

EFFECTOS DE LA COMUNICACIÓN NEGATIVA PARA LA DEMOCRACIA

Pronunciamento No. 7 del Tanque de Pensamiento Al Centro

- *El Tanque de Pensamiento AlCentro alerta de los efectos sociales y democráticos como consecuencia de la implementación las campañas políticas negativas en el actual periodo de elecciones regionales.*
- *Las campañas negativas construyen ambientes negativos y de polarización que generan sentimientos de apatía en los ciudadanos y pueden contribuir al abstencionismo.*
- *Las campañas negativas propician la generación de contenidos falsos y narrativas de odio que han desencadenados amenazas que ponen en riesgo la vida e integridad de algunos candidatos, sus familias y equipos de campaña.*
- *El Tanque de Pensamiento AlCentro hace un llamado a los equipos de campaña para que se comprometan con la moderación de estas estas estrategias e insiste en la necesidad de la profesionalización y la ética de la comunicación política acompañada.*

En los últimos días, dado los resultados de las más recientes encuestas electorales en los que reflejan que la contienda electoral está empatada y apretada en distintas ciudades del país, las campañas han optado por dirigir sus estrategias hacia tácticas de campaña negativa con el riesgo de mutar a prácticas de campañas negras. El Tanque de Pensamiento Al Centro hace un llamado a los equipos de campañas y ciudadanos para que recuerden que, aunque dichas estrategias no son ilegales y se aplican en un sin número de elecciones alrededor del mundo, no en todas las sociedades provocan los mismos impactos y, por el contrario, tienen efectos muy negativos para la participación democrática al generar ambientes de apatía electoral.

Las campañas negativas no son novedad alguna, han sido usadas por más de medio siglo en distintos países, pero en América Latina, específicamente Colombia y Uruguay se resistieron a su implementación hasta hace pocos años. En 1998, se publicaron algunos spots negativos, pero fue hasta la contienda presidencial del 2010 cuando el país le abrió las puertas a esta modalidad. A partir de ese momento, el debate de las campañas electorales gira entorno a los desaciertos de los candidatos, mas no de los temas fundamentales urgentes y asuntos programáticos para el futuro de la nación y de las regiones.

La comunicación negativa influye más sobre el votante porque para el cerebro humano es más fácil crear juicios sobre lo negativo que sobre los aspectos positivos. Las campañas negativas pesan más sobre el ánimo de los votantes generando mayores sentimientos. Adicionalmente, las primeras impresiones cuando son negativas son mucho más difíciles de redefinir. Sin embargo, a pesar del amplio grado de efectividad de las campañas negativas, estas tienen efectos peligrosos para la democracia participativa llevándonos a una reflexión ética sobre su implementación.

“Las campañas negativas no son nada nuevo, pero la apuesta desmedida por estas estrategias está provocando una serie de consecuencias negativas gravísimas para el país

que pueden llegar a contribuir a la abstención. Ya hay casos de candidatos amenazados por la desinformación generada. Entendemos la competencia electoral pero no por esto se pueden llevar al país por delante”, afirmó Laura Herrera, Directora de Comunicación Política del Tanque de Pensamiento AlCentro.

Más que cambiar votos, generan apatía y pueden fomentar la abstención

La comunicación negativa de ataque directo, pretende cambiar votos pero en realidad, tiene más probabilidades de estimular la apatía y en consecuencia la abstención a participar de las elecciones por la saturación provocada por la negatividad y los escenarios de polarización. En el afán por desactivar la movilización de los seguidores del adversario, se perjudica enormemente la toma de decisiones democráticas ya que los ciudadanos evitan informarse más ni contagiarse del ambiente electoral. En un país como el nuestro, cuyo historial de elecciones está manchado por prácticas delictivas como la compra de votos y el constreñimiento al elector, contribuir al incentivo la indiferencia del voto libre y de opinión, entorpece los esfuerzos por la transformación del sistema político y electoral en Colombia.

