



Luis Enrique Santana, doctor en Comunicación:

# “El Gobierno se ve como que estuviera actuando a la ligera”

Por **Mane Cárcamo**

“No creo que el ambiente vaya a ser más fácil en ningún futuro Gobierno. La comunicación política actualmente es un espacio complejo, tenemos una esfera pública fragmentada, entonces es muy difícil que con un mensaje y con la forma tradicional de entender la comunicación puedas apuntar a distintos públicos”.

Luis Enrique Santana es más bien escéptico. Los errores comunicacionales que ha protagonizado el Gobierno en las últimas semanas (desde la gestión por la

El académico de la U. Adolfo Ibáñez dice que “en general”, los ministros “son personas a las que no les gusta mucho la cámara. Esa cosa de estar mostrándose parece que no les acomoda y se nota”.

polémica de los indultos hasta la filtración de un audio en la Cancillería) no son coincidencia. Con una escasa coordinación al interior del Gobierno, es poco lo que se puede pedir.

Psicólogo social de la Universidad de Santiago, máster en Administración Pública y doctor en Comunicación por la Universidad de Washington; Santana se ha especializado en teoría de la comunicación, opinión pública y el impacto de los medios digitales. Profesor asistente de la Escuela de Comunicaciones y Periodismo de la Universidad Adolfo Ibáñez (UAI), es director del programa Forman-

do Ciudadanía Digital e investigador asociado del «GobLab UAI». Antes de incorporarse a la universidad fue director de programas de la Fundación Democracia y Desarrollo, del expresidente Ricardo Lagos.

Muy activo en Twitter, no tiene problemas en manifestar su posición política (“el PPD fue pensado como un partido transicional para la Concertación, no fue un partido con una posición ideológica clara y es raro que haya durado tanto”, escribió hace unos días); sus diferencias con ciertas autoridades o subir una *selfie* con el ministro de Educación

Marco Antonio Ávila.

### “Es un error político no considerar la comunicación”

—¿Cómo evalúas la gestión de la ministra vocera Camila Vallejo y de la Secretaría de Comunicaciones (Secom)?

—Creo que se evidencia las diferencias generacionales. El manejo de redes sociales fue clave para poder conseguir votos en la segunda vuelta y fueron muy exitosos en llegar al poder de esa forma. Luego intentaron replicar ese accionar al principio del Gobierno. Instalaron un estilo de comunicación directa tipo *journalist-less* (sin periodistas) y pensaban que esa forma de conectar, que había sido exitosa en la campaña, iba a permitirles mantenerse arriba en las encuestas. Esa idea con poco manejo de los medios tradicionales y sin comunicación estratégica, les ha hecho difícil instalar su propia agenda.

—Enzo Abbagliati, consultor en comunicaciones que trabajó en el gobierno de Michelle Bachelet, ha sido muy crítico con el Gobierno. Hace poco escribió: “Me tiene podrido la frivolidad de la comunicación de políticas públicas en redes sociales. Una cosa es adaptar los mensajes a los nuevos formatos, y otra creer que el ‘videito chori’ de TikTok será capaz de llegar y comunicar lo central a audiencias diversas”. ¿Crees que eso está ocurriendo?

—En parte sí y en parte no. En un estudio de la UAI previo al plebiscito se detectó que el 45% de las personas no están informadas y deciden no hacerlo. A ese 45%, la estrategia más sobria no le llega tampoco, entonces cualquier forma de comunicación con la que podamos informar válida y confiablemente, aunque sea en un formato que no nos guste a las generaciones más antiguas, es bueno.

—Las desprolijidades que ha vivido el Gobierno, ¿son problemas políticos o problemas comunicacionales? Porque tal vez las dos almas que coexisten al interior del oficialismo son las que no están permitiendo llegar con los mensajes a la ciudadanía.

—Es un error político no considerar la comunicación como parte del diseño de la política pública en sí misma. Por cierto, está el tema de las dos almas, que seguramente son más, porque tampoco hay dentro de Apruebo Dignidad una larga tradición de trabajo en conjunto. Entonces hay múltiples grupos dentro de estas dos coaliciones que están tratando de funcionar en este matrimonio que se arregló hace un año atrás, medio por conveniencia.

—¿En qué se traduce concretamente?

—Hay poca coordinación interministerial. Los ministerios casi no comunican sus logros, no los vemos y hay muy poca experiencia. Personalmente creo que también tiene que ver con los perfiles de quienes fueron nombrados (ministros). En general son personas a las que no les gusta mucho la cámara. Esa cosa de estar

mostrándose parece que no les acomoda y se nota. Cuando se logra hacer trabajo comunicacional interministerial, como el caso del anuncio del tren entre Santiago y la Región de Valparaíso, han logrado posicionarse y poner sus temas. Pero no es muy seguido.

—A propósito de las filtraciones en el Ministerio de Relaciones Exteriores, ¿la clase política está conciente de lo expuesta que está?

