



Claudio Elórtegui
 Doctor en Comunicación
 Director Escuela de Periodismo
 Pontificia Universidad Católica de Valparaíso

Copamiento comunicacional

Uno de los aspectos que se han comentado, con mayor frecuencia en los ámbitos de la comunicación política profesional y académica, es la denominada "estrategia de copamiento" que la actual administración de José Antonio Kast estaría impulsando en sus comunicaciones públicas para y desde el gobierno. La puesta en práctica de esta acción ha sido negada por la vocera Mara Sedini, sosteniendo que lo que se está haciendo es trabajar e informar sobre lo que se hace.

Lo concreto, es que la denominada "estrategia de copamiento" hace referencia a la presencia y visibilización de ideas-fuerza, medidas, acciones y personeros, entre otros elementos, en la mayor cantidad de espacios mediáticos-digitales posibles y con una cascada incesante de contenidos (*flood the zone*), en favor de un gobierno o actor que quiere posicionarse intensivamente, con la finalidad de tener un control sobre la agenda pública.

Algunas perspectivas consideran que el "copamiento" termina siendo muy efectivo porque logra que la mayor cantidad de comentarios de la ciudadanía, sean positivos como negativos, se refieren al impulsor de la estrategia, por lo que termina siendo el principal generador o fuente de contenidos políticos, económicos, etc. Con ello, se va estableciendo una centralidad en el debate público que puede provocar una serie de aspectos dignos de analizar.

En lo positivo, se podría evidenciar con claridad las medidas y los énfasis que un gobierno quiere compartir con la ciudadanía; marca distancia y diferencia con una oposición que queda más relegada del protagonismo político; activa, orgánicamente, a los adherentes para defender dichos contenidos gubernamentales en diversos espacios; y puede incrementar popularidad como un blindaje inicial frente a determinadas crisis y/o para construir reputación a mediano plazo.

Sin embargo, el "copamiento comunicacional" también puede traer consigo una serie de dificultades, que terminan por debilitar

o anular sus ventajas. Un primer aspecto es la sobreexposición, la que puede redundar en errores no forzados para el propio gobierno. El "copamiento" requiere de un cálculo fino, por ejemplo, de quiénes son los que realizarán las vocerías, más allá de quién ejerce ese rol, para el caso chileno, desde el Ministerio Secretaría General de Gobierno o la propia presidencia de turno.

El tema de las vocerías no es menor, pues sobre una misma noticia que el Ejecutivo necesite amplificar, para lograrlo tendrá que tener un conjunto coral de personajes desde la primera línea del gobierno, respaldando dicha información. A veces eso está bien planificado; en otras ocasiones, debido a declaraciones más informales o espontáneas de ministros u otras figuras no contempladas para la estrategia, puede generar una contradicción mayor y un serio revés para los efectos del "copamiento".

Por ejemplo, Donald Trump, que utiliza esta estrategia desde la personalización de su gobierno y sus propias plataformas, también tiene en Marco Rubio, Karoline Leavitt, J.D. Vance y Pete Hegseth, por ejemplo, la complementación y expansión para concretar la táctica. Sin embargo, este tipo de comunicación, para lo gubernamental, puede acarrear otra serie de riesgos.

El "copamiento" atrinchera y polariza, pues disputa la realidad con una fuerza conflictiva para que el relato sea incombustible. Como es atractivo y funcional para las plataformas de redes sociales porque genera reacciones y constantes emociones, enciende los debates, pero confronta en demasía a las personas, lo que termina por complicar la necesaria búsqueda de acuerdos y consensos que requiere toda gestión pública democrática.

Finalmente, llega un punto en que se provoca la saturación, donde toda la comunicación gubernamental se hace previsible y sucumbe ante las expectativas populares que se levantaron, haciendo muy difícil la gestión comunicacional de crisis que, inevitablemente, toca la puerta de todo poder. En definitiva, el "copamiento", como estrategia permanente, es compleja por los efectos que puede provocar para la gobernabilidad.

El 'copamiento comunicacional' también puede traer consigo una serie de dificultades, que terminan por debilitar o anular sus ventajas. Un primer aspecto es la sobreexposición, la que puede redundar en errores no forzados para el propio gobierno".