecho muy difícil de procesar para las opciones vencedoras en Chile, una vez asumen el gobierno. Además, se sigue cayendo en un error reiterado al replicar un estilo publicitario-electoral para comunicar desde las presidencias, sin contar con la complejidad de construir relaciones de vinculación con las comunidades y asumir mensajes desde la inestabilidad "glocal".

Comunicación opositora. En toda democracia, el rol de la oposición es fundamental. Sin embargo, independiente de su color político, la fragmentación que evidencia está impulsando a esas fuerzas a buscar rápidas y poco analíticas diferenciaciones, optando por posturas binarias de la realidad que exacerban el conflicto y la farandulización de la política. Cuando las estrategias de forma suplen el contenido, se obtienen positivos, aunque efímeros, indicadores de audiencia, que no aseguran, necesariamente, adhesiones ciudadanas transformadoras, ganadoras y virtuosas. Como ha demostrado la historia política, el populismo puede propender a procesos de democratización necesarios y demandados por las sociedades, pero cuando éstos solo se focalizan en estrategias de simplificación de la realidad, asumiendo una disputa estigmatizadora entre elite y pueblo, se socava una dimensión dialógica de la democracia.

Comunicación en redes sociales. Las potencialidades de las redes como dinamizadoras de la comunicación política son innegables. Sin embargo, los vicios de lo *offline* llegaron con fuerza a lo *online*. La polarización que están estableciendo a nivel político, estimula campañas de contraste que no logran establecer debates de programas o contenidos para la ciudadanía. Por el contrario, dado todo lo antes descrito en este artículo, los discursos de odio en la política ganan fuerza en

el mundo, con el consiguiente daño que aquello tiene para la convivencia democrática, sobre todo en tiempos de crisis económica y social.

Creatividad y expresividad política ciudadana. Cuando las causas generan interés y sentido colectivo, impulsan una notoria colaboración e imaginación a nivel social (Elórtegui, 2020), aspectos que deberían alimentar una comunicación política en tiempos de descrédito hacia las fuentes emisoras de lo político. La política que anhela participación, utiliza estructuras de innovación y conecta a muchos desde la exploración, provocando interesantes cambios e hibridaciones. Además, es la que potencia campañas, establece fórmulas gubernamentales de mensajes más pertinentes y conectados con sus bases. Aquello tiende a incorporar equipos ciudadanos creativos que robustecen los flujos de información. Por ende, los productos políticos-comunicacionales que resultan son inspiradores. Suelen ser digitales, pero con impacto en lo territorial-público. Por ejemplo, la producción de memes en Chile es una constante, así como las expresiones artísticas de la política en las calles. Hay una comunicación política urbana y orgánica, emergiendo, que está buscando liderazgos y/o los está incubando en espacios no tradicionales, que debe estudiarse con detención.

Comunicación política local. La labor de la política territorial, sobre todo, la impulsada por ayuntamientos, se ha consolidado como un capital simbólico de importancia, cercanía y confianza para las personas. La crisis del covid-19 demostró una ligazón emocional y material de las alcaldías de mayor sensibilidad que el gobierno, así como una mejor performance comunicacional en los tiempos de respuesta, contención y acompañamiento en la crisis sanitaria y lo que deriva de ella. Sistemas presidencialistas como el chileno, que además siguen centralizados en la administración de lo público, tienen en las figuras locales, actores que estarán llamados a cumplir un papel relevante para la renovación de rostros y proyectos políticos, más coherentes con las necesidades de la ciudadanía.

Periodismo político y medios de comunicación. No se debe olvidar que la comunicación política tiene en la labor de los medios, uno de los eslabones fundamentales para un circuito constitutivo de lo democrático. Medios débiles, ya sea por lo económico o por el control de la propiedad en grupos políticos, afectan al sistema en su autonomía y calidad. Un periodismo político que no cumple con roles diversos y complejos para la comunicación, teniendo en la investigación y la pluralidad, ejes de trabajo y cultura organizacional, no impacta en lo público o en los debates que las audiencias ciudadanas están esperando. Así también, medios que emplean la comunicación populista para estimular una polarización digital de alta rentabilidad, establecen condiciones propicias para liderazgos autoritarios y extremistas.

¿Sociedades comunicacionales o sociedades incomunicadas? El umbral avanzado del desarrollo en la inteligencia de datos se está cruzando. La inteligencia computacional y la inteligencia artificial son y serán herramientas cada vez más vitales para la política. No obstante, el tipo de industrialización en redes que han tenido y su impacto en lo público, serán importantes para procesar de mejor forma la indignación ciudadana global ascendente o hiper-estimularla a tal punto, que terminemos en sociedades frustradas sin capacidad empática, intensificando el control, el miedo y la represión. La participación, el encuentro cívico en las instancias de la política y el involucramiento de una ciudadanía activa en la toma de decisiones, a partir de datos comprensibles y rigurosos proporcionados por entidades creíbles y no meramente comerciales, serán desafíos urgentes en los contextos chileno y latinoamericano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

de la Fuente-Mella H.; Martínez M. A.; Elórtegui Gómez C.; Calderón M. G. (2020): "Econometric Modeling of the Performance in the City Council of Chile". En: J. Kantola, S. Nazir, V. Salminen (eds): *Advances in Human Factors, Business Management and Leadership. AHFE 2020. Advances in Intelligent Systems and Computing, vol.1209*. Springer, Cham

Elórtegui Gómez, C. y Mellado Ruiz, C. (2019): "Roles del periodismo político en un contexto multiplataforma y de crisis institucional". *Comunicación y Sociedad, 2019, e7136: 1-23.* https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7136

Elórtegui Gómez C.; Ruette J.; de la Fuente-Mella H. (2020): "The Philanthropy of Chilean Citizenship: A Quantitative Data Science Study". En: J. Kantola S. Nazir, V. Salminen (eds): *Advances in Human Factors, Business Management and Leadership. AHFE 2020. Advances in Intelligent Systems and Computing, vol 1209.* Springer, Cham

Gagliardone, I.; Gal, D.; Alves, T. y Martínez, G. (2015): *Countering online hate speech.* United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

Mellado Ruiz, C.; López-Rabadán, P. y Elórtegui, C. (2017): "¿(Para) ciudadanos o espectadores? Periodismo político chileno y sus modelos profesionales de aproximación a la audiencia". *Palabra Clave, 20*(1):14-46. https://doi.org/10.5294/pacla.2017.20.1.2

Santander, P.; Elórtegui, C. y Buzzo, C. (2020): "Twitter, Presidential Debates and Attention Economy: A Symbiosis between Television Audience and Social Media Users during Campaign Season". *Communication y Society, 33*(3): 51-65.

Santander, P.; Elórtegui, C.; González, C.; Allende-Cid, H. y Palma, W. (2017): "Redes sociales, inteligencia computacional y predicción electoral: el caso de las primarias presidenciales de Chile 2017". *Cuadernos.Info,* (41): 41-56. https://doi.org/10.7764/cdi.41.1218

Claudio Elórtegui Gómez
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Grupo de Investigación Interdisciplinar DEEP y Núcleo de Investigación en Data Analytics. Doctor en Ciencias de la Comunicación y Periodismo, Universidad Autónoma de Barcelona.
claudioe_compol