



INFORME
Cobertura mediática del Apruebo y Rechazo
Segunda quincena de agosto 2022

Grupo de estudio de medios UAR

Coordinación: Ignacio Figueroa F.

El presente informe observa el comportamiento de la *agenda setting* de los medios de comunicación en el marco de la coyuntura histórica que vive nuestro país. El plebiscito de la Nueva Constitución es materia de discusión pública y de alta tensión noticiosa, lo cual justifica el análisis de los medios desde la academia y centros de estudios dada la función que cumplen en la construcción de la opinión pública y el diálogo social. De ahí que buscamos entender su comportamiento y cobertura noticiosa en un tema de interés nacional de la mayor trascendencia.

FICHA TÉCNICA

El presente informe considera las informaciones de prensa aparecidas en los diferentes formatos de Internet, televisión y diarios entre los días 16 y 25 de agosto de 2022, tomando como centros de interés (palabras clave) las menciones a Apruebo y Rechazo frente al plebiscito de la nueva Constitución.

Universo

Se preseleccionaron 1.391 notas, de las cuales -tras un proceso de descarte- fueron seleccionadas para el análisis cuantitativo y cualitativo un total de 1.157 notas donde se mencionaba los centros de interés indicados en medios de relevancia nacional: El Mercurio, Latercera.com, La Tercera, Eldinamo.cl, Eldesconcerto.cl, Elmostrador.cl, Cnnchile.com, Emol.com, La Segunda, Cooperativa.cl, Theclinic.cl, Publimetro.cl, Canal 13, Biobiochile.cl, TVN, LaCuarta.com, Mega, Chilevisión, Las Últimas Noticias, Publimetro.

Variables relevantes

Algunas de las categorías de importancia utilizadas en el presente análisis de contenido, son las siguientes:

- a) Valoración Apruebo o Rechazo: Categoría cualitativa asociada a la tendencia del titular y su bajada, en caso de la prensa escrita o digital, y respecto a la presentación del conductor, en caso de la televisión.
- b) Positivo, negativo o neutro: Categoría que indica si el titular y su bajada es positivo, negativo o neutro para el trabajo de la Convención Constituyente.
- c) Área temática: Grandes porciones de la vida social donde se desenvuelven las informaciones de prensa: política, social, economía, cultura, Derechos Humanos, entre otros.
- d) Sub-tema: Área menor donde se desenvuelve un tema, por ejemplo, lo social se subdivide en mujer, infancia, vivienda, transporte, entre otros.
- e) Emergente: Subcategorización que hace referencia al "caso" tratado en una nota. Por ejemplo: "carta del expresidente Ricardo Lagos por plebiscito: reacciones".
- f) Actor: Persona individual que puede o no representar a una institución pública o privada y que aparece dando una cuña o mencionado en los titulares analizados.

CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN: ENCUESTAS, MEDIOS Y REDES SOCIALES

Existen tres herramientas principales para la formación y modelación de la opinión pública: las encuestas, los medios y las redes sociales. Una cuarta sería la movilización de masas, sin embargo, la participación territorial de los ciudadanos no ha tenido correlato en los medios de comunicación, quienes prácticamente no han incluido las manifestaciones que congregan a miles de personas (ver informe quincena anterior).

Los tres instrumentos han sido puestos un juego profusamente en la campaña electoral del plebiscito de salida. Pero el control por parte del Rechazo ha sido evidentemente unilateral en los dos primeros.

Las encuestas. Apabullantemente, los sondeos han tenido un papel protagónico en la campaña electoral; de esta forma, desde las agencias encuestadoras se creó una realidad que mostró que el Rechazo era consistentemente mayoritario para los chilenos, concluyendo que: "Las cartas están echadas y un cambio es altamente improbable" (portada de El Mercurio 21/08; entrevista a Paola Assael de Black & White).

El utilitarismo electoral de las encuestas se hace aún más evidente al recordar que la empresa Black & White había sido denunciada durante la campaña presidencial por la cercanía de sus directivos con el candidato Sebastián Sichel, quien se veía favorecido por sus pronósticos. Más descriptivo aún es la metodología del sondeo: "La medición se realizó entre el 15 y el 16 de agosto, en un estudio de tipo cuantitativo, no probabilístico, a través de la aplicación de encuestas online de personas registradas en el panel Black&White. En total se realizaron 1.802 encuestas" (Emol.com 19/08).

Tenemos entonces encuestas que han sido cuestionadas por su baja capacidad predictiva y con una metodología al menos insuficiente. Sin embargo, ante estos hechos, el terreno de desenvolvimiento de las encuestas no ha sido tocado. Hábilmente los directores de las encuestas dejan abiertas puertas de escape en caso de fracasar nuevamente con sus pronósticos: "Se trata de un fenómeno moderno, complejo y por eso creen que estas dos semanas de cara al 4 de septiembre son al menos interesantes para el resultado final. Conuerdan en que le añada una cuota de incertidumbre a lo que vienen mostrando las encuestas de manera consistente desde mayo: con sus idas y venidas, el Rechazo se mantiene arriba, incluso en los momentos en que la campaña del Apruebo se ha tomado la agenda" (La Segunda 22/08).

Para que el terreno de las encuestas como herramienta de formación de opinión sea fértil, se requiere de un próximo eslabón de creación de opinión pública, los medios de comunicación que vehiculan los mensajes hacia la población. El presente informe que recoge 10 días de agosto -desde el 16 a 25-, se encontraron 41 notas sobre las encuestas: 38 con tendencia por el Rechazo y solamente una para el Apruebo.

Como se ha podido apreciar en nuestros informes, los medios de grupos corporativos han mantenido una agenda desbalanceada abiertamente hacia el Rechazo; solamente la existencia de medios digitales independientes ha logrado equiparar en algo a las dos alternativas. Este evidente problema para el funcionamiento correcto de la democracia ha sido denunciado en innumerables oportunidades, sin resultados: "La Comisión Chilena de Derechos Humanos (CCHDH) manifestó su preocupación por el rol del periodismo y los medios de comunicación de cara al plebiscito del 4 de septiembre (...) Frente a la histórica decisión que la ciudadanía debe adoptar, aprobando o rechazando la propuesta de nueva constitución política, para la Comisión Chilena de Derechos Humanos y demás organizaciones firmantes, resulta necesario realizar un balance del rol informativo cumplido por los medios de comunicación social" (El Mostrador 29/08).

El tercer eslabón de formación de opinión pública, las redes sociales, se han mostrado como el más difícil de controlar a pesar de la gran cantidad de recursos financieros puestos en juego. Pero aún aquí encontramos disonancias que son aleccionadoras. Los trabajos investigativos del proyecto Demoscopia Electrónica del Espacio Público (DEEP) de

la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso o de Socialtrack han dado consistentemente una mayor participación y generación de mensajes para el Apruebo: “El espacio de la franja del Apruebo fue protagonista del 50% de la muestra asociada a la etiqueta #FranjaElectoral, frente a la opción Rechazo, que obtuvo un 38% de las menciones. Por su parte la opción Rechazo sólo destacó por el spot del Partido de la Gente, con personajes como el Gino Lorenzini, fundador de Felices y Forrados y el ingeniero Juan Manuel Valenzuela” (El Mostrador 19/08).

El uso de *bots* para magnificar la presencia de una tendencia no ha sido el único esfuerzo por controlar las redes sociales, a pesar de que los estudios sobre redes sociales las han mostrado como una herramienta trascendente en la campaña del Apruebo, encontramos información que va en contrasentido de lo manifestado anteriormente: “Un estudio del laboratorio de comunicaciones Rebaño da cuenta de que, en sintonía con los sondeos de opinión, el Rechazo tiene una ventaja del 54,7% de las preferencias del territorio digital. Mientras que el Apruebo destaca por su aumento en las búsquedas en Google en las últimas semanas, el Rechazo llama la atención por utilizar más *bots* y por la ausencia de rostros políticos entre sus figuras más influyentes” (La Tercera.com 21/08).

El desbalance en las tres grandes áreas de producción de opinión pública que queda en manos de un sólo sector político no solamente es contraproducente para el funcionamiento democrático, sino que, además, crea una enorme frustración de una parte importante de la ciudadanía que pueden perfectamente sentirse engañada por un sistema de medios que consagra el mantenimiento del *status quo* y crea un enfrentamiento entre las voluntades y las capacidades materiales.

CONTEXTO POLÍTICO / SOCIAL

La agenda de los medios en los diez días que recoge este análisis se centró preponderantemente en el conflicto en la Macrozona Sur. Tras el reconocimiento del líder de la CAM, Héctor Llaitul, del robo de madera, los hechos se sucedieron vertiginosamente, soterrando el plebiscito de salida del 04 de septiembre.

En los primeros días de la segunda quincena de agosto las temáticas de campaña habían tenido exposición mediática con la estrategia explícita del Rechazo: "Lecciones de los procesos y resultados del Brexit y el referéndum por la paz en Colombia propone considerar para la estrategia del Rechazo, en su recta final para el plebiscito del 4 de septiembre, un reciente estudio difundido al interior de RN (...) el análisis pone sobre la mesa que el fenómeno migratorio y los problemas de delincuencia y narcotráfico han sido los asuntos a los que la ciudadanía les asigna mayor importancia, mismas materias que, se plantea, `tienen posibilidad de movilizar al electorado chileno`. En ese marco, se indica que el foco debe estar en los nuevos electores y que `la delincuencia, narcotráfico y migración formarán un eje fundamental, al intentar persuadir a la mitad de los electores que no se movilizó en las elecciones anteriores`. El estudio lo realizó el ex diputado de Renovación Nacional, Tomás Fuentes (Emol.com 16/08).

Con este escenario planteado y con las acusaciones al gobierno de "intervencionismo", que lo sacan del redil electoral, la actuación del Ejecutivo para incidir en el plebiscito debería ir por caminos indirectos.

