

# Sugiero no abusar

**Claudia Miralles G.**  
Gerenta de Comunicación  
Estratégica Imaginacion



Los símbolos son fundamentales en la comunicación de masas porque permiten transmitir de manera rápida mensajes a grandes audiencias apelando a componentes emocionales. A una semana de asumido, el actual gobierno ha transmitido símbolos altamente valorados por la ciudadanía.

El primero, la formalidad. Uno de los aspectos más destacados del cambio de mando fue el tono austero y firme, para transmitir seriedad. Destaca la reposición de la corbata como elemento central. El mensaje: un gobierno que repone la autoridad para garantizar la seguridad, tan relevante para la ciudadanía y probablemente clave de su éxito electoral.

El despliegue continuó con la construcción de la zanja fronteriza y la salida comunicacional del ministro de Hacienda con el relato de emergencia económica, que se ejemplifica con la falta de caja fiscal.

Me quiero detener acá. Las expectativas ante cualquier gobierno son paz social y crecimiento. Visto así, la narrativa de de-

sastre fiscal puede ser, en el mediano plazo, un error no forzado.

La caricatura de un Estado gordo, con ministerios plagados de operadores políticos y servicios ineficientes, todo lo cual se va a corregir con el recorte del 3% del gasto fiscal, me parece errada tanto desde un punto de vista técnico como en lo político-comunicacional.

Algunos ejemplos: en Educación, las subvenciones están comprometidas por ley; en Salud hay que considerar deudas, listas de espera y el costo del GES; y en un ministerio como el MOP, reducir el 3% implica postergar obras nuevas, mantener lo que hay y, por tanto, volver a detener un sector como la construcción, que clama por reactivación.

Un país de ingresos medios, con múltiples necesidades, requiere un Estado fuerte, que ha venido gastado más de lo que tiene a causa de una sociedad frágil que demanda apoyo. Las diferencias socioeconómicas en Chile son aterradoras y en este aspecto me parece necesario bajar dos cambios.

**“La caricatura de que nada funciona puede resultar agotadora en el mediano plazo y revertirse contra el propio gobierno”.**

La caricatura de que nada funciona puede resultar agotadora en el mediano plazo y revertirse contra el propio gobierno. Moraleja: cuidar el tono y el mensaje. No olvidar que el gobierno saliente prometió comunicacionalmente cambiarlo todo, y el resultado está a la vista.

Reparo también en la puesta en escena de la primera dama, que con su de-

cisión de “servir almuerzo” opacó el sencillo gesto de su marido, el Presidente de la República, de almorzar con los funcionarios. Por si eso fuera poco, frivolisó el rol de las mujeres, hartas de servir y cuidar. Reponer estereotipos de género la hizo objeto in-

necesario de todo tipo de memes en redes sociales.

Los símbolos comunicacionales deben ser cuidados en la forma y en el tono. El sobreuso puede tener un efecto carambola, que opaque la sobriedad y el orden como telón de fondo de la narrativa, contribuyendo a deteriorar aún más la desconfianza en las instituciones. Se sugiere no abusar.