

Jorge Gillies Arancibia*

Universidad Tecnológica Metropolitana,
Santiago, Chile

punto de vista

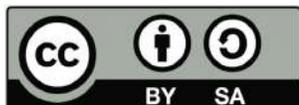
LA COMUNICACIÓN POLÍTICA Y SU INCIDENCIA EN LOS PROCESOS POLÍTICOS CONTEMPORÁNEOS EN CHILE

POLITICAL COMMUNICATION AND ITS IMPACT ON CONTEMPORARY POLITICAL
PROCESSES IN CHILE

Recibido: 2 de mayo de 2021 | Aprobado: 10 de mayo de 2021 | Versión final: 26 de mayo 2021.

Cómo citar este artículo:

Gillies, J. (2021). La comunicación política y su incidencia en los procesos políticos contemporáneos en Chile. *Trilogía* (Santiago), 34(45), 84-103, Universidad Tecnológica Metropolitana.



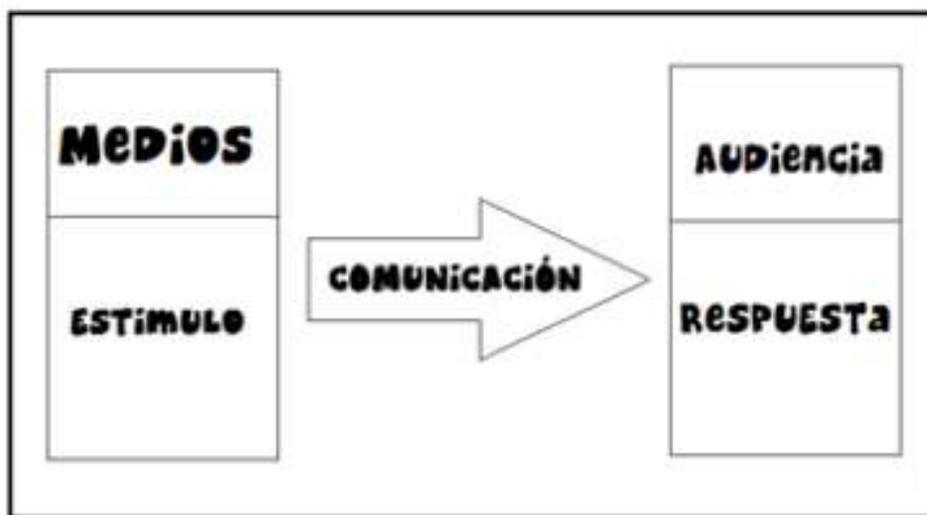
*Periodista, Licenciado en Comunicación Social, Universidad de Santiago de Chile. Ingeniero Comercial, Magíster en Ciencias Económicas, Escuela Superior de Economía de Berlín. Filiación institucional: Facultad de Humanidades y Tecnologías de la Comunicación Social. Programa del Desarrollo Personal y Social, Universidad Tecnológica Metropolitana, Santiago de Chile. Correo electrónico: jorge.gillies@utem.cl

La comunicación política es una disciplina de ya larga trayectoria, iniciada a comienzos del siglo XX como consecuencia de la irrupción de los medios de comunicación de masas en la escena mundial. No obstante, los actores políticos tradicionales suelen no considerarla en sus decisiones, generando situaciones de crisis que se han acelerado en los últimos años, a nivel planetario y en nuestro país, al punto que diversos analistas hablan de un cambio de ciclo que pone en cuestión principios centrales de la democracia representativa.

El presente trabajo expone como diversos modelos de comunicación, surgidos en los últimos cien años, son aplicables a la comunicación política en sus distintas etapas y como esta se ha ido complejizando con el transcurso de las décadas. En Chile, este análisis se puede aplicar tanto a procesos políticos que tuvieron lugar en el siglo pasado, como a la crisis que enfrenta actualmente nuestro país, caracterizada por el declive de las alianzas que lo gobernaron en los últimos 30 años y el surgimiento de nuevos actores políticos. Este fenómeno se expresa con toda nitidez en el plebiscito constitucional del 25 de octubre de 2020 y en la elección de la Convención Constituyente, el 15 y 16 de mayo de 2021.

El primer modelo de comunicación fue la llamada teoría de la *aguja hipodérmica*, cuya autoría es atribuida a Harold Dwight Laswell, quien fue el primero en comentarla en la década de 1930, y que se refiere a la manipulación que ejercían los medios sobre sus audiencias, logrando *inyectar* contenidos, generando un efecto manipulador. Efecto utilizado por los regímenes dictatoriales de la primera mitad del siglo XX, que destinaron ingentes recursos a la propaganda mediática.

Figura 1. Efectos de la aguja hipodérmica



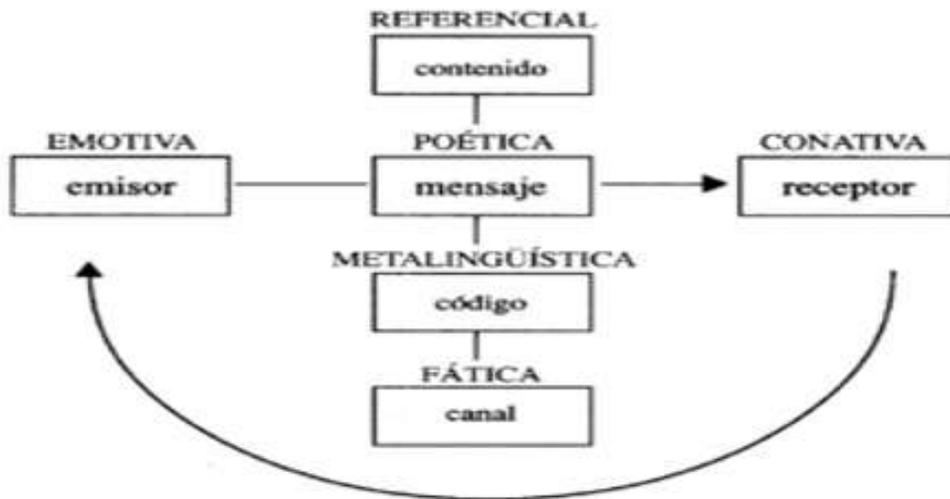
Fuente: Galeano (1997, p. 1).

Dicho efecto solo fue posible, sin embargo, por la irrupción de los medios de comunicación de masas como fenómeno único y reciente a escala mundial. Y si bien el efecto manipulador de los medios dista mucho de haber terminado, no se expresa en la actualidad con la misma fuerza. Un caso paradigmático al respecto nos lo entrega la política chilena: en el plebiscito constitucional, los partidarios de la opción Rechazo invirtieron muchos más recursos de campaña que quienes apostaban por la opción Apruebo, resultando no obstante esta vencedora con un 77,8 por ciento de las preferencias. Lo mismo se repitió en las elecciones constituyentes, donde candidaturas que invirtieron cuantiosos recursos propagandísticos resultaron abrumadoramente derrotadas.