La detención de Héctor Llaitul ha sido leída como una estrategia para mostrar el compromiso del gobierno con la seguridad pública, limitando los efectos comunicacionales que ponen a la administración de Boric como "débil" frente a los delincuentes; y que suele llenar los noticieros de televisión con casos delictuales.

Sin embargo, la filtración del sitio web Ex ante sobre el llamado de una asesora de la ministra Jeannette Vega a Héctor Llaitul, destruyó el efecto comunicacional de su detención, llevando el tema hacia los problemas del gobierno, perdiendo el control de la agenda.

La salida de Vega del gabinete ministerial mostró al gobierno débil e inexperto, más aún, cuando la presidenta del PPD -colectividad de Vega- mencionó que: "relevamos que su única intención fue cumplir el mandato del Ejecutivo en cuanto a dialogar con todos los actores, en momentos en que el planteamiento del gobierno era que no se podían enjuiciar las ideas" (La Tercera.com 25/08). El "pecado" de Vega no pareciera tan relevante ante el argumento de que hasta en los peores conflictos de la humanidad siempre los canales diplomáticos y de negociación se mantienen abiertos.

La detención de Llaitul como acto político/estratégico quedó invalidada, aun cuando tiene connotaciones que todavía no conocemos. Si bien la violencia recrudeció tras el operativo de detención, no sabemos qué harán los grupos radicales mapuche en los días previos o durante el plebiscito para afectar el proceso, aumentando la sensación de "descontrol". Por otro lado, los mapuche pueden sentir que la alta política se hace sobre sus hombros.

El hecho de centrar la campaña electoral en el tema de la seguridad pública seguirá marcando significativamente la agenda de los medios, ya que sondeos muestran la preocupación ciudadana por este tema: "La empresa de estudios de mercado Ipsos, en el marco de su estudio mensual "What Worries The World?" ["¿Qué preocupa al mundo?"] reveló que el ítem de crimen y violencia fue el que causó más preocupación en Chile en agosto, liderando la lista a nivel global en esa materia (...) En Chile, el ítem escaló cinco puntos porcentuales (pp.) desde julio y alcanzó un 65% de las respuestas. Con este resultado, el país supera ampliamente el promedio global (26%) y se ubica en la primera posición del ranking mundial" (El Mostrador 26/08).

En contraposición a los temas de seguridad ciudadana donde el gobierno es reflejado por los medios como "reactivo", una iniciativa social se convirtió en un elemento gravitante en el electorado previo al plebiscito: el proyecto de rebaja de la semana laboral a 40 horas.

Por otro lado, el escenario político e incluso geoestratégico con la tendencia hacia la izquierda en Latinoamérica con los triunfos de Gabriel Boric en Chile, Gustavo Petro en Colombia, la elección próxima en Brasil con Lula Da Silva como favorito, y, la rehabilitación de Venezuela en el ámbito internacional por la crisis energética de la guerra en Ucrania; hacen que el plebiscito chileno tenga alcance internacional donde los ojos del mundo están puestos en nuestro país.

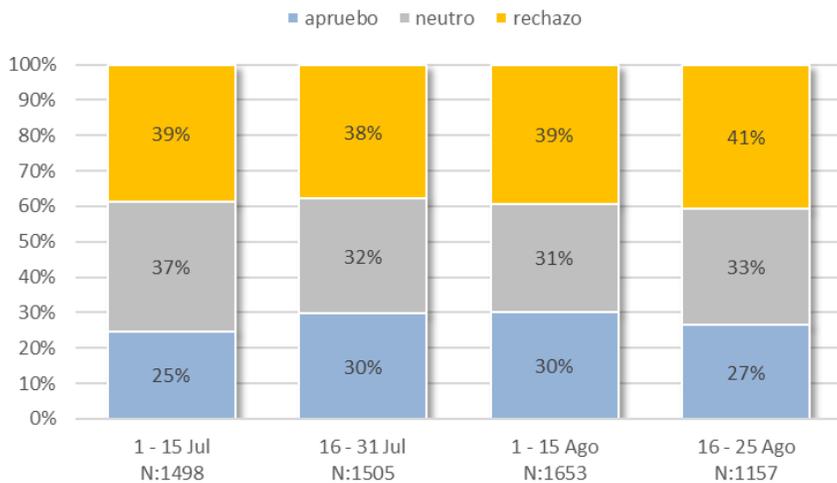
De esta forma, Jair Bolsonaro ha aludido en varias ocasiones al presidente chileno para reflejar una amenaza continental: "El presidente brasileño, aspirante a la reelección, aseguró que los gobiernos de Chile, Argentina, Colombia, Cuba, Nicaragua y Venezuela son 'mentirosos'" y reiteró que todos ellos son 'amigos' de su principal rival, Lula da Silva (Cooperativa.cl 19/08). Recientemente Bolsonaro volvió a buscar figuración atacando a Gabriel Boric: "¿A quién apoyó el ex convicto? Maduro en Venezuela. ¿Mira hacia dónde va la autonomía de nuestra Argentina? Lula apoyó al presidente de Chile, que practicó actos de prender fuego al Metro. Apoyó a Ortega, que realiza actos de persecución religiosa" (debate electoral en Brasil en El Mostrador 29/08).

El plebiscito chileno y las elecciones en Brasil figuran como los próximos episodios del reajuste geoestratégico lanzado por Rusia al invadir a Ucrania y la actitud de China de conformar un bloque de contrapeso económico y militar contra occidente.

ANÁLISIS

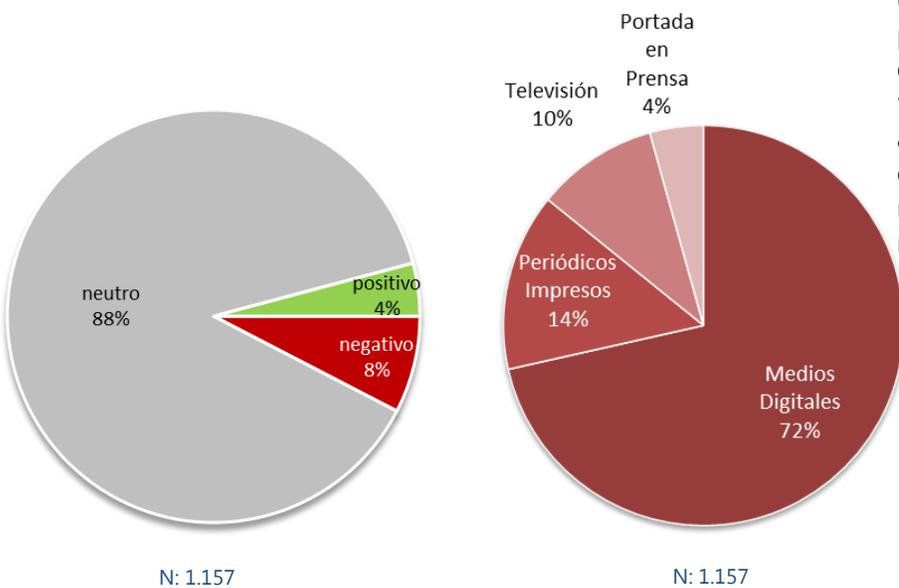
La información presentada a continuación tiene por objeto relevar puntos importantes de la agenda comunicacional relacionada con las apariciones en los titulares y sus bajadas de los conceptos de Apruebo o Rechazo. En tanto, las categorías positivo, negativo o neutro están referidas a titulares que muestran una tendencia hacia el trabajo de la Convención Constituyente.

Panorama general respecto a titulares



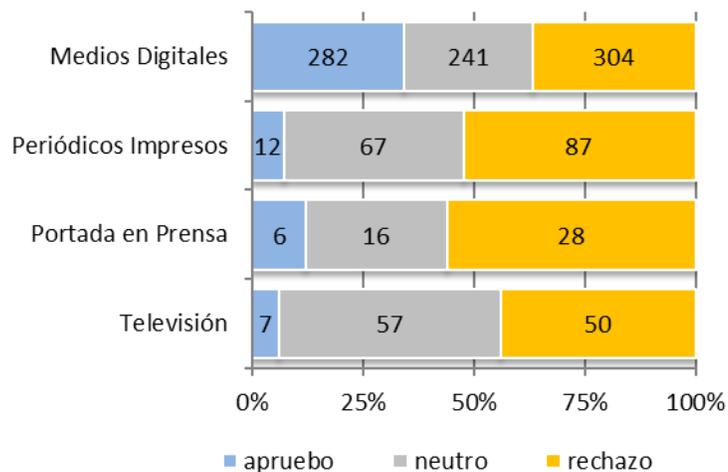
Se puede apreciar una tendencia más o menos pareja en los cuatro informes. Sin embargo, destaca como el Apruebo se mantuvo constantemente por debajo del Rechazo a pesar de los esfuerzos por desplegar la campaña en los informes que recogen la segunda quincena de julio y la primera de agosto.

El techo de un 30% para el Apruebo va en consonancia con las encuestas que han sido utilizadas como un ítem fundamental para modelar a la opinión pública.



El informe final sobre diez días de agosto (16 al 25), muestra la mayor exposición para el Rechazo cuando el tema dominante de la agenda fue sobre las "alternativas de si gana el Rechazo", que acaparó la agenda pasando consecutivamente desde el aprobar para reformar que tuvo como destacado a miembros del ejecutivo.