—La digitalización de las comunicaciones ha quitado los límites entre lo privado y lo público, lo individual y lo colectivo. Estos límites son difusos. Al no existir, la intención individual va generando efectos en los otros y hay poca conciencia de esos impactos. Una de las cosas que define al mundo actual es la inmediatez; hay que actuar rápido, tener respuestas, porque de lo contrario empieza Twitter o los grupos de WhatsApp con el rumor que corre más rápido. Entonces, se trata de entregar una respuesta ya, porque parece ser que somos más transparentes si la tenemos. Pero es pecar de ingenuos creer eso, porque la inmediatez genera desconfianza en las personas y el Gobierno se ve como que estuviera actuando a la ligera, o que está tomando decisiones sobre la marcha sin pensarlo mucho.

### “Boric ha decidido que en ciertos ámbitos no va a ceder en sus convicciones”

—De los liderazgos políticos de hoy, ¿quién crees que lo está haciendo bien? ¿Quién ha entendido cómo comunicar?

—Evelyn Matthei siempre ha tenido un muy buen manejo comunicacional, y lo sigue manteniendo. Orrego también lo hace muy bien. Son políticos tradicionales que han logrado adaptarse a las nuevas tecnologías y las utilizan en su favor para potenciar su imagen. La senadora (Ximena) Rincón parece que trata de hacer lo mismo y no le resulta de la misma forma, no le es tan natural.

—Gabriel Boric es un líder que sale a comprar, que toma cerveza. Pero quizás, cuando hay problemas, la gente lo prefiere encerrado en La Moneda. ¿No nos pasa que tenemos una contradicción entre la cercanía y gobernar?

—Nosotros somos de una cultura que, en general, se distingue por no ser muy buenos para celebrar ni descansar. El descanso se mira como una evasión al trabajo. Entonces, claro, si ya culturalmente tenemos eso y vemos al Presidente que habla de que hay que tomar descanso para poder trabajar mejor, es contracultura. No podemos tener esas imágenes idealizadas de los políticos de antaño, creo que eso terminó con Lagos, hasta ahí quedamos con esta imagen del líder como si fuera una especie de “papá político”. Ahora con el Presidente Boric, y a través del celular, somos testigos de cosas que son muy mundanas, como cuando se le rompe el zapato, se le sale la camisa y eso hace también que tenga una imagen menos idealizada.

—Hace poco leí una crítica que decía que cuando Boric habló en Argenti-



Hay poca coordinación interministerial. Los ministerios casi no comunican sus logros, no los vemos y hay muy poca experiencia”.



Matthei siempre ha tenido un muy buen manejo comunicacional. Orrego también lo hace muy bien. Son políticos tradicionales que han logrado adaptarse a las nuevas tecnologías”.

na respecto a Perú, lo hizo como diputado y no como Presidente, no entendiendo lo delicado que eran sus declaraciones contra un país vecino. ¿Crees que el Presidente es conciente de eso?

—Pienso que Gabriel Boric ha decidido que hay ciertos ámbitos en los que no va a ceder en sus convicciones aun siendo Presidente.

—¿Como cuáles?

—Como hablar abiertamente contra las violaciones de los Derechos Humanos. Lo hizo contra Venezuela, ha tenido varios problemas con la situación israelí-palestina, pero también lo hizo con Ucrania y recientemente sobre Perú. Son temas en los que está dispuesto a asumir los costos que implica mantener esa posición firme. Tenemos algunas esferas públicas que tienen mayor acceso a las comunidades de opinión, a los diarios, a la noticia, y que son bastante más conservadoras que lo progresista que es el Presidente. Porque si hablamos de “hablar” de los países vecinos en temas de Derechos Humanos, el Presidente Piñera fue hasta Cúcuta e hizo un acto en la frontera.

—El Presidente también es activo en las redes sociales con mensajes que veces no son los tradicionales para un mandatario. ¿Crees que Boric tuitea directamente?

—Todos tuitean y tienen sus equipos, pero cuando quieren, tanto el Presidente como los ministros, si ellos quieren tuitear, ellos lo hacen.

—¿Y te parece bien eso?

—Como cuentas institucionales yo creo que deberían manejarse institucionalmente y ser parte del diseño de las estrategias políticas y de políticas públicas del Gobierno. Entonces sí, creo que debería ser menos espontáneo en la forma de tuitear, independiente de que siga siendo Gabriel Boric o Camila Vallejo. Son personas que ya tenían una presencia pública fuerte en sus redes sociales, pero deben considerar que ahora la cuenta que manejan es institucional, no es su cuenta personal.

—He visto en Twitter que eres cercano al Gobierno o que tienes afinidad ideológica con ellos. Si te encontraras con el Presidente y te pidiera un consejo desde lo comunicacional, ¿cuál sería?

—Planear la comunicación como parte integral de la política. O sea, la comunicación debe estar en el centro del diseño de su política, porque es parte esencial para que las medidas se puedan entender, implementar y tener los efectos deseados.

—Como lo de los indultos que a todas luces no sintonizó en un momento muy crítico, ¿no?

—Sí, hay una necesidad de ser más concientes del entorno y saber que ese contexto involucra un espacio más allá de sus seguidores. Es mucho más de lo que ellos son capaces de ver en el 28% o 30% de apoyo que tiene normalmente el Presidente en su núcleo duro. También hay que robustecer la relación con la prensa. Ahí la Secom tiene que ser fuerte en el sentido de poder facilitar el trabajo de los medios.