El llamado modelo clásico del conductismo en comunicación, aportado por Roman Jakobson, enmarcó la comunicación política en la segunda mitad del siglo XX, también en nuestro país. Dicho modelo considera todos los elementos del proceso de comunicación, sin perjuicio de lo cual la política privilegió el men-

saje y el canal, sin considerar suficientemente los demás factores. Es el modelo clásico de las propuestas populistas y de los megarrelatos, que pretendían ofrecer soluciones globales y excluyentes a los problemas de las sociedades. La utilización del conjunto de los *mass media* tras este propósito es evidente.

Figura 2. Elementos de la comunicación según Jakobson



Fuente: Bermeosolo (2001, p. 45).

El propio Laswell aporta a fines de la década de 1940, un modelo que busca corregir la teoría de la aguja hipodérmica y que se aplica de preferencia a la publicidad, pero también a la comunicación política. Tiene como base la amplificación del consumo y la democratización de los sistemas políticos, con la inclusión extendida del voto femenino.

El principio del llamado *paradigma de Laswell* es la segmentación de los públicos receptores, tanto en lo que respecta a la publicidad como a la propaganda. Aquí se encuentra el origen del marketing comercial, pero también del marketing político, que presta atención a las demandas específicas de los grupos sociales. En el mundo de las redes sociales y la digitalización de las comunicaciones la posibilidad de dirigir mensajes orientados a distintos segmentos ha aumentado exponencialmente, en la medida que se detectan intereses y hábitos incluso a nivel individual.

Figura 3. El paradigma de Laswell

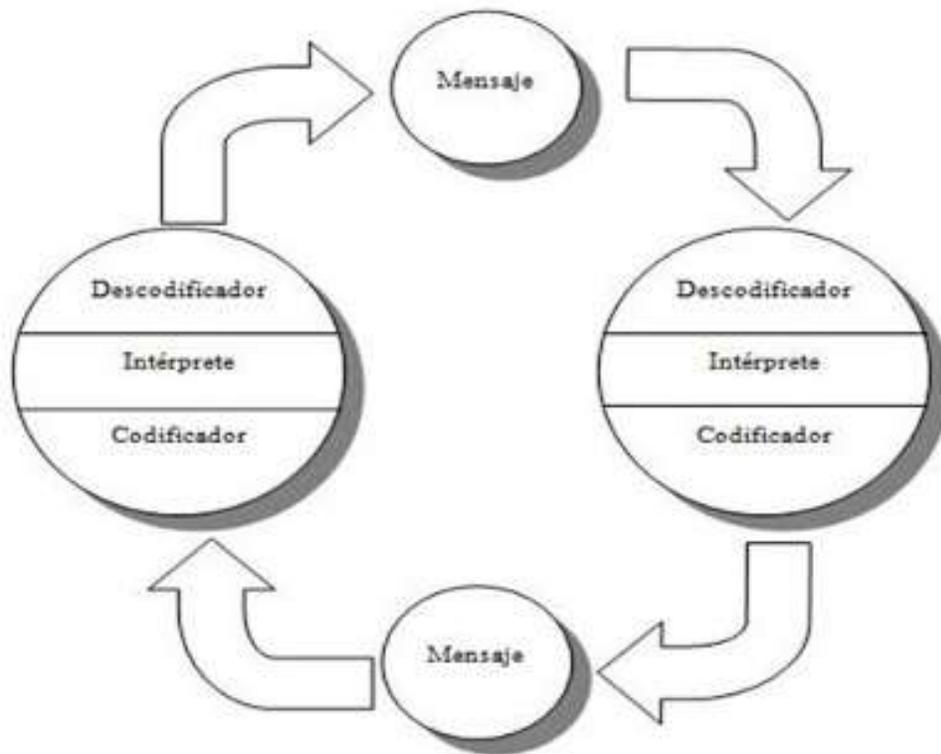


Fuente: Bugeño, I. (14 Oct. 2010).

Pero es recién el modelo de Willbur Schramm¹ quien pone el acento en el concepto de código y en el papel de los receptores –en este caso de los electores– en la decodificación de los mensajes. Aquí aparece una crítica implícita al modelo de Jacobson, en el que el mensaje aparece como un factor autónomo, ubicado entre el emisor y el receptor. Con Schramm se insinúa por primera vez una concepción constructivista de la comunicación, según la cual cada receptor construye su propio mensaje a partir del *input* que recibe.

1. Según Willbur Schramm (estadounidense), el proceso de comunicación no es unidireccional, sino bidireccional, puesto que emisor y receptor van intercambiando sus posiciones en el proceso. No existe un solo mensaje emitido sino grupos de mensajes emitidos por códigos verbales y no verbales. Su modelo (1959), busca ampliar el modelo matemático-cibernético de Shannon y Weaver, originalmente basado en los procesos de transmisión radiales.

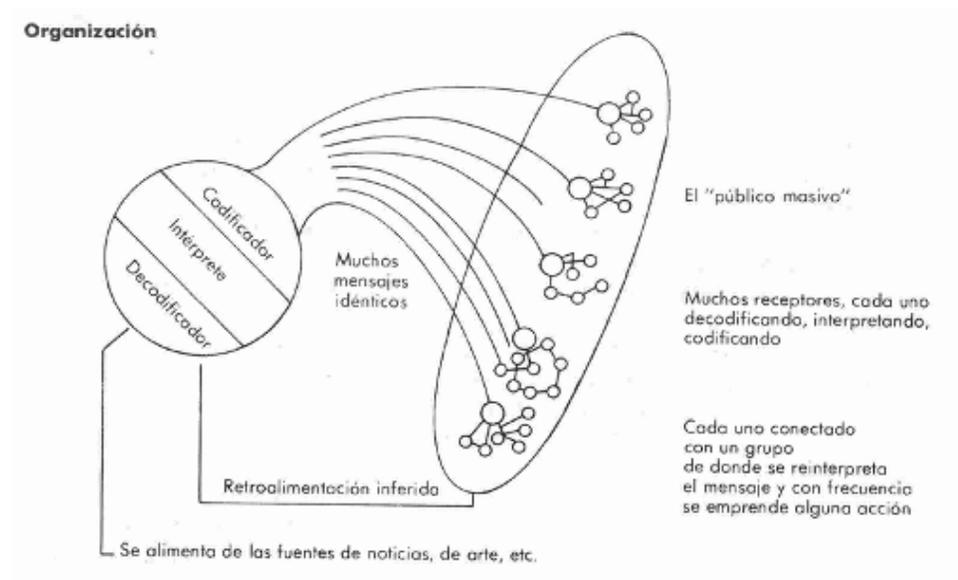
Figura 4. El modelo de codificación de Schramm



Fuente: Sánchez (2006, p. 86).

