

Opinión

Ya no comunicamos, reaccionamos

“Era una metáfora”. Así terminó explicando el presidente José Antonio Kast una de las frases más comentadas de los últimos días, luego de hablar sobre la expulsión de 300 mil migrantes que prometió en su campaña presidencial.

Pero cuando llegó la aclaración sobre el mal uso de esa figura retórica, internet ya había hecho lo suyo: el clip estaba recortado, los titulares arriba, los reels circulando y las opiniones multiplicándose como si todos hubieran estado esperando exactamente ese momento para reaccionar.

Y eso dice mucho de cómo estamos comunicando hoy.

Porque actualmente ya no consumimos información: consumimos impactos. Nos enteramos de noticias mientras vamos en la micro, viendo reels acostados en la cama o escuchando un podcast mientras hacemos aseo. Todo compete por segundos de atención. Todo necesita ser rápido, corto y emocional.

Existe presión por publicar rápido, resumir temas complejos en formatos breves y captar atención en medio de un ecosistema donde todos pelean por ser vistos aunque sea unos segundos.

Hoy pareciera que las noticias duran menos que una historia de Instagram. Apenas alcanzamos a entender un tema y ya apareció otro encima. La lógica del “explicar” empezó a perder terreno frente a la lógica del “impactar”.

Y ahí las palabras empiezan a volverse peligrosas.

Porque una frase mal dicha, mal interpretada o sacada de contexto puede transformarse en una conversación nacional completa. Lo vimos hace poco con el famoso “descontinuar” del Ministerio de Hacienda. Bastó una palabra para que medio país entendiera algo distinto a lo que técnicamente se intentaba comunicar. Después llegaron las aclaraciones y los matices. Pero ya daba lo mismo. La frase ya se había transformado en contenido.

A veces pareciera que estamos viviendo la realidad como quien cambia historias en Instagram: sin terminar una antes de pasar a la siguiente.

Y el periodismo tampoco quedó fuera de esa dinámica. Existe presión por salir primero, por no quedarse atrás y por encontrar el titular que funcione bien en redes sociales. Muchas veces incluso pensamos una noticia imaginando cómo se verá en vertical antes de pensar cómo explicarla completa.

Mientras tanto, temas enormes pasan casi escondidos entre tanto ruido. Como la noticia de científicos de la Universidad de Concepción que avanzaban en un prototipo de vacuna contra el hantavirus, pero que no pudieron continuar investigando por falta de financiamiento. El tema apenas generó conversación... hasta que aparecieron contagios

en un crucero y el hantavirus volvió a transformarse en titular internacional.

Y quizás ese es uno de los problemas más grandes de esta época: reaccionamos mucho más rápido frente al escándalo que frente a la profundidad. Prestamos más atención al clip que al contexto. Más atención a la polémica que al contenido completo.

Porque hoy no basta con que algo sea importante. También tiene que ser viralizable.

Y probablemente ese sea uno de los grandes desafíos para el periodismo y las comunicaciones: volver a explicar en un mundo que solo quiere reaccionar.

Porque en medio de tanta velocidad, detenerse a entender algo completo se está transformando en un acto contracultural.

Existe presión por publicar rápido, resumir temas complejos en formatos breves y captar atención en medio de un ecosistema donde todos pelean por ser vistos aunque sea unos segundos



RICARDO NAREDO FERNÁNDEZ

Coordinador de Comunicaciones Externas y Asuntos Públicos, Agencia Giro