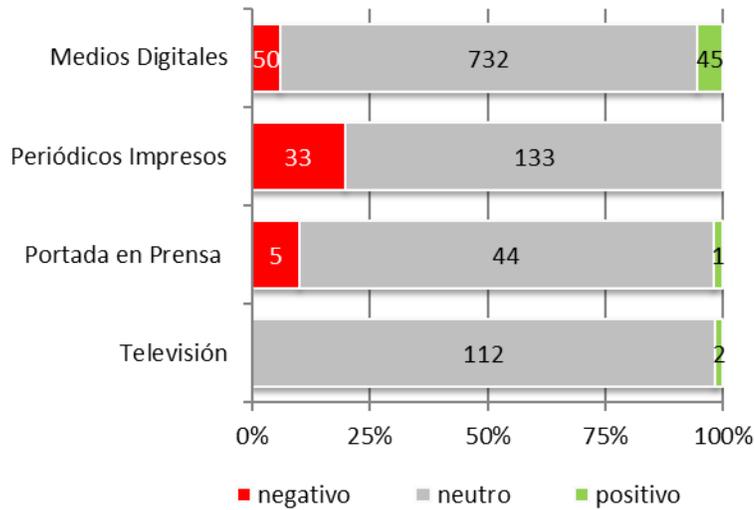
Panorama general respecto a la valoración Apruebo, Rechazo o neutro



Durante este periodo, los periódicos impresos, los canales de televisión y las portadas de prensa, muestran una clara tendencia por el Rechazo, situación aumentada por el viraje de la agenda desde el aprobar para reformar (acuerdo de partidos oficialistas) a las "alternativas de si gana el Rechazo", que creó una sensación de carrera corrida.

En tanto, una mirada global, todos los informes muestran una mayor participación de la agenda de los medios digitales tanto como un equilibrio entre las opciones plebiscitadas.

Panorama general según apreciación positiva, negativa o neutra hacia la Convención Constituyente

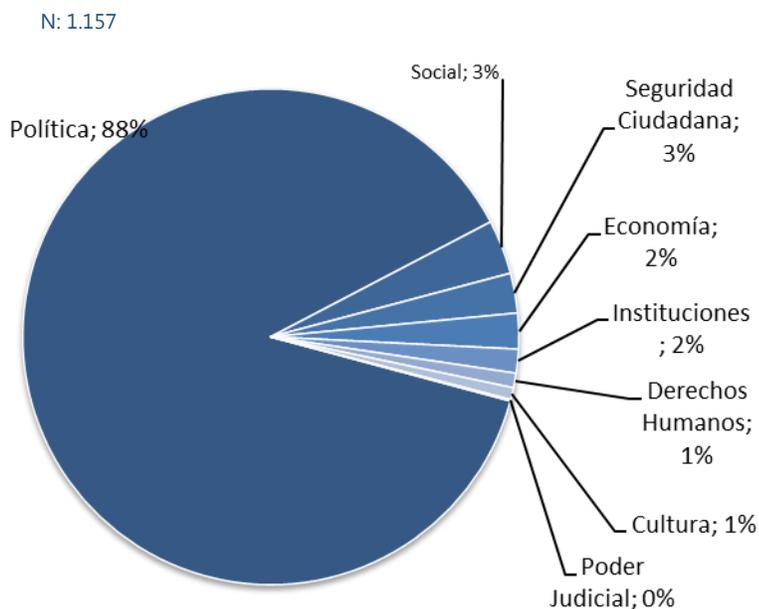


Entre el 15 y 25 de agosto, los titulares en televisión fueron principalmente neutros para el trabajo de la Convención Constituyente en similar proporción que en el informe anterior.

Los periódicos impresos y sus portadas mantienen una crítica permanente al trabajo de la CC.

En los medios digitales las opiniones negativas son ligeramente mayores que las positivas, pero en menor proporción que en el informe anterior donde habían sido de 91 negativas y 66 positivas.

Desglose de áreas temáticas abordadas en los titulares



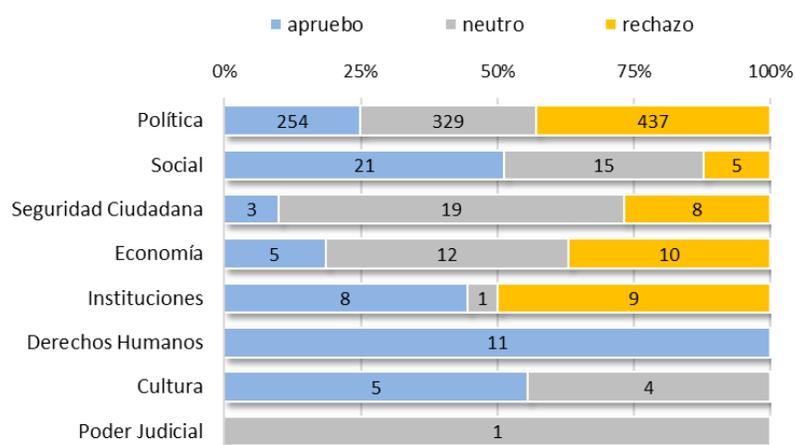
Para este periodo, el área política ha sido consistentemente la de mayor exposición mediática centrando la discusión en las negociaciones de los partidos oficialistas tanto como las apreciaciones de miembros del ejecutivo en el plebiscito.

El subtema de gobierno muestra claramente como el gobierno ha sido activo en materia plebiscitaria, sin embargo, con una connotación neutra tras las repetidas acusaciones de "intervencionismo" que lo llevaron finalmente a promover la discusión sobre los 4/7 para modificar la actual Constitución e incluir en la agenda el tema de las "alternativas si gana el Rechazo" (ver detalles en conclusiones).

Tema/Sub Tema	Cantidad de notas
Política	1020
Elecciones	668
Gobierno	204
Partidos	60
Parlamento	50
Medios de Comunicación	14
Constitución	11
Municipios	10
Corrupción Política	2
Pensiones	1
Social	41
Mujer	11
Medio Ambiente	9
Vivienda	9
Salud	5
Desarrollo Social	3
Pensiones	2
Educación	2
Seguridad Ciudadana	30
Conflicto Indígena	18
Medidas contra el Delito	10
Sistema penitenciario	1
Delitos contra las Personas	1

Tema/Sub Tema	Cantidad de notas
Economía	27
Macroeconomía	23
Finanzas	3
Políticas Económicas	1
Instituciones	18
Iglesia Católica	18
Derechos Humanos	11
Pueblos Originarios	5
Minorías sexuales	3
Internacional	2
Violación en dictadura	1
Cultura	9
Espectáculos	5
Cine	2
Otros	2
Poder Judicial	1
Justicia	1
Total general	1157

Desglose de áreas temáticas abordadas en los titulares según Apruebo y Rechazo

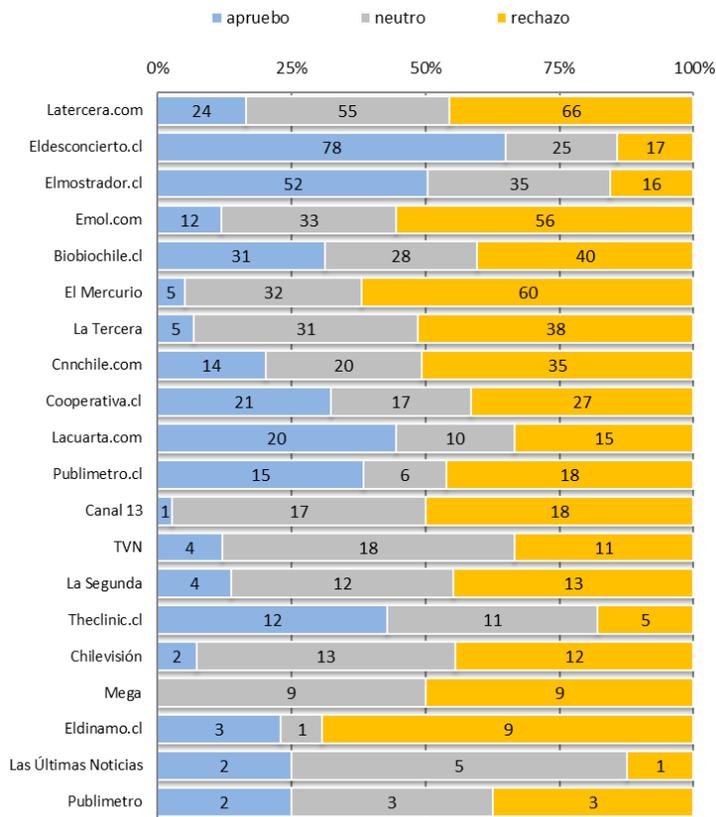


Entre el 15 y 25 de agosto, los temas políticos aumentaron su diferencia entre el Rechazo y el Apruebo con relación al mes anterior, esto se debió al giro en la agenda que pasó desde el aprobar para reformar a las "alternativas si gana el Rechazo", en ambos emergentes la actuación del ejecutivo fue determinante.

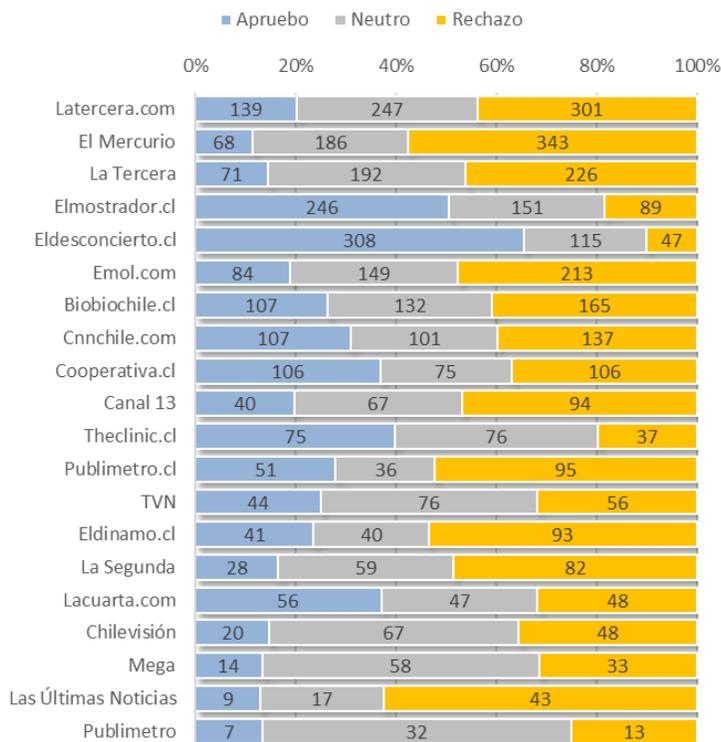
Los temas referentes a lo social se han mantenido como mayoritarios para el Apruebo, pero escasamente incluidos en la agenda. Lo mismo ocurre para Derechos Humanos y Cultura, que nunca alcanzaron un despliegue mediático importante. En estos temas el Apruebo tiene ventaja al destacarse las virtudes de la NC.