El modelo de Schramm no solo opera en la comunicación bilateral, sino que se aplica también a los medios de comunicación de masas. La llamada *tuba de Schramm* expone como cada receptor de un mensaje masivo aplica este proceso de decodificación en el contexto de su grupo de referencia.

Figura 5. La tuba de Schramm aplicada a la comunicación de masas



Fuente: Castro y Moreno (2006, p. 121).

La política —no solo en Chile— ha asumido por lo visto el proceso de decodificación de sus mensajes por parte de los públicos receptores. No de otra forma se explica, por ejemplo, el claro rechazo del precandidato comunista a la Presidencia de la República, Daniel Jadue, a la violencia como método de acción política, expresado después de enfrentamientos que terminaron con un vehículo policial quemado en su comuna.

La declaración de Jadue hizo que las redes sociales ardieran y muchos lo acusaron de *haberse vendido al sistema*. Pero el edil de Recoleta sabe que este es un precio que debe pagar si quiere mantener vigente su opción presidencial. Tal como el abanderado de la Unión Demócrata Independiente (UDI), Joaquín Lavín, optó por declarar su afinidad con la socialdemocracia, Jadue sabe perfectamente que debe acercarse al centro político, que es el territorio donde se ganan las elecciones en Chile, incluso en tiempos de crisis como los que estamos viviendo.

Y para ello debe distanciarse de posiciones que legitiman la violencia en el marco de la confrontación política, aun cuando la furia de las redes lo condene.

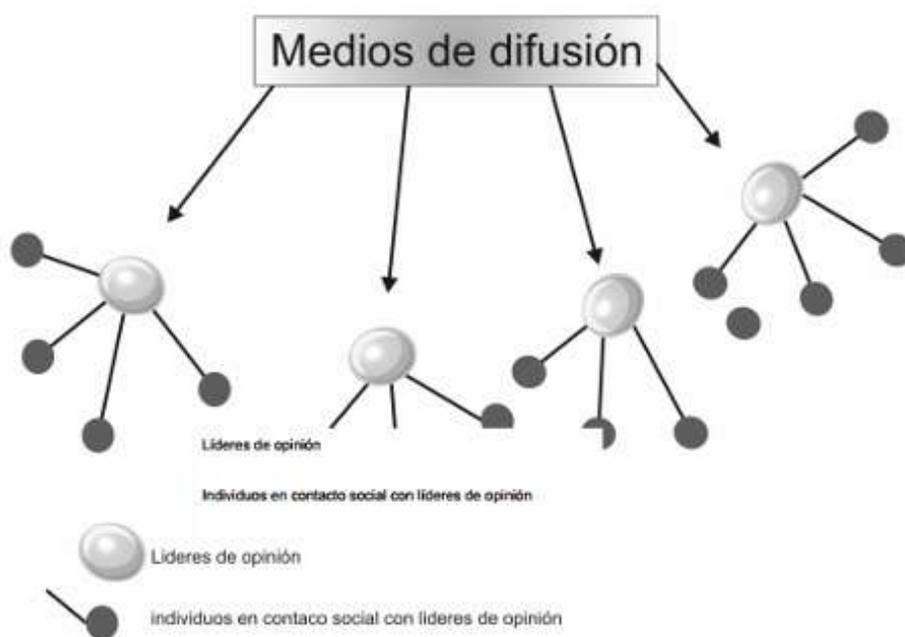
Por lo tanto, si la sociedad chilena se ha *social-democratizado*, como lo ha intuido Lavín, Jadue podría tener una opción en la medida que le dispute el electorado de centro al ex alcalde de Las Condes.

El modelo de Katz y Lazarsfeld² incorpora por su parte el concepto de líderes de opinión como intermediarios entre los medios y los receptores.

2. El modelo de Eliu Katz y Paul Lazarsfeld [1955], a raíz del primer estudio riguroso de comunicación colectiva en campañas electorales. También se le conoce como la Teoría del Two-step flow of Communications (Teoría de los dos pasos) o del doble flujo. El mismo estudia la comunicación en dos etapas para explicar su impacto e influencia en la opinión pública. De acuerdo con el modelo, el mensaje no llega directamente a los receptores, sino que les llega a través de los medios. Cuando estos emiten información, llegará al público a través de un intermediario: el líder de opinión, quien influirá a su manera en el público.

Al respecto, cabe destacar que tal como sucede en otros países, enfrentados a incertidumbres y situaciones de crisis, el papel de los liderazgos individuales supera con creces a las afiliaciones partidarias tradicionales.

Figura 6. Modelo de comunicación de Katz y Lazarsfeld



Fuente: Castro y Moreno (2006, p. 64).

En Chile la situación es compleja, puesto que no se evidencia claramente un liderazgo consolidado. Las encuestas muestran que ningún aspirante presidencial superara el veinte por ciento de las preferencias, con más de un cincuenta por ciento de electores indecisos. Ello es absolutamente insuficiente para marcar alguna tendencia relativamente estable de aquí a la fecha de las elecciones presidenciales de noviembre.

Y ello porque en el marco de esta situación de incertidumbre no se descarta el surgimiento de

liderazgos de última hora, totalmente ajenos al ámbito de la política tradicional y que podrían encerrar variadas sorpresas, no necesariamente positivas. Pero nadie, en rigor, es capaz de vaticinar una tendencia. Lo que prima es la incerteza, un fenómeno poco común en Chile en un año electoral.

Llama la atención, en este contexto, el papel que han asumido los propios mensajeros; es decir, los comunicadores, al establecer liderazgos de facto en la comunicación política.

Lejos quedaron los tiempos en que la autoridad convocaba a La Moneda a los directores de los medios de comunicación para acallar la difusión de determinadas noticias, como sucedió en 1991 durante el gobierno de Aylwin con motivo del secuestro de Cristián Edwards, o tres años más tarde durante el gobierno de Frei Ruiz Tagle, a raíz de los llamados *pinocheques*. Y los frecuentes telefonazos desde los centros del poder, alertando en contra de la publicación de noticias o reportajes incómodos, ya no surten los efectos de antes y generan reacciones contraproducentes, que ponen en entredicho y someten más bien a escarnio a sus autores.

