

Fecha: 31-03-2021
Fuente: La Tercera Online
Título: **La comunicación y la política**

Visitas: 697.475

Favorabilidad: ☐ No Definida

Link: <https://www.latercera.com/opinion/noticia/la-comunicacion-y-la-politica/IW57RTCPJNEADG2BQ6KMAR6NJM/>

Paula Walker La comunicación y la política La comunicación y la política Opinión Comentarios Por Paula Walker, profesora Escuela de Periodismo Usach En el primer gobierno de la Presidenta Bachelet, aquel que ella prefiguró como el gobierno ciudadano, paritario y de caras nuevas, la gobernante levantó una idea que orientaba sus actuaciones y las de su gobierno: poner en el centro a las y los ciudadanos. ¿Qué significaba eso? Que la reflexión que había detrás de las actuaciones de la Presidenta, que a su vez ella instruía al gabinete, y luego cada ministro y ministra debía instruir en sus instituciones, era considerar de manera prioritaria a las personas en todo aquello que hacían. Parece increíble que esa idea simple y obvia fuera tan importante para aglutinar y ordenar (al menos discursivamente) las prioridades y las acciones de un gobierno después de 16 años de recuperada la democracia.

Poner en el centro a las personas significa muchísimo, pero sobre todo significa una declaración de principios: la política, el Estado y los gobiernos se deben a las personas y deberían dedicarse a proteger y promover su bienestar y sus derechos. Los gobiernos son lo que dicen y dejan de decir. Son también sus políticas y programas, las entrevistas de sus autoridades, las acciones permitidas, las omisiones y los apoyos.

Por ejemplo, dar permiso de vacaciones en plena segunda ola de contagios, con fronteras abiertas y verano candente, junto con vanagloriarse de ser campeones del mundo por las vacunas, ha sido una acción imprudente y negligente que nos tiene en una situación dramática. Esas acciones nos hablan de un gobierno que privilegia la economía por sobre la salud de las personas y su bienestar. Comunicaron normalidad y control, en vez de fomentar el cuidado, la prudencia y develar los riesgos.

En el caso de las y los candidatos presidenciales es lo mismo. ¿Qué rol debe tener la comunicación en una campaña presidencial que se da en un país incrédulo, cansado, abrumado, con problemas económicos, con miedo al contagio y a la vez con esperanza en lo que viene, pero que rechaza a los que han prometido impudicamente durante tanto tiempo y no han cumplido con su palabra? ¿Cómo se enfrenta la comunicación en una elección política en medio de una cuarta revolución, la digital, que ha transformado completamente el escenario de las lógicas comunicacionales? Hoy los medios tradicionales están en crisis, cualquiera puede generar contenidos (algunos ciertos y otros no), irrumpen conversaciones nuevas que no controlan las élites, existe la "bidireccionalidad" en el proceso de la comunicación: las y los ciudadanos, autoridades o candidatos pueden conversar, criticarse, preguntar.

Las personas se detienen en medio de miles de mensajes para escuchar qué tiene "la política" para decirles, ver si alguien les habla de sus angustias, sus rabias, si lo hacen de forma clara, sin eufemismos.

Las palabras solas son vacías, las ideas complicadas que no logran explicarse son inútiles, y la sensación de vacío porque nadie "entiende lo que nos pasa" es caldo de cultivo para experimentos mediáticos que pueden resultar muy mal.

