



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

“*Caminar midiendo los efectos de lo que se comunica y comunicar lo que se requiere para ir mostrando ese camino, es una tarea de gran complejidad, pero extremadamente necesaria para el éxito de la gestión pública. Si se piensa que una reciente e importante votación electoral avala los objetivos de los proyectos que se presentan desde un Ejecutivo, es un error*”

Los huevos de la canasta

Luego de la primera cadena nacional del Presidente José Antonio Kast, en el marco del anuncio referente a la inminente presentación del denominado megaproyecto para la reconstrucción nacional, han surgido una serie de reacciones lógicas y propias de un sistema político democrático, donde existen diversas funciones institucionales que alinean esos roles en la dinámica del poder.

En dichos ámbitos, las posiciones y las argumentaciones se van ordenando desde un sentido estratégico y comunicativo, algo inherente al espacio público y descrito con notable lucidez por Jürgen Habermas. Dado el conjunto de partidos políticos, medios de comunicación, instituciones y actores ciudadanos que interactúan y se movilizan desde sus legítimas agendas y diferencias, el escenario de la comunicación política sigue adquiriendo una trascendencia que ya es difícil de negar. Sobre todo, cuando los procesos de negociación parlamentaria y posicionamiento público son fun-

damentales para imprimirle una legitimidad simbólica a proyectos que requieren de una adhesión popular para su real continuidad. Es decir, debe existir un equilibrio entre la habilidad política para conseguir los votos que aseguren la tramitación de los proyectos (micro-comunicación) y, en paralelo, obtener una fuerte validación pública de la iniciativa que se está impulsando (comunicación social).

Las políticas públicas que son presentadas como proyectos estrella de un gobierno y son diseñadas sin considerar una aprobación significativa de la opinión pública, corren un serio peligro de no mantenerse en pie, perder viabilidad política en el corto plazo o generar una gran tensión social y política. Esto, necesariamente, no involucra que dichos proyectos estén mal formulados en lo técnico o que no sean coherentes con los resultados esperados para una administración determinada.

La persuasión popular, diferente al populismo intrínseco que

pueda tener una colectividad o cultura política en sí misma, es una variable a trabajar desde la profesionalización de las comunicaciones estratégicas y políticas. En estas labores, caminar midiendo los efectos de lo que se comunica y comunicar lo que se requiere para ir mostrando ese camino, es una tarea de gran complejidad, pero extremadamente necesaria para el éxito de la gestión pública. Si se piensa que una reciente e importante votación electoral avala los objetivos de los proyectos que se presentan desde un Ejecutivo, es un error, sobre todo si en pocas semanas ya se aprecia una fuga de apoyo considerable.

Por otro lado, cuando planteo que caminar -o, mejor dicho, navegar en aguas siempre inquietas- es evidenciar el camino hacia el cual se quiere llegar, si dicho camino es a varios años, es decir, a mediano o largo plazo, es un *harakiri* generar altas expectativas de inmediatez en el bienestar de las personas, cuando ese trayecto, en rigor, tiene una vuelta larga para que sea relevante para el sentido popular, el que menciono debe llevar la persuasión pública.

La estrategia para este caso fue poner “todos los huevos en la misma canasta” en el megaproyecto. Esta opción tiene mucha racionalidad para la concreción de lo que se espera pueda ser una reactivación a mediano plazo vía inversión empresarial, pero no para los efectos del corto plazo que, no podemos ignorarlo, también marcan el devenir de la gobernabilidad de un país. En este sentido, los huevos del corto plazo, por ejemplo, hay que ponerlos rápidamente en otras canastas visibles para que no desaparezca la alicaída confianza pública, de lo contrario, la estrategia política y las comunicaciones del gobierno no podrán eludir su responsabilidad de incrementar la polarización. Cuando me refiero al corto plazo, es a la dimensión inmediata de satisfacción de necesidades, indispensable para evitar que la pobreza multidimensional y las carencias que atraviesa nuestro país continúen agravándose. Siguiendo con la figura, las canastas deben asumir el peso, la cantidad y los tiempos que involucran, de lo contrario, los huevos pueden romperse. ➡