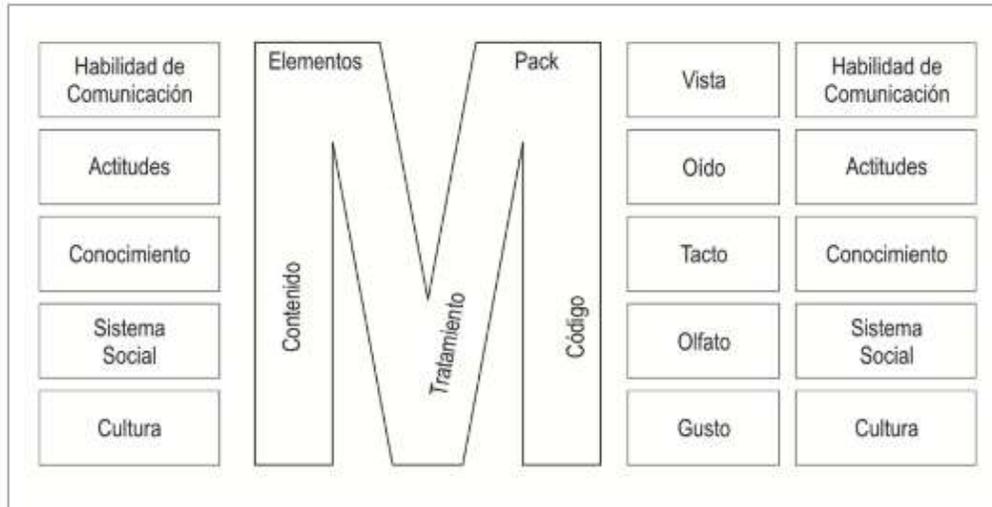
Ello sucede por una parte debido a la creciente horizontalidad y deslocalización de los medios de comunicación, como consecuencia de la revolución digital. Resulta inconducente amenazar a empresas que operan globalmente y que tienen sus sedes en otros países, como quedó demostrado con el reclamo hecho por la Presidencia de la República ante el canal La Red con motivo de la emisión de una entrevista al exfrentista Mauricio Hernández Norambuena, condenado por el asesinato de Jaime Guzmán. Pero sucede sobre todo por la carencia de liderazgos políticos convincentes, en países en que la proliferación de candidaturas de todo tipo pareciera ser inversamente proporcional a la capacidad de conducción y motivación que tiene la política. Es el caso de Chile, que en este aspecto no se distingue demasiado de Perú y su reciente primera vuelta presidencial. En cambio, los principales referentes han pasado a ser aquellos periodistas que toman partido abiertamente en el acontecer político, sumando con ello la confianza de sus públicos en momentos de extrema dificultad como los que se viven a raíz de la pandemia y la crisis económica.

Espacios matinales y nocturnos, y *podcasts* que escapan al formato clásico de los programas políticos han ganado enorme audiencia y cata-

pultado a la fama a sus conductores, pasando a ocupar, literalmente, el vacío dejado por el estamento político de gobierno y oposición. Y para aplicar la metáfora, son los mensajeros los que han salido a matar a los autores de malas políticas. Esta nueva realidad se condice con el modelo comunicacional de Berlo³, donde los mensajes aparecen estructurados en forma mucho más compleja y en el cual se anuncia una mayor horizontalidad de la comunicación política al establecer que, a lo menos comunicacionalmente, mensajero y receptor son contrapartes en igualdad de condiciones. Los políticos deben considerar este aspecto seriamente, puesto que cuando no lo logran, son otros los actores que ocupan ese papel, entre ellos precisamente los periodistas y comunicadores.

3. David Berlo estableció su teoría de comunicaciones en 1960, conocida como el modelo SMCR por sus componentes: fuente, mensaje, canal y receptor. Sostiene que la comunicación es un proceso elaborado, el cual el mensaje es sometido a un tratamiento y codificación que es recibido a través de los sentidos, por lo que cada individuo lo percibirá de acuerdo con sus habilidades de comunicación, su conocimiento, su sistema social y su cultura.

Figura 7. Modelo de comunicación de Berlo

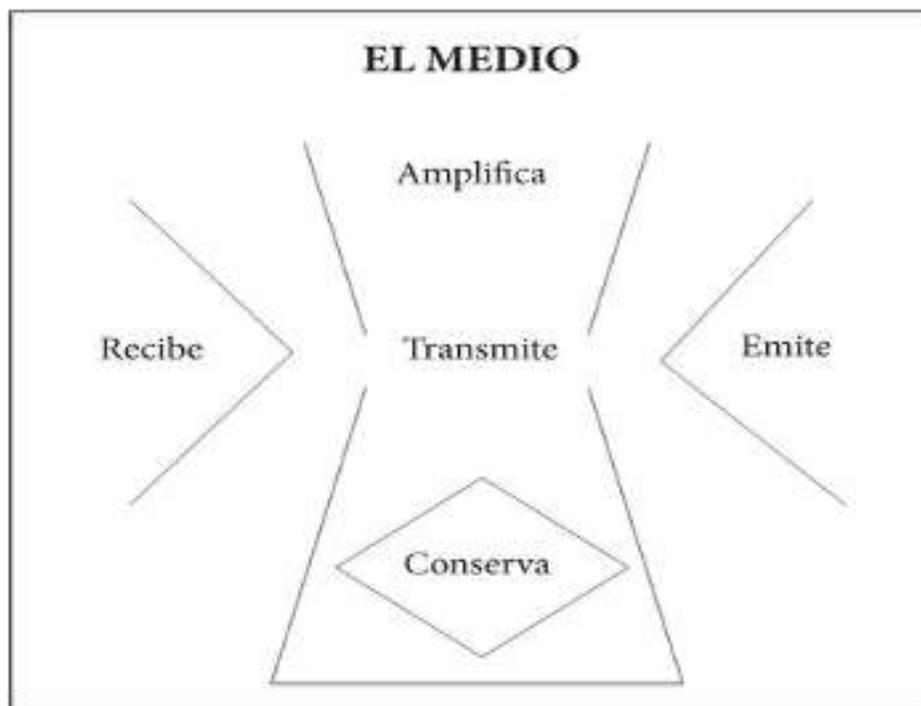


Fuente: Galeano (1997, p. 27).

Ya en la década de 1970, Marshall McLuhan⁴ destacaba el papel de los medios como mucho más que meros transmisores del acontecer político, al modificar y generar literalmente mensajes que no necesariamente van en la línea de lo que los emisores originales pretendían. Famosa es su constatación de que *El medio es el mensaje*. La tensión constante entre prensa y política en contextos democráticos, desde el caso Watergate hasta la permanente confrontación de Donald Trump con los principales medios de prensa estadounidenses es un ejemplo de ello. Huelga señalar que para todo tipo de dictaduras una prensa libre es una enemiga frontal.

