

Virus *woke* se paga caro en las urnas

Señor Director:

Los relatos de las marcas funcionan de la misma manera que los relatos políticos. En últimas instancias, todos tratan de vender una historia. La izquierda supo dominar el terreno comunicacional por las últimas décadas con un mensaje simple, emotivo y que apelaba a las mayorías. Sin embargo, esto cambió. Al abrazar al movimiento *woke* y dejar que se infiltrara hasta la médula en sus filas, la izquierda comenzó a comunicar un mensaje basado en minorías

y con tintes de victimismo. Se desconectaron de la realidad y de las personas. Va a ser difícil que se desinfecten del mismo virus que propagaron. Es tremendamente letal y en la mayoría de las personas ya generó anticuerpos.

En la vereda opuesta, vemos un mensaje simple, directo y políticamente incorrecto. "Make America great again" y "Viva la libertad, carajo" son los mejores mensajes comunicacionales que hemos visto en mucho tiempo. En Chile, todavía no emerge una frase que esté a esta altura, pero es cuestión de copiar y pegar la misma receta. Mientras la izquierda no suelte la bandera *woke* avaladora de funas, discursos resentidos y delirios de la autopercepción, lo pagará caro en las urnas.

LUCIANO CASTELLUCCI