En los temas económicos destacaron las declaraciones de los economistas Sebastián Edwards y Luis Daza sobre la baja del tipo de cambio si gana el Rechazo.

Tendencia de los medios según Apruebo y Rechazo



Consolidado de medios
1 de Julio a 25 de Agosto



Se puede apreciar como todos los medios aumentaron su exposición del Rechazo lo que le permitió pasar del 39% de la primera quincena de agosto al 41% del último informe. Esto se debió a la importancia de las "alternativas de ganar el Rechazo", que condicionó la agenda mediática.

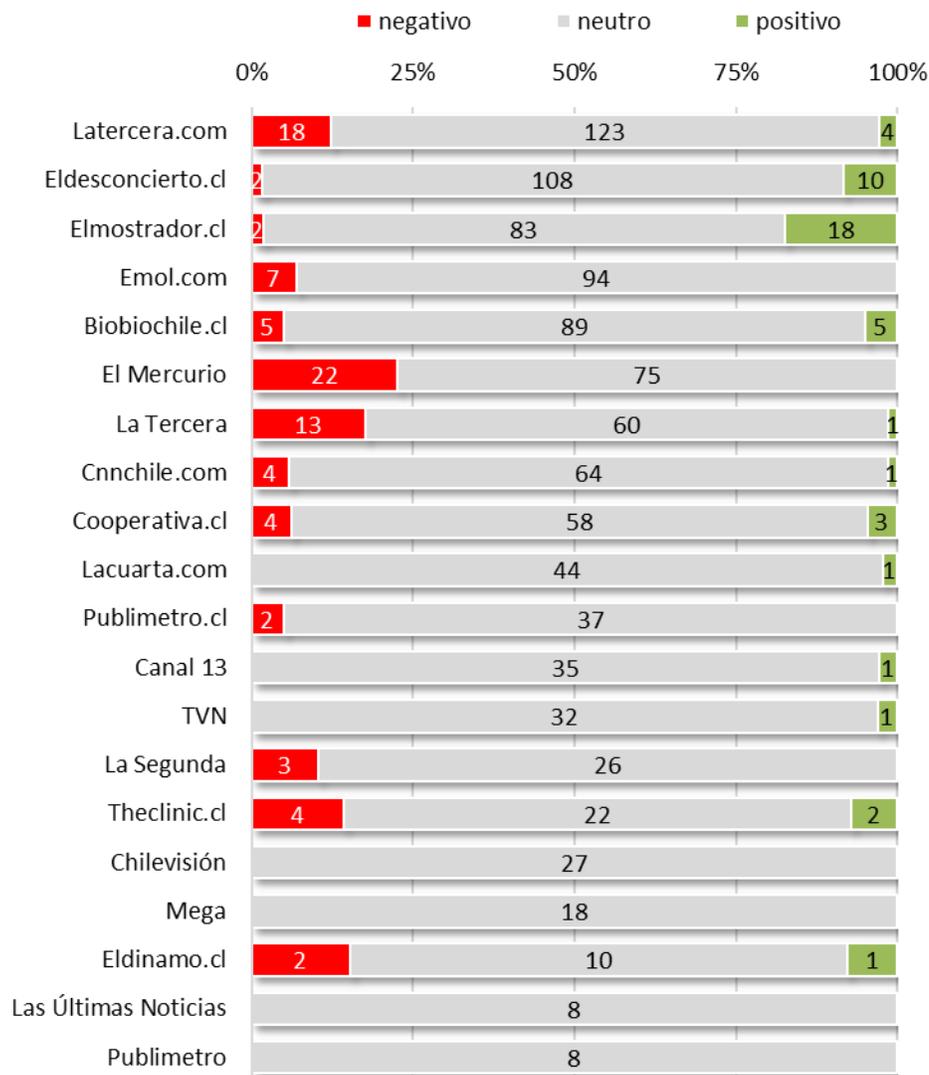
Sobresale el esfuerzo de El Mostrador y El Desconcierto por tener tratamientos noticiosos proclives al Apruebo.

El Mercurio bajó su exposición general, pero con una escasa presencia de notas por el Apruebo. Este medio llevó adelante la estrategia electoral del Rechazo (ver conclusiones para pormenores).

Los canales de televisión aumentaron su exposición por el Rechazo de la mano de las encuestas y las "alternativas de ganar el Rechazo".

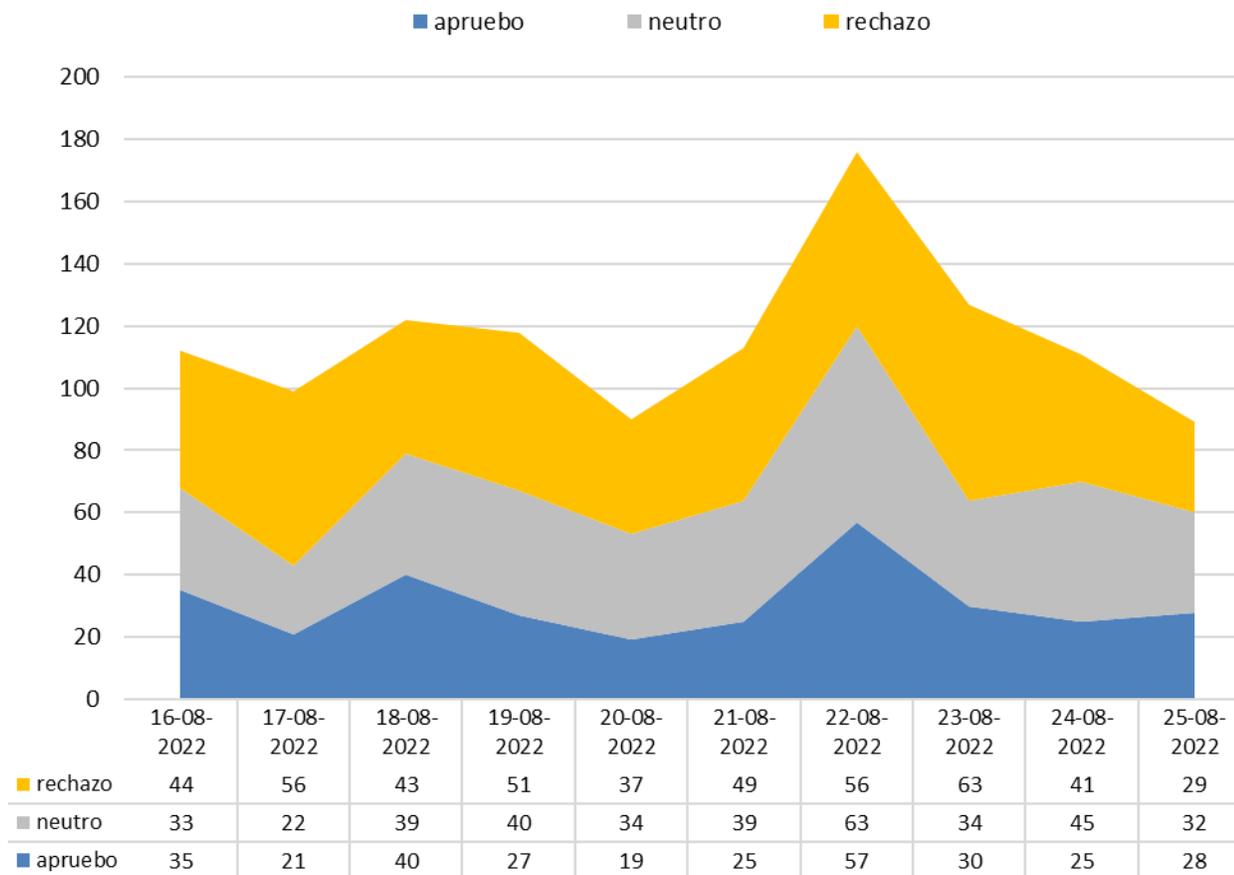
Valoración de la Convención Constituyente sobre titulares positivos, negativos y neutros

En este periodo, queda en evidencia como El Mercurio muestra una agenda de mayor exposición negativa para la Convención Constituyente seguido por La Tercera y La Tercera.com. Con relación al informe anterior existió una disminución de las apreciaciones positivas o negativas sobre la Convención Constituyente, los temas se centraron en las movidas políticas por sobre las virtudes o defectos de la Nueva Constitución.