4. Marshall McLuhan presentó su teoría en 1969. Postula que cualquiera sea la tecnología, todo medio es una extensión de nuestro cuerpo o mente o ser. Esta perspectiva nos conmina a evaluar lo que entendemos tanto por "medio" como por "mensaje". Si definimos "mensaje" nada más que como "contenido" o "información", dejamos de lado una de las características más importantes de los medios: su poder para modificar el curso y el funcionamiento de las relaciones y actividades humanas. McLuhan fue el primero en hablar de la "Aldea Global como el escenario de las interacciones comunicacionales.

Figura 8. La función del medio, según McLuhan



Fuente: Cloutier (1973, p. 158).

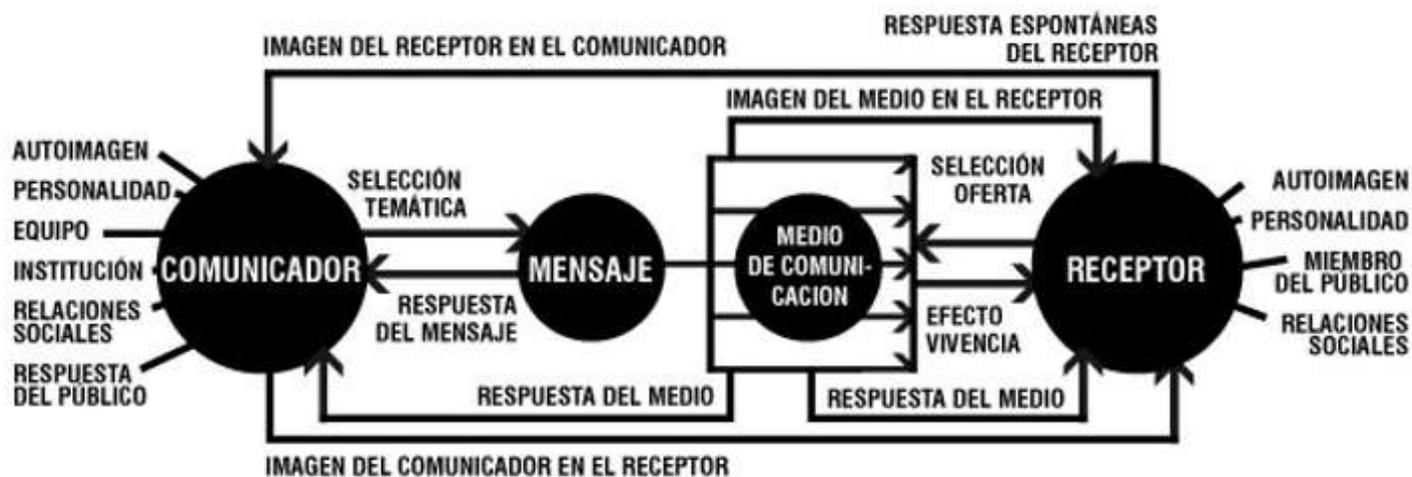
Y así llegamos al mundo de las redes sociales, en el cual muchas de las tendencias que ya se insinuaban a fines del siglo XX se acentúan y profundizan drásticamente.

en la actualidad de una crisis profunda de la democracia representativa y de un cambio de ciclo en los procesos de representatividad de la política.

El modelo de Maletzke⁵ incorpora toda la complejidad de la comunicación política contemporánea, en que ningún elemento puede dejar de ser considerado. Pero los formatos políticos tradicionales son, por definición, incapaces de dominar esta complejidad, por lo que se habla

5. En 1963, Gerhard Maletzke publicó su estudio sobre la psicología de la comunicación de masas a través del cual investigó los procesos de comunicación colectiva y desarrolló un modelo partiendo de los elementos tradicionales de comunicación. Buscó explicar las influencias que generan en el proceso de comunicación las presiones particulares que ejercen las condiciones psicosociales sobre el emisor receptor, mensaje y medio. Maletzke sostiene que la comunicación es un proceso complejo que se consume mediante relaciones e influencias de los elementos que participan en ella. Gran parte de estos son inmateriales pues constituyen relaciones o procesos psicológicos en y entre factores físicos.

Figura 9. Modelo de comunicación de Maletzke



Fuente: Galeano (1997, p. 11).

Aquí se genera una singular asimetría, que desfavorece al emisor, en este caso el referente político. En una época en que los perfiles individuales cobran fuerza por sobre la asociatividad, le es imposible conformar lo que Maletzke llama “la imagen del receptor en el comunicador”. En el caso inverso esto sí es posible, toda vez que el político debe mostrarse literalmente en todas sus facetas para acercarse a los electores. Ello produce fenómenos nuevos y en parte contradictorios. Las carreras políticas tradicionales y prolongadas que tenían como culminación la Presidencia de la República, ejemplificadas en Alessandri, Frei Montalva, Allende o Aylwin, ya no son necesariamente garantía de acceso al poder.

Ya los liderazgos de Frei Ruiz Tagle y Bachelet se impusieron con mucha mayor rapidez, el primero por descendencia y la segunda por impacto mediático.

Pero la designación intempestiva de Paula Narváez como precandidata presidencial del Partido Socialista, ungida por voluntad indisimulada

de Michelle Bachelet pese a los desmentidos, es algo nuevo en la política chilena.

Pero Narváez no es la única figura que responde a esta forma de designación de candidaturas. Con un origen menos transparente, pero respondiendo a una clara estrategia política, ha surgido la candidatura de Sebastián Sichel como posible candidato de la centroderecha. Y, por si fuera poco, la designación de Ignacio Briones por parte de Evópoli tampoco escapa a esta lógica de candidaturas *express*, que a lo menos amenazan la opción de políticos de larga trayectoria, como Lavín, Matthei, Heraldo Muñoz, Vidal o el mismo Daniel Jadue.

Con todo, tampoco este formato tan poco usual en Chile garantiza un éxito per se. Las candidaturas mencionadas no han logrado consolidarse en las encuestas.

El modelo de Bateson⁶ habla de la metacomunicación, la que le da un sentido particular al mensaje, según el contexto que lo rodea. El contexto es una parte fundamental en la comunicación, ya que nos permite la decodificación del mensaje en una forma correcta.

Este modelo conjuga la neurolingüística con la psicología del lenguaje. Se basa en la concepción de las personas según la facultad que estas mismas tengan del lenguaje, creando así realidades de significado. Por medio de interacciones, significados, creencias y conductas los sujetos construyen realidades, suponiendo las intenciones del sujeto emisor según la configuración de sus elementos.