Disminuye la posibilidad de generar consensos

Otro efecto se da al momento de gobernar, puede que quien asuma sea el candidato que lanzó los ataques negativos y no quién los recibió, pero cuando se propician ambientes negativos con violencia discursiva, sumergen a la sociedad en un pesimismo permanente muy perjudicial para la gobernabilidad ya que a futuro será muy difícil generar consensos que respalden las decisiones del ejecutivo y que permitan avanzar en proyectos decisivos para el desarrollo social y económico. Prueba de esto es nuestra actual situación, en gran medida, generada por los ambientes contruidos a partir de las campañas del plebiscito por la paz y las presidenciales de 2018.

“Las peleas constantes en las que los líderes políticos nos involucran constantemente además de alejarnos entre nosotros, tienen una consecuencia grave: no permite el consenso por el ambiente negativo y polarizado, si no nos dejan ponernos de acuerdo para decidir respaldar asuntos fundamentales para el desarrollo avanzaremos a un paso muy lento. A los líderes los invitamos a ser responsables con sus narrativas”, señaló Laura Herrera.

Estimulan la aparición de desinformación

Las campañas negativas siempre corren el riesgo de convertirse en campañas negras y animan a la generación de contenidos engañosos, tergiversados, fomentando el fenómeno de las fake news, contenidos fabricados entre otros. Según “El orden de la desinformación global: inventario de la manipulación organizada por redes sociales 2019” de la Universidad de Oxford reveló que Colombia es uno de los países que manipula información a través de cybertropas.

Aumenta la violencia discursiva

La brusquedad y polémica que generan las campañas negativas terminan por envolver a los electores en estados de violencia narrativa, confrontaciones que pueden dar lugar a discursos de odio. Alertamos de dicha situación ya que como últimamente se ha visto la violencia digital está traspasando al mundo análogo.

Tiene riesgos para los propios candidatos

El efecto boomerang sucede cuando el ataque se percibe de manera contraria y crea efectos negativos contra el emisor o logra victimizar al receptor del ataque. También se puede presentar deslegitimación del liderazgo del candidato emisor de los ataques, ya que un abuso de estas estrategias puede llevar a producir la sensación de ser un candidato sin capacidad propositiva. Como ya se anotó anteriormente, también dificulta la gobernabilidad.

“El tono violento, atacante y algunas veces algo calumniador, puede terminar por debilitar al propio candidato, logrando empoderar al adversario. Los electores terminan cansándose de que las campañas se basen en el lanzamiento de críticas y confrontaciones entre los aspirantes, por lo que premia a aquellos que basan su estrategia en propuestas, sin provocaciones”, indicó Yira Pérez, Magíster en Comunicación Política y también Directora de este Tanque de Pensamiento.

Desde el Tanque Al Centro

Reconocemos que las campañas negativas son políticamente rentables para los candidatos, pero advertimos que tiene consecuencias dañinas para la democracia. La mayoría de campañas tiene por objeto ganar unas elecciones, pero en una sociedad como la nuestra, que tiene la obligación de reescribir su historia desde distintos ángulos, no debería dar lugar a estos efectos.

Queremos hacer un llamado a los equipos de campaña para que se moderen **en las apuestas de uso de tácticas de campañas negativas y se haga un pacto por el respeto a los ciudadanos, evitando envolverlos en escenarios de violencia narrativas.**

Invitamos a los ciudadanos y audiencia a nutrir el debate de argumentos y respeto, también a contribuir para no reproducir y aclarar todo tipo de desinformación.

Insistimos en la necesidad de la profesionalización de la comunicación política, necesitamos más expertos preparados académicamente, que apelen a las buenas prácticas y a la ética en este campo para impulsar legitimidad política a largo plazo. Hacer comunicación corporativa no es equiparable a desarrollar comunicación política, especialmente porque en la segunda lo que está en juego es el futuro de toda una sociedad.

Por último, invitamos a la reflexión sobre cómo queremos reescribir nuestra historia y la responsabilidad que tiene la comunicación política en la transformación social.

Bogotá D.C., lunes 07 de octubre de 2019
@TanqueAlCentro