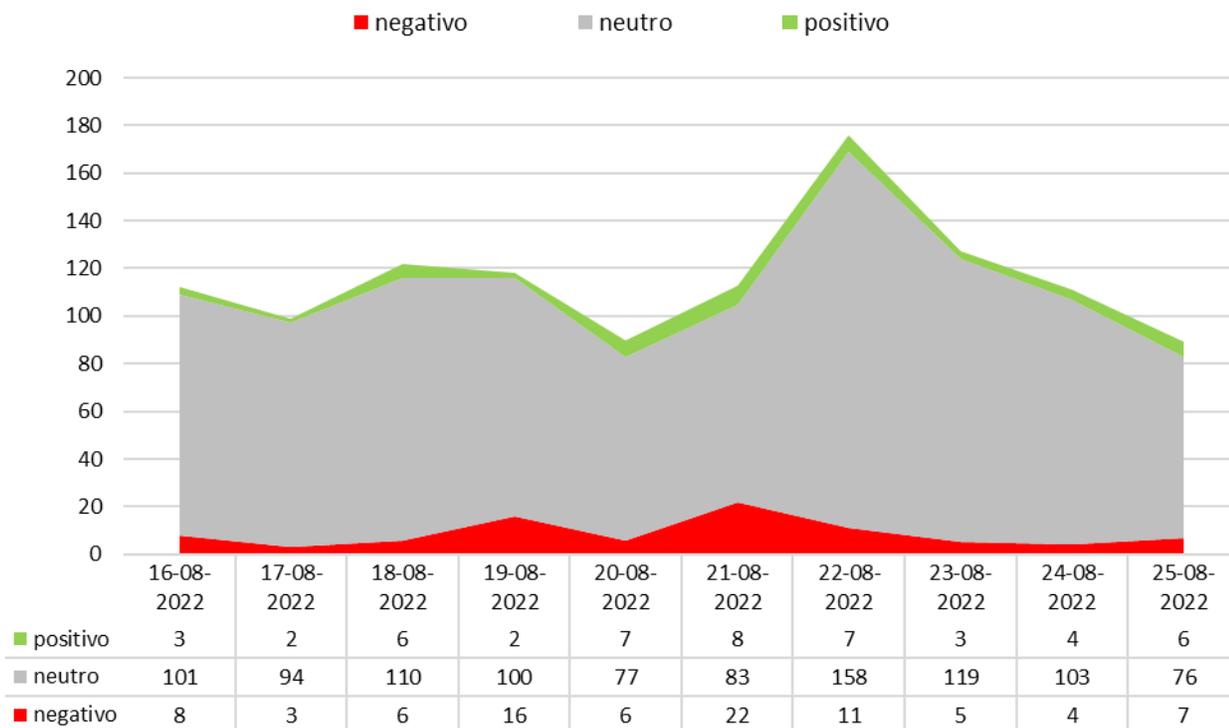
Cobertura de medios sobre Apruebo y Rechazo en el tiempo

Se aprecia como entre los días 21 al 23 de agosto las notas del Rechazo llegaron a su *peak* de menciones. El día 21/08 El Mercurio inició la etapa final de la estrategia de acusaciones de "intervencionismo" con una entrevista a Belisario Velasco que manifestó el notar "un intervencionismo sin precedentes". La estrategia de Rechazo se complementó con las apariciones de encuestadores manifestando la tendencia irreversible del triunfo del Rechazo.



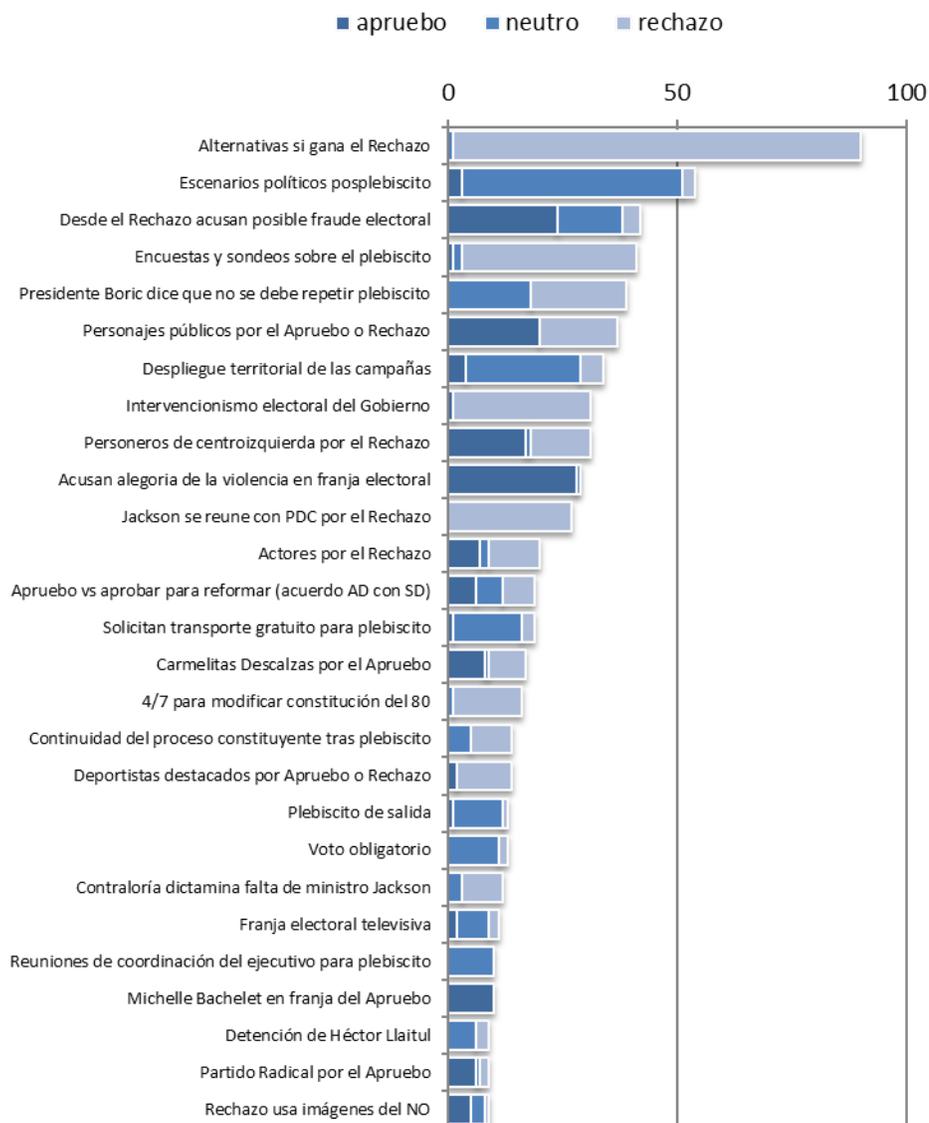
Cobertura de medios sobre Convención Constituyente en el tiempo, según valoración positivo, negativo y neutro

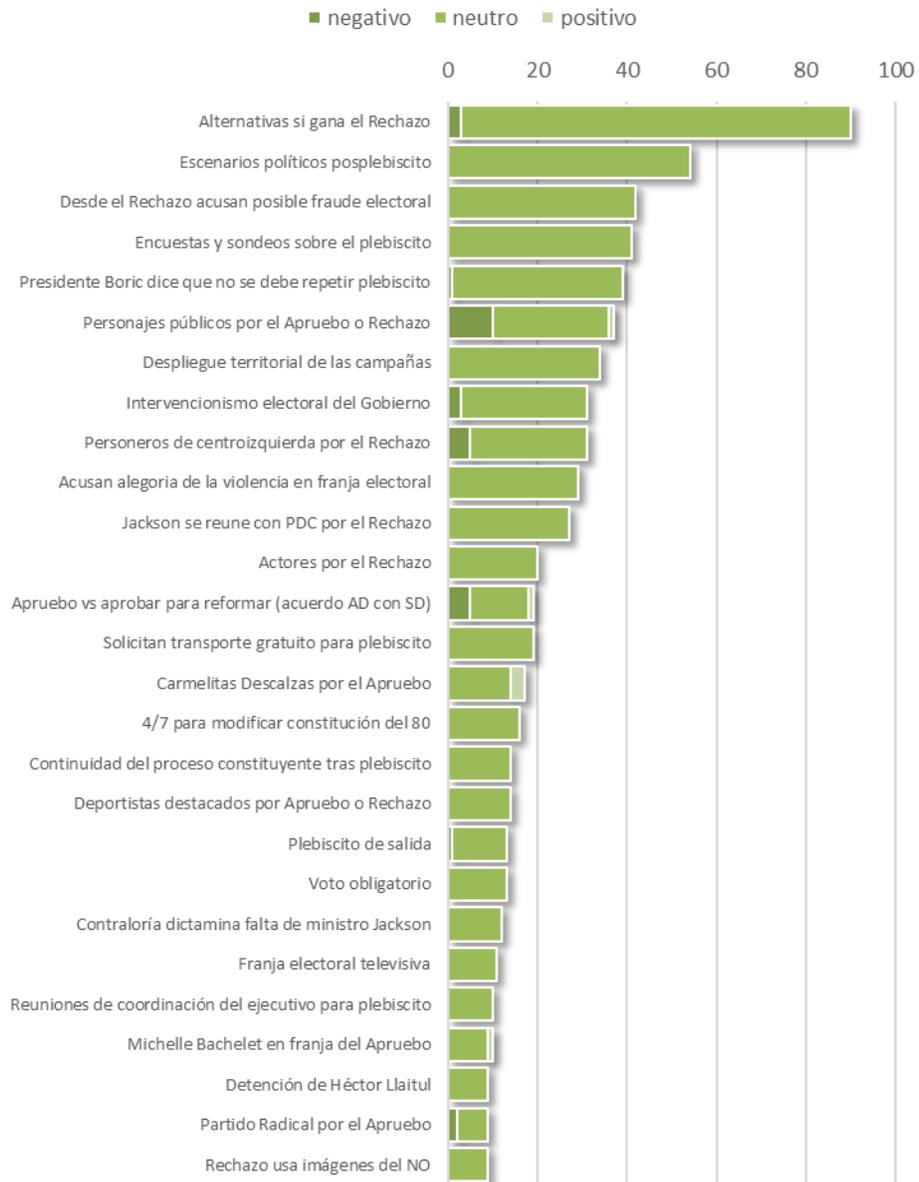
La valoración negativa o positiva sobre el trabajo de la Convención Constituyente sufrió una disminución en referencia a los informes anteriores; centrándose la agenda en las movidas políticas partidarias y electorales por sobre las virtudes o defectos de la Nueva Constitución.