El modelo de Gregory Bateson está relacionado con la Teoría de la Autopoiesis⁷, desarrollada por Maturana y Varela, así como la Teoría Axiomática de la Comunicación⁸ de la Escuela de Palo

Alto, California. Sus autores son los teóricos Paul Watzlawick y Ernst von Glasersfeld.

6. Asociado a la llamada Teoría del Doble Vínculo (1969) el modelo de Bateson se basa en conjugar la neurolingüística (mecanismos del cerebro humano que posibilitan la comprensión) con la psicología del lenguaje (psicolingüística). Dicha teoría señala que las personas, gracias a su facultad de lenguaje, llegan a crear realidades de significado: por medio de interacciones, significados, conductas y creencias se construyen tales realidades, las cuales llegan a suponer el bienestar o el malestar del sujeto según estén configurados sus elementos. Según Bateson, entonces, podemos decir que las relaciones humanas son posibles gracias a la comunicación. Esta comunicación está dada dentro de un marco particular—el contexto, que cambia drásticamente el significado de un mensaje—y a su vez, lleva consigo un metamensaje—el cual también cambia su sentido—. Este proceso se repite circularmente entre el emisor y el receptor, por lo que el feedback es de gran importancia.

7. La autopoiesis o autopoiesis (del griego: auto, [auto, poiesis], 'a sí mismo; creación, producción') es un neologismo que designa la cualidad de un sistema capaz de producirse y mantenerse por sí mismo. Fue propuesto por los biólogos chilenos Humberto Maturana y Francisco Varela en 1973 para definir la química de automantenimiento de las células vivas. Una descripción breve sería decir que la autopoiesis es la condición de existencia de los seres vivos en la continua producción de sí mismos. Según Maturana y Varela, son autopoieticos los sistemas que presentan una red de procesos u operaciones (que los definen como tales y los hacen distinguibles de los demás sistemas), y que pueden crear o destruir elementos del mismo sistema, como respuesta a las perturbaciones del medio. Aunque el sistema cambie estructuralmente, dicha red permanece invariante durante toda su existencia, manteniendo la identidad de este. Los seres vivos son en particular sistemas autopoieticos moleculares, y que están vivos solo mientras están en autopoiesis.

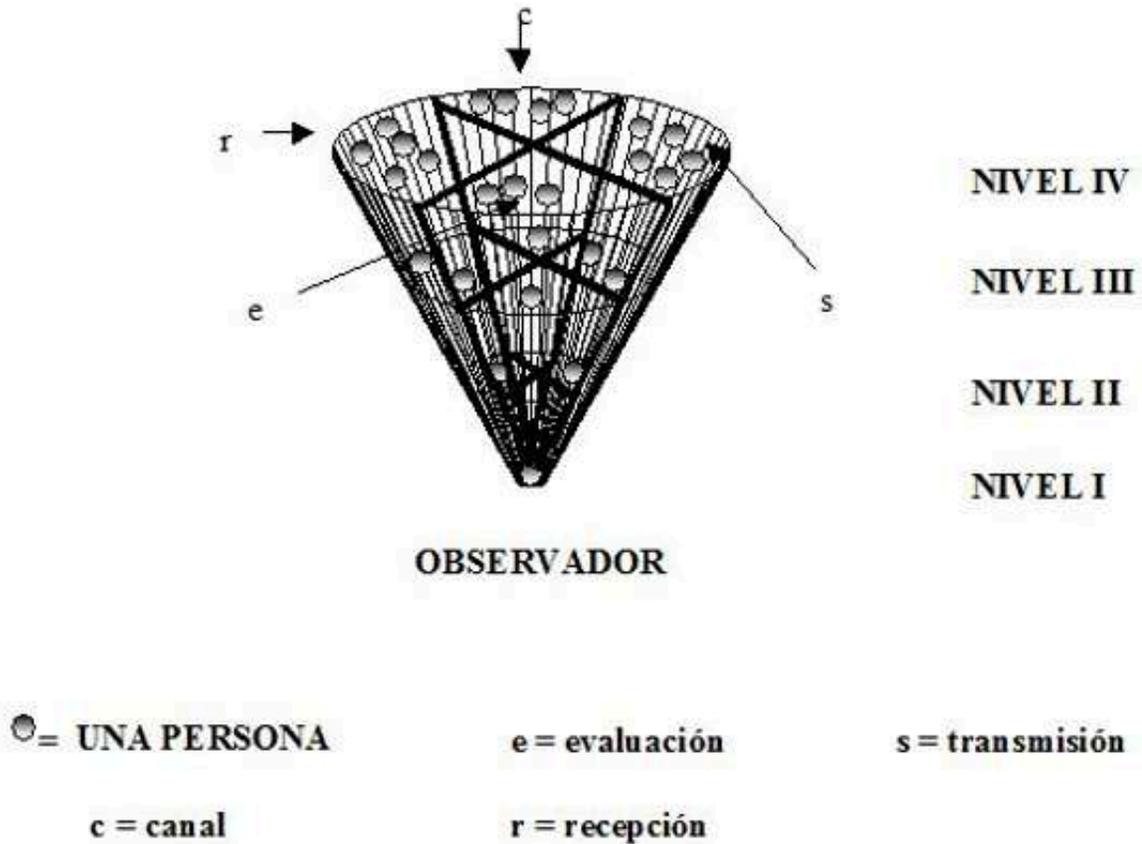
8. El teórico de la comunicación norteamericano de origen austriaco, Paul Watzlawick, propuso en 1967 su teoría de los Axiomas de la

Comunicación, estableciendo un nuevo enfoque holístico sobre la interacción entre personas que rompió con la visión unidireccional o lineal de la comunicación verbal propuesta por Shannon y Weaver, imperante en ese momento.

Para los pensadores de la Escuela de Palo Alto, en la comunicación verbal "cada una de las partes de un sistema está relacionada de tal modo con las otras que un cambio en una de ellas provoca un cambio en todas las demás y en el sistema total".

A pesar de que han pasado casi cuatro décadas desde su publicación, sus conclusiones siguen estando vigentes como base para impulsar las habilidades comunicativas de las personas. Como afirmó el doctor Carlos Sluzki, director del Mental Research Institute, en el prólogo de la edición de 2002, se trata de "una obra de vanguardia para nuestra comprensión del hombre en su contexto natural de relaciones humanas".

Figura 10. Niveles de comunicación, según Bateson



Fuente: Castro y Moreno (2006, p. 47).

Bateson considera cuatro niveles de comunicación, partiendo por el nivel I, intrapersonal; el II, interpersonal; el III, grupal; y el IV, cultural (entendido este como el imperio de la cultura dominante, en nuestra realidad, la de las redes sociales).