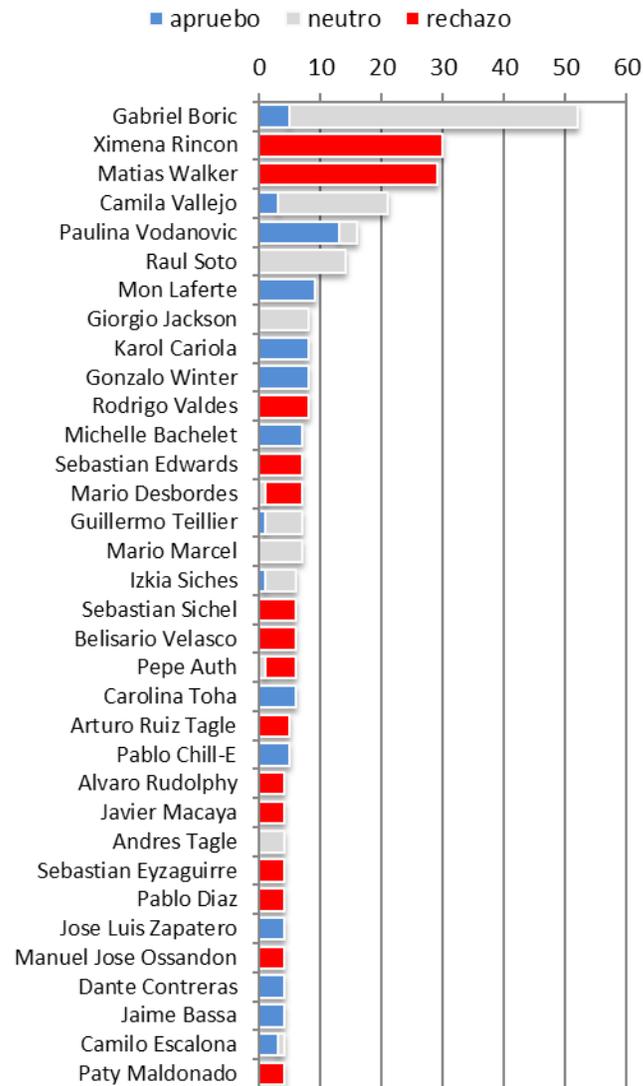
Temas emergentes en los titulares de medios (TOP 27)

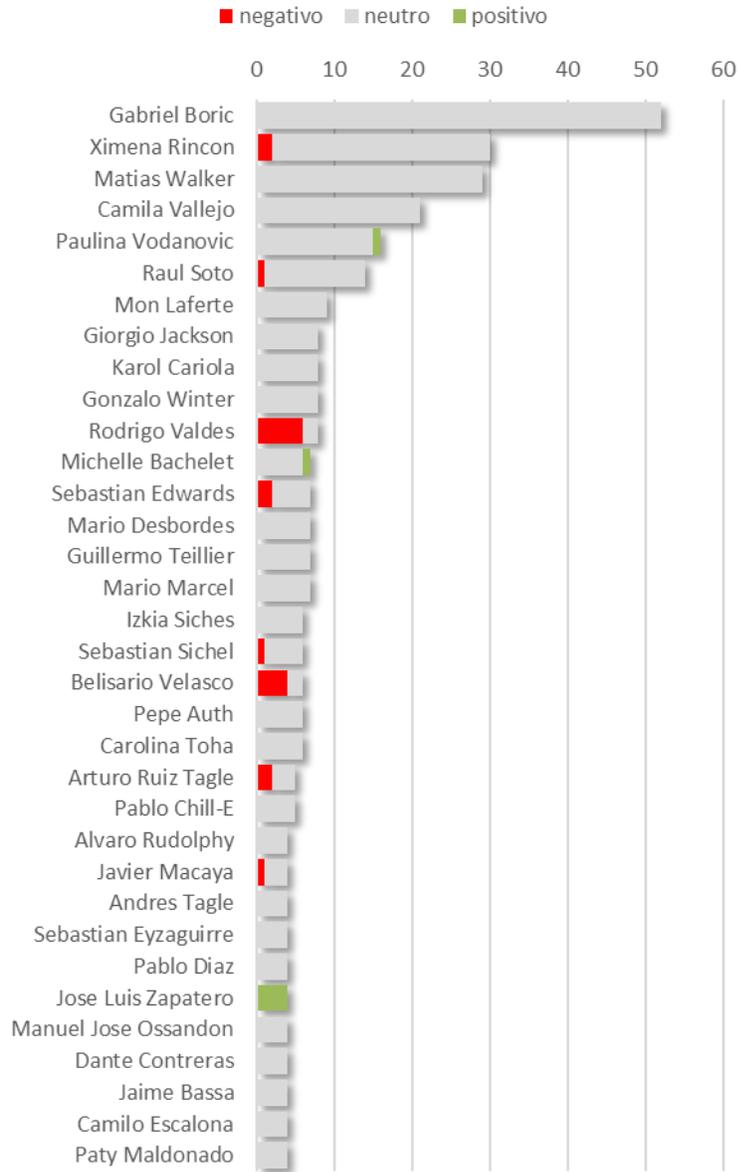
El ítem de mayor presencia en la quincena tuvo relación con el acuerdo partidario por aprobar para reformar que llegó a 340 notas y un 21% de la agenda. Las acusaciones de “intervencionismo” contra el gobierno y la posterior reunión de Jackson con los representantes del PDC por el Rechazo llevaron a las “alternativas de si gana el Rechazo” a ser el tema de mayor exposición.





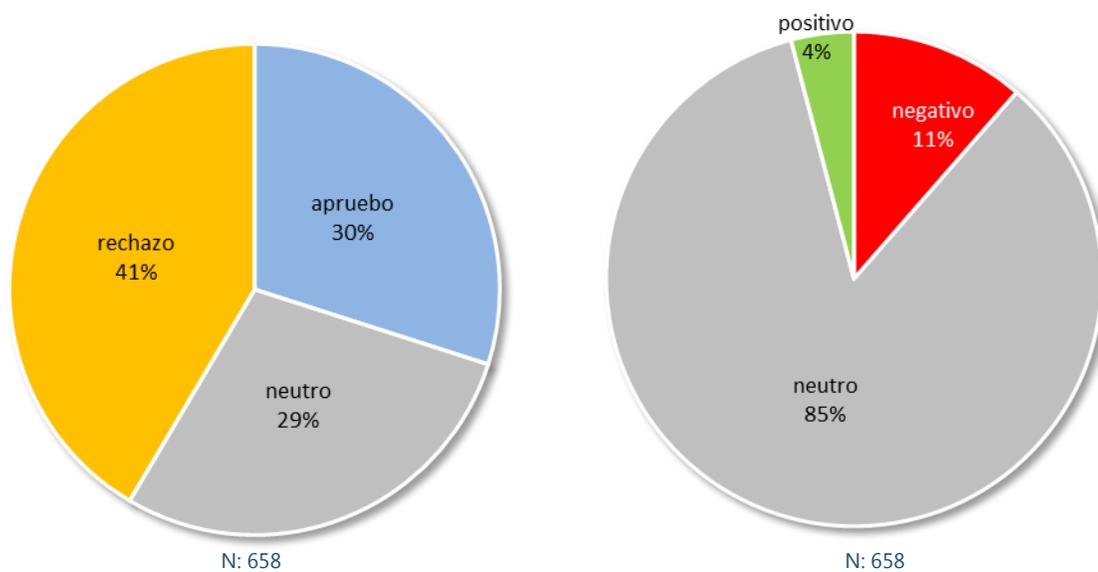
Actores mencionados en los titulares relacionados al Apruebo y Rechazo (TOP 34)





Actores mencionados en titulares (agrupado de todas las vocerías)

A diferencia de la quincena anterior, en el periodo 15 al 25 de agosto los actores del Rechazo superaron con creces a los del Apruebo. Las vocerías del Rechazo recayeron especialmente en los representantes de la centroizquierda, solucionando el problema de falta de actores que produjo la estrategia de sacar de los medios a los representantes de Chile Vamos para mostrar una campaña ciudadana. Los principales voceros del Apruebo estuvieron en los representantes de los partidos oficialistas.