Cada nivel genera respuestas disímiles que pueden ir variando, incluso radicalmente, en la medida que el proceso de comunicación se va socializando. En ese contexto, se generan redes muchas veces dominadas más por las emociones que por el lenguaje racional. Esto

incide directamente sobre las opciones políticas. Paradigmático en este caso es el ejemplo de Brasil, donde la presidencia fluctuó de un extremo político al otro, pudiendo revertirse esta decisión ya en la próxima elección.

Si a ello añadimos la axiomática comunicacional comprendemos que el mensaje definitivo es creado en la mente de cada receptor a partir de los cinco elementos básicos de esta teoría:

- La imposibilidad de no comunicar. Cada actitud humana comunica. No solo los mensajes lingüísticos.

- Cada mensaje tiene un nivel de contenido y un nivel de relación. Cuando este último domina sobre el primero se genera una *metacomunicación* (“que quiere el otro de mí”).
- Cada proceso comunicacional se da a partir de una puntuación de secuencias estrictamente individual, basada en la experiencia intransferible con que cada persona experimenta un mensaje. Por ejemplo, es distinto observar un debate político desde la abundancia que desde el desempleo.
- Toda comunicación es a la vez digital (codificada lingüísticamente) y analógica (mirada, gestos, lenguaje corporal). El manejo que hacen políticos como Pamela Jiles de este último factor es más que evidente.

Toda comunicación es simétrica, es decir horizontal; o complementaria, o sea basada en la diferencia, por lo general según roles de subordinación (padre-hijo, profesor-alumno, médico-paciente, etc.). Por desgracia para la política tradicional, sus exponentes son percibidos como simétricos por los receptores.

Es este contexto de creciente horizontalidad de la política y del imperio de redes basadas más en las emociones que en la racionalidad el que permite entender el surgimiento de liderazgos completamente ajenos a la política tradicional, como son los de Pamela Jiles e Izkia Siches.

La diputada Pamela Jiles —en adelante, Jiles— ha recibido múltiples críticas, por cuanto se le atribuye una *farandulización* de la política. La acusan de carecer de principios y de utilizar las organizaciones partidarias en beneficio personal, después de haber producido el quiebre del Partido Humanista, que la llevó al Parlamento. Tampoco han estado ausentes las acusaciones de nepotismo, por instalar a su pareja sentimental como candidato a gobernador regional y encargarle el anuncio de un tercer retiro de

fondos previsionales, que pese a todas las reservas iniciales expresadas por el gobierno, que acudió infructuosamente al Tribunal Constitucional, resultó exitoso.

Y si bien los críticos acusan a Jiles de trasladar ominosamente un *show business* al ámbito político, el hecho es que la discípula política ha puesto en evidencia su capacidad de generar resultados e imponer tres retiros de fondos de las AFP, algo sentido y bienvenido por una amplia mayoría, enfrentada a graves carencias económicas como producto de la pandemia. Frente a ello, poco tiene que decir un gobierno que muestra escasa o ninguna iniciativa política y comete ingentes errores comunicacionales, un Frente Amplio que ofrece un triste espectáculo de disgregación y una ex Concertación que no logra apartarse de la imagen de haber sido parte de una trenza de poder compartida por todo el estamento político, lo que ha sido oportunamente recordado por Eugenio Tiroñi, al sostener que sin los aportes de SQM la ex alianza de gobierno no habría accedido al Parlamento.

La crisis que afecta a la política tradicional tuvo su punto culminante con la abrumadora derrota de los partidos de derecha en las elecciones para la Convención Constituyente y en el confuso espectáculo ofrecido por las principales fuerzas de la ex Concertación con motivo de la fallida inscripción de precandidaturas a las primarias presidenciales, que terminó dejándolos fuera de esta contienda.

Otro liderazgo femenino no tradicional, que se vislumbra auspicioso, es el de la dra. Izkia Siches —en adelante, Siches—, reforzado luego de su reelección como presidenta del Colegio Médico.

Si analizamos el fenómeno del liderazgo de Siches desde la teoría de la comunicación, hay tres factores determinantes, considerando ade-

más —como ya hemos concluido— que en todo fenómeno comunicacional, y especialmente en el ámbito político, es claramente el receptor del mensaje quien tiene la última palabra en lo que respecta a su comprensión.

El contenido: las declaraciones críticas hechas en marzo pasado por la presidenta del Colegio Médico en el *podcast* La Cosa Nostra⁹—refrendadas luego por su organización— dispararon su liderazgo, al ser un reflejo de descontento con la política de salud gubernamental.

La forma o código: sin duda el factor más polémico, el que mereció el repudio de todo el estamento político, desde la UDI a Jadue, y por cierto de las autoridades de gobierno. En las redes sociales, sin embargo, la recepción fue mayoritariamente distinta, destacándose como un mérito la franqueza y falta de corrección política demostradas por la líder gremial. Y, finalmente, un factor insuficientemente considerado: el contexto. El hecho que las declaraciones de Siches hayan sido formuladas no en un medio de comunicación tradicional, ni en el clásico formato de un debate político, sino desde un *podcast* como de reciente creación y gran popularidad, le dan un carácter novedoso y distinto, que acentúa la creciente horizontalidad de las comunicaciones y la crisis de los medios tradicionales.

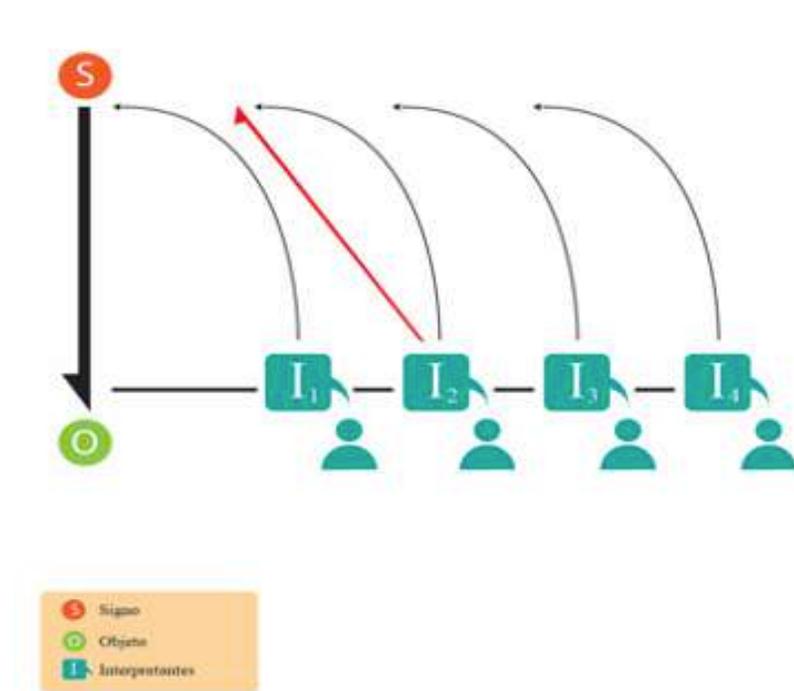
En todo caso, más allá de la motivación de sus declaraciones, Siches logró estar por días en el centro del debate público. Ello explica quizás la molestia causada en la mayoría de los sectores partidarios tradicionales, sobre todo considerando el débil nivel de liderazgos reales prevaleciente en Chile en un año electoral.