CONCLUSIONES Y OBSERVACIONES

- 1) **Cuantitativo.** Una mirada final. Los informes hechos por la Universidad Abierta de Recoleta que recogen los titulares de prensa de 20 medios de los más influyentes mostraron la siguiente proyección numérica al analizar en poco menos de dos meses 5.813 notas, lo que pensamos que es una muestra bastante representativa de la prensa nacional y, por supuesto, bastante más de lo que los encuestadores miden en sus sondeos: la primera quincena de julio las notas fueron de 1.498; la segunda quincena de julio se llegó a 1.505; la primera de agosto a 1.653; el último informe, que recogió 10 días desde el 16 al 25 de agosto (solamente se tomaron 10 días para una entrega antes del plebiscito), las notas fueron de 1.157. La tendencia tuvo al Rechazo siempre por encima del Apruebo en una agenda con tope para el Apruebo, pero no para el Rechazo; de esta forma, los números muestran en la primera quincena de julio un 39% para el Rechazo versus 25% para el Apruebo. En ese momento se mencionó que la campaña del Apruebo no estaba desplegada. La siguiente quincena de julio se llegó a un 38% para el Rechazo vs 30% para el Apruebo. La primera quincena de agosto, los números no variaron, con 39% para el Rechazo y 30% para el Apruebo, a pesar de que la campaña por el Apruebo no solo estaba desplegada, sino que la agenda mediática reflejó la iniciativa de los partidos oficialistas por aprobar para reformar (tema de mayor presencia). En el último informe, con las campañas invirtiendo sus últimos esfuerzos antes del plebiscito, donde el tema de las "alternativas si gana el Rechazo" se convirtió en el tema preponderante, mostró una agenda con un mayor desequilibrio: 469 notas para el Rechazo con un 41% versus 307 para el Apruebo con un 27%. La diferencia de 14% entre una y otra alternativa plebiscitada sigue la lógica de las encuestas, teniendo los sondeos un efecto suplementario de construir agenda de los medios, además de ser un insumo permanente para estos a la hora de sostener la idea que "la mayoría de la población no quiere esta Nueva Constitución".
- 2) **Intervencionismo electoral.** Punto final de la puesta en escena. La estrategia seguida por la oposición a la nueva Carta Magna estuvo marcada por las acusaciones de "intervencionismo" como una forma de invalidar al Ejecutivo como actor relevante en el plebiscito. Es así como cualquier iniciativa de la administración de Boric fue calificada como una forma indebida de intervención, a pesar de estar fundada sobre la premisa de dar a conocer la Nueva Constitución. Si bien la repetición, por momentos viciosa, de las acusaciones mostró cierto desgaste como estrategia electoral, el fallo de la Contraloría contra el ministro Jackson permitió renovar la puesta en escena, pero principalmente inhibir al gobierno, lo que, como veremos más adelante, fue gravitante para cerrar el periodo de campaña con un Rechazo a la ofensiva. Sin embargo, el cénit de la estrategia estuvo marcado por un diseño que ocultaba a los conspicuos personeros de la derecha y favorecía a los representantes de la centroizquierda que se alinearon por rechazar. De esta forma, quien entregó el punto final de la maniobra fue el ex ministro de la Concertación, Belisario Velasco, quien fue resaltado como dirigente opositor a la dictadura al ser parte del Grupo de los 13, lo que le daba impecables credenciales. En entrevista con El Mercurio, en su portada del día 21/08, Belisario mencionó: "Veo al Gobierno en un intervencionismo sin precedentes" (titular del artículo). Para luego opinar sobre el acuerdo de aprobar para reformar: "Es una maniobra electoral que da cuenta de que los cálculos alegres se terminaron. Se ven desesperados para mejorar un texto que no tiene arreglo. Si se aprueba, tiene más exigencias que la Constitución de Pinochet, porque un partido como el PC, que instrumentalmente firma lo que le convenga momentáneamente, luego dice, a través de su presidente, que no puede asegurar que cumpla. El último documento de los partidarios del Apruebo es un argumento de gran solidez para votar Rechazo, porque la conducta de varios de los firmantes no es creíble. La gente no es tonta". Las notas sobre "intervencionismo" llegaron en diez días a 31, 30 de ellas por el Rechazo; mientras que sobre el fallo de Contraloría contra Jackson fueron 12. La participación de la fiscalía en la investigación sobre la compra del texto impreso de la Nueva Constitución dio mayor peso a las acusaciones. El escenario quedó comunicacionalmente listo para defenestrar el acuerdo de los partidos oficialistas para aprobar para reformar y retomar el control de la agenda por parte del Rechazo.
- 3) **Desde el Aprobar para reformar a las alternativas si gana el rechazo.** La primera quincena de agosto la agenda se centró en la iniciativa de aprobar para reformar que fue el tema de mayor exposición con 340 notas

y un 21% de los temas expuestos. La estrategia oficialista sirvió para retomar el control de la agenda a pesar de dejar abierta la puerta para las críticas a la nueva Constitución. El fallo de la Contraloría contra Jackson llevó a dos situaciones que harían variar la agenda hacia el Rechazo: por un lado, la necesidad de Giorgio Jackson de mostrarse prescindente al mencionar que recibiría a los representantes del Rechazo y que se concretó con la reunión entre el ministro y los discolos representantes del PDC, Ximena Rincón y Matías Walker (27 notas); titulado por La Segunda 17/08 así: "Un pequeño triunfo para el Rechazo en La Moneda" (portada) (...) Reunión de Jackson con Rincón y Walker Tres ganadores de la cita Jackson con Rincón y Walker: El ministro, el Rechazo y los disidentes DC hoy en el Senado". La oficialización de los personeros del PDC por el Rechazo como interlocutores de primer nivel, fue rápidamente aprovechada por Walker al mencionar que: "Pese a que el presidente cometió un error al no respetar la prescindencia; no es bueno para Chile que él aparezca derrotado la noche del plebiscito" (portada de El Mercurio 20/08). Por otro lado, el propio presidente Boric abrió la puerta a la agenda del rechazo al mencionar que: "en caso de ganar el Rechazo, se debe convocar directamente a la elección de una nueva convención para continuar con el proceso constituyente, con ciudadanos seleccionados popularmente solo para ese fin, sin repetir la celebración de un referéndum de entrada como el del 25 de octubre de 2020" (Cooperativa.cl 21/08). Las palabras del presidente terminaron por virar la agenda hacia el Rechazo; 39 notas recogieron las palabras del mandatario, 21 por el Rechazo y cero por el Apruebo. Se instaló la idea en los medios -incluso E Mostrador y El Desconcierto, abiertamente por el Apruebo, incluyeron la opinión presidencial-, de una primacía de quienes están por rechazar la propuesta. El escenario varió radicalmente desde el aprobar para reformar a las "alternativas si gana el rechazo". Las notas sobre la eventualidad del triunfo opositor llegaron a 90, 89 de ellas por el Rechazo. Posteriormente, en una cita de expresidentes del PS, los personeros oficialistas parecen haber reaccionado al crear un escenario adverso para el Apruebo, pero tardíamente: "La filtración de una propuesta del PPD sobre lo que se debe hacer tras el plebiscito, ya sea en caso de que gane el Apruebo o el Rechazo, fue vista como una demostración de 'derrotismo' al interior del oficialismo. Por lo mismo, dentro de los partidos cuestionaron el timing del documento e, incluso, algunos descartaron que se sumen a publicar algo por su cuenta. En tanto, desde el PPD acusaron que quien abrió la puerta a hablar sobre mecanismos para continuar el proceso constituyente en caso de que se rechace el proyecto de Constitución fue el presidente Boric (La Tercera.com 23/08). El escenario mediático de un triunfo del rechazo que es refrendado por todas las encuestas ha permitido que representantes de la centroizquierda empiecen a hablar de "unidad" de cara al escenario posplebiscito. Probablemente, los llamados a la "tolerancia y a la unidad" aumenten de exposición frente al triunfalismo del rechazo con la intencionalidad de disminuir el efecto de frustración de los partidarios del Apruebo como una forma de pacificación en el modelo existente, buscando el fin del "octubrismo" rupturista o el aislamiento de los recalitrantes motejados como "extremistas".

- 4) **4/7 para reformar la actual Constitución, la salida del Rechazo.** El tema de una alternativa para reformar la actual Constitución ha estado en la agenda desde el comienzo de la campaña. Desde una primera posición de debilidad de la propuesta fue ganando espacios periodísticos hasta consolidarse como una alternativa válida para destrabar posiciones y hacer digerible el rechazo como "un mal menor". Las informaciones periodísticas al respecto fueron variando desde quienes veían como poco factible que después de 30 años de negativas ahora la derecha quisiera reformar profundamente la constitución del 80. Con la primacía del rechazo en la agenda mediática esta iniciativa pasó desde tratamientos noticiosos favorables al Apruebo o neutros a volcados hacia el Rechazo. En los diez días estudiados, se encontraron 16 notas al respecto, 15 de ellas por el Rechazo. Desde el gobierno se abrió la puerta a estos tratamientos a entregarle al parlamento la indicación de "discusión inmediata". Desde de la derecha es presentada como la gran herramienta para evitar confrontación posplebiscito y retomar el control de los partidos políticos del proceso constituyente donde existe la visión general de que continuará después del hito electoral: "El que se haya logrado un muy amplio consenso político para reducir los quórums de reforma en la actual Constitución a 4/7 no solo facilita el camino de reformas en caso de que triunfe el Rechazo, sino que reivindica el rol del Congreso como instancia de grandes acuerdos. Con la publicación en el Diario Oficial de la ley que modifica los quórums de reforma de la actual Constitución, unificando en los 4/7, se ha dado un paso muy relevante para el país, tanto como señal política de cara al proceso constituyente, como al rol que el Congreso está llamado a desempeñar en nuestra institucionalidad" (editorial de El Mercurio 24/08). En este tema como en otros sobre la eventualidad del triunfo del rechazo los medios han incluido como actores relevantes a los personeros del PDC discolos, reflejando la basculación del

partido hacia la derecha y como articulador del proceso constituyente después del plebiscito, a pesar de que la posición del PDC como partido es por el Apruebo. Se aprecia entonces, una lucha de poder interna que de ganar el rechazo pondría a los díscolos en un lugar de privilegio.