Por último, a manera de cierre, nos referimos a una teoría de gran actualidad, si bien su autor falleció en 1914: se trata del enfoque semiótico de la comunicación, del filósofo norteamericano Charles Sanders Peirce¹⁰.

9. Podcast La Cosa Nostra por el periodista Mirko Macari y los sociólogos Alberto Mayol y Darío Quiroga. Desde fines de 2019 viene analizando la contingencia política nacional, basada en lo que definen como “las 50 leyes del poder”. Su tesis central apunta al colapso del sistema político-institucional chileno.

10. Charles Sanders Peirce (1839-1914), científico, lógico y filósofo norteamericano, es considerado fundador de la corriente de pensamiento denominada “pragmatismo” y también como “padre” de la semiótica contemporánea entendida como teoría filosófica de la significación y de la representación. El legado de Charles S. Peirce, en la actualidad es de gran interés por su trabajo en diversas áreas: filosofía, astronomía, matemáticas, lógica, semiótica, teoría e historia de la ciencia, lingüística, econometría y psicología.

Figura 11. Modelo semiótico de Charles S. Peirce



Peirce postula que los interpretantes u observadores de la realidad siempre perciben esta a través de los signos o representaciones, partiendo por el lenguaje. Por signo, este filósofo entiende “algo que está en lugar de algo” y que crea una nueva realidad.

Es importante destacar que Peirce pone de relieve el papel del observador, que es a la vez interpretante y generador de los signos que nos rodean. Concepto teórico recogido posteriormente por Maturana, en su afirmación “todo lo dicho ha sido dicho por alguien”.

El proceso de percepción de los signos sucede en la mente de cada observador, y posteriormente es compartido con otros interpretantes, precisa Peirce. Esto complejiza notablemente las interrelaciones comunicacionales en la política

y en el mundo mediático, pues los observadores pueden entender en forma radicalmente distinta –de acuerdo con su experiencia, motivaciones y entorno– los mensajes que se les transmiten. En este punto, la teoría peirciana crea un puente con lo sostenido por el modelo de Bateson y por los Axiomas de la Comunicación de la Escuela de Palo Alto.

Sin duda, el surgimiento de miradas radicalmente nuevas con respecto al acontecer nacional, expresado nítidamente en las elecciones constituyentes, que marcan el fin de lo que podríamos llamar el “consenso de la transición” imperante durante los últimos 30 años en Chile, es totalmente congruente con el enfoque semiótico de Peirce.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Beltrán, L. R. (2007). Adiós a Aristóteles: La comunicación horizontal. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 7(2), 12-36.
- Bermeseolo, J. (2001). *Psicología del Lenguaje. Fundamentos para Educadores y Estudiantes de Pedagogía*. Santiago, Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Braitenberg, V. y Hosp, I. (Eds.) (1996). *Die Natur ist unser Modell von Ihr*. Alemania: Rowohlt.
- Bugueño, I. (14 Oct. 2010). *El modelo de Harold Lasswell. Cátedra de Teoría de la Comunicación I de la Escuela de Periodismo PUCV*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/ibugueno/el-modelo-de-harold-hasswell>Castro, I. y Moreno, L. (2006). *El modelo Comunicativo: Teóricos y teorías relevantes*. México: Trillas.
- Comunicología aplicada de México (1979). *Comunicología: raíces y teoría de una nueva ciencia. Cuadernos de comunicación*, (48/49), 109-116. Recuperado de: <https://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=browse&id=574>
- Costa, J. (1998). *La esquemática: Visualizar la información*. España: Paidós Ibérica.
- Costa, J. (1976). Comunicación e información. *Cuadernos de Comunicación*, (10), 41.
- Cloutier, J. (1973). *La communication audio-scripto-visuelle a l'heure des self-média*. Montreal, les Presses de l'Université de Montreal.
- Ferrer, E. (2001). *Información y Comunicación*. México: Fondo de Cultura.
- Federman, M. y Kerckhove, D. de (2003). *McLuhan for Managers*. Canadá: Viking Canada.
- Galeano, E. (1997). *Modelos de comunicación*. España: Macchi.
- Gómez Ramírez, E. (1978). Dos conceptos de comunicación. *Cuadernos de Comunicación*, (34 /35), 45.
- Katz, D. (1947). Psychological Barriers to Communication. En: W. Schramm (ed.) (1960). *Mass Communications* (2ª ed). Illinois, Estados Unidos: University of Illinois Press, Urbana.
- Kerckhove, D. de (1999). *Inteligencias en conexión: Hacia una sociedad de la web*. España: Gedisa.
- Lozano, J. (1996). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Pearson.
- Laswell, H. (1985). *Estructura y Función de la Comunicación en la Sociedad*. España: G. Gidi.
- Morris, C. W. (1985). *Fundamentos de la Teoría de los Signos*. España: Paidós.
- Maturana, H. (2001). *Emociones y Lenguaje en Educación Política*. Chile: Dolmen.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*. México: Paidós.
- Nieto, J. (1979). Comunicación y libertad. *Cuadernos de comunicación*, (52), 13.
- Nystrom, C. (1973). Towards a science of Media Ecology: The formulation of Integrated Conceptual Paradigms for the study of human communications system. Tesis doctoral. Nueva York, Estados Unidos: New York University.
- Rodríguez, D. y Torres, J. (2003). Autopoiesis. La Unidad de una Diferencia: Luhmann y Maturana. *Sociologías*, 9, enero-junio. Porto Alegre, Brasil.
- Sánchez, U. (2006) *Modelos y Esquemas de comunicación. Algunos acercamientos*. Colombia: Universidad de Medellín.

Watzlawick, P. (1971). *Teoría de la Comunicación Humana*. Argentina: Tiempo Contemporáneo.

Wright, C. (1979). Naturaleza y función de la comunicación de Masas. *Cuadernos de Comunicación*, (54), 41.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-Compartir Igual 4.0 Internacional.
Atribución: debe otorgar el crédito apropiado a
la Universidad Tecnológica Metropolitana como
editora y citar al autor original. Compartir igual:
si reorganiza, transforma o desarrolla el material,
debe distribuir bajo la misma licencia que el original.