- 5) **Medios.** A través de los días estudiados en estos informes las tendencias de los medios se han mantenido nítidas respecto a cuáles se inclinan hacia una u otra de las alternativas del plebiscito o los que mantienen agendas más equilibradas. En este último informe se destacó el esfuerzo de El Mostrador y El Desconcierto por aumentar su información tendiente al Apruebo. Sin embargo, la prevalencia del emergente sobre las "alternativas de ganar el Rechazo" hizo que todos los medios evaluados aumentaron su exposición para rechazar; medios como CNNChile.com o Cooperativa.cl muestran agendas con mayor peso del Rechazo que lo que les era habitual. Al igual que en informes anteriores, El Mercurio y La Tercera muestran una agenda marcada prorechazo, mientras que los canales de televisión profundizan su agenda contraria a la NC. Nos gustaría aquí hacer un ejercicio de análisis que puede ser ilustrativo de las tendencias de los medios; tomaremos un día de El Mercurio para compararlo con el mismo día de El Mostrador, como medios emblemáticos de una y otra postura. El día 21/08 - período que marcamos como culmine de la estrategia del Rechazo- El Mercurio presenta 15 notas sobre el plebiscito, 10 por el Rechazo, 4 neutras y una para el Apruebo. El diario destacó en su portada los siguientes temas: entrevista a Belisario Velasco (clave en la estrategia de "intervencionismo"); entrevista a Paola Assael de Black & White (que mencionó lo irremontable de las encuestas para el Apruebo); la intención del exministro Rodrigo Valdés de votar Rechazo; entrevista a Natividad Llanquileo que siendo del Apruebo manifiesta una crítica al acuerdo oficialista de reformas; una entrevista a Ricardo French Davis de connotación neutra en su titular y bajada: "los cabezas calientes de los dos extremos hoy son minoría" (a pesar de que el economista es proapruebo). El Mostrador por su parte, presenta 9 notas sobre el plebiscito, 7 para el apruebo, 1 para el rechazo y una neutra. Tres de las menciones del apruebo son columnas de opinión sobre aspectos de la NC; una entrevista a Pablo Ruiz Tagle, decano de Derecho de la Universidad de Chile, que resalta las virtudes de la propuesta constitucional. Si bien las líneas editoriales son claramente establecidas para cada medio por lo que alguien podría pensar en un cierto equilibrio, la diferencia fundamental está en la influencia de un medio por sobre el otro. El Mercurio es un consorcio de alcance nacional que a través de medios filiales le permite diseñar una estrategia consistente; por su parte, El Mostrador, es un medio web influyente, pero de menor impacto público. La diferencia fundamental a nuestro entender, es la capacidad de un medio por sobre otro de ser una herramienta para llevar adelante una política comunicacional clara que obedece a una estrategia electoral donde se levantan temas con argumentaciones que son parte de un engranaje mayor, como se puede apreciar en los temas de El Mercurio sobre "intervencionismo" con Belisario Velasco ; Rodrigo Valdés como representante de la centroizquierda o el tema de las encuestas, claves en el discurso del Rechazo.
- 6) **Actores.** Desde la desaparición de los liderazgos de Chile Vamos a los personeros de centroizquierda por el Rechazo. La estrategia lógica de sacar a los conspicuos dirigentes de la derecha de la campaña ha continuado desarrollándose mediáticamente. En el informe anterior mencionamos que la acción comunicacional de la derecha fallaba al no poder promover vocerías calificadas para reforzar el Rechazo recayendo en actores o deportistas; en los diez días estudiados, la estrategia se decantó por sí sola por la trascendencia que lograron para el Rechazo Ximena Rincón y Matías Walker que se convirtieron en las principales figuras mediáticas de los opositores; el promover estas figuras refuerza la idea de "transversalidad" del Rechazo como concepto hegemónico para sacar a los desprestigiados partidos de la escena electoral. Sintomático del uso de personajes de centroizquierda como caballo de batalla del Rechazo, fue la aparición de Belisario Velasco como cierre de la estrategia de las acusaciones de "intervencionismo". También el exministro Rodrigo Valdés fue expuesto como un indicador de peso para rechazar. El oficialismo y el Apruebo no han logrado sacar al pizarrón a los líderes políticos de Chile Vamos lo que crea las condiciones para hablar de una campaña "ciudadana". En los actores del Apruebo, las principales vocerías están en los representantes de los partidos como Paulina Vodanovic, Karol Cariola, Gonzalo Winter, Carolina Tohá; entre otros. Las acusaciones de "intervencionismo" por su parte, se ven reflejados en que los principales voceros expuestos por los medios son miembros del ejecutivo como Boric, Jackson o Vallejos, pero con participación neutra. La importancia de los personeros del PDC por el Rechazo quedó de manifiesto con la siguiente información: "la Franja Ciudadana por el Rechazo -a cargo de los partidos de Chile Vamos- decidió hacer un nuevo gesto a la 'Centro Izquierda por el Rechazo' (...) Una señal similar que

ya habían realizado el pasado 11 de agosto, cuando también le otorgó 10 minutos de su espacio a esta agrupación, conformada por referentes de la exconcertación que decidieron no aprobar la propuesta de Carta Fundamental" (La Tercera.com 29/08). Teniendo en mente la estrategia del Rechazo, los liderazgos del Apruebo debieran el redoblar sus mensajes sobre los intereses que están en juego tras los representantes de centroizquierda por el Rechazo.

- 7) **Encuestas.** Ahondaremos aquí a los expuesto en el apartado de contexto de investigación sobre los sondeos de opinión. En los cuatro informes elaborados por la UAR durante julio y agosto previo al plebiscito de salida, el emergente sobre las encuestas fue uno destacado cuantitativa y cualitativamente hablando. En la primera quincena de julio las notas sobre sondeos fueron de 51, 46 por el Rechazo y ninguna por el Apruebo; en la segunda quincena, las notas fueron de 55, 39 por el Rechazo y 9 por el Apruebo; en la primera quincena de agosto, las notas llegaron a 88, 65 para el Rechazo y 10 por el Apruebo; en el último informe, las notas fueron de 41, 38 por el Rechazo y una por el Apruebo. En el consolidado de los días estudiados se obtienen 235 notas en total, 188 por el Rechazo y 20 por el Apruebo, con un porcentaje de 77% para el Rechazo versus 9% hacia el Apruebo. Esta ratio da una idea de la desproporción de la herramienta como efecto de campaña, creando la sensación de un determinismo que ha sido recalado cuando son entrevistados los encuestadores: "son consistentes con la tendencia que se había visto. Se consolida o mantiene la ventaja del Rechazo por sobre el Apruebo, y por lo tanto no entrega información adicional y pareciera que hemos llegado a un nivel de equilibrio a dos semanas del plebiscito" (Cristóbal Hunneus, director de Data Science Unholster en CNNChile.com 20/08). Que decir del carácter predictivo de personajes como Pepe Auth, que aparece entre los actores más expuestos por los medios y que entrega una visión lapidaria para el Apruebo: "Auth sitúa la votación del Rechazo en un 53,6% y la del Apruebo en un 46,4%. Una diferencia porcentual que parece ajustada, pero que, en su proyección, no deja demasiado margen para que se den vuelta las cosas" (La Tercera.com 18/08).
- 8) **Interpretación final de la agenda.** El último informe que ofrece la UAR sintetiza bien lo que fueron los dos meses de la campaña electoral por el plebiscito en los medios. Por un lado, el Rechazo con una estrategia definida en distintos ámbitos de acción comunicacional donde priman tres elementos consistentes: "intervencionismo" del gobierno; figuración de personeros de centroizquierda como caballito de batalla para mostrar el Rechazo como "transversal" con Ximena Rincón y Matías Walker como abanderados; y, las encuestas como determinante del triunfo del Rechazo. Estos elementos han sido puestos en juego permanentemente creando una realidad mediática que pretende crear opinión pública. En la puesta en escena de la estrategia del Rechazo los medios masivos y las encuestas juegan un rol decisivo al hacer pasar el discurso del gobierno y de los partidos oficialistas desde mostrar el Apruebo a la NC como un paso lógico desde el abrumador triunfo en el plebiscito de entrada con una constituyente alabada por su carácter democrático, paridad y participación de pueblos originarios; a, una propuesta constitucional que debe ser reformada, aún antes de ser aprobada (acuerdo de los partidos oficialistas); para, posteriormente, centrarse la agenda en las "alternativas si gana el Rechazo" casi como algo inevitable y donde la iniciativa de los 4/7 para modificar la actual constitución es un logro en la "medida de lo posible". En contraposición, la estrategia del Apruebo se mostró fragmentada en esfuerzos de agrupaciones y partidos políticos, donde estos últimos lograron convertirse en los principales voceros de campaña a pesar del desprestigio de los partidos. La campaña del Apruebo en los medios refleja una falta de cohesión que llevó a centrar la discusión en lo reformable de la NC o en los escenarios menos amenazantes si gana el Rechazo, con una clara connotación reactiva por sobre lo propositivo. La campaña del Apruebo se convierte en una sumatoria de personas y agrupaciones que están por la iniciativa, o elementos relevantes de la NC que la hacen deseable, pero sin un hilo conductor que cree una mística del triunfo. La salida del gobierno de la ecuación electoral con las acusaciones de "intervencionismo" hicieron más complejo para el Apruebo tener coherencia. Los errores no han sido privativos del Apruebo, los dichos de Gonzalo de la Carrera mostraron a la opinión pública quiénes están detrás del Rechazo. Por otro lado, la presencia de Michelle Bachelet anunciada para los últimos días de la franja electoral televisiva puede ser un elemento coadyuvante para el triunfo por su relevancia en liderazgo y la importancia del voto femenino. Por su parte, el Rechazo apuesta por el desgaste del "octubrismo" y la pérdida del ímpetu que llevo a millones de personas a movilizarse, donde se impongan los elementos materiales por sobre las voluntades. No somos de quiénes creen que la carrera está corrida o que existe un determinismo dado por las encuestas. De ganar el Apruebo, tanto los

medios que quedaron en evidencia por sus tendencias marcadas prorechazo y las encuestas, debieran de dar explicaciones convincentes sobre la relación existentes entre ellos y su financiamiento. Un capítulo aparte es el desnivel de los recursos puestos en juego, en una época de prevalencia tecnológica y especializada, los recursos materiales y el financiamiento son esenciales para profesionalizar una campaña electoral tanto como ganar espacios de difusión. Si se logra triunfar sin financiamiento, podrá ser épico, pero claramente es una chance que se deja abierta al adversario.