

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

Grupo de estudio de medios de comunicación 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 31 de julio 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 1.805 notas, de las cuales -tras un proceso de descarte- fueron seleccionadas para el análisis cuantitativo y cualitativo un total de 1.505 notas donde se mencionaba los centros de interés indicados en medios de relevancia nacional: El Mercurio, Latercera.com, La Tercera, Eldinamo.cl, Eldesconcierto.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 ex presidente 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 en los titulares analizados.

CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN: DE LA AGENDA DE LOS MEDIOS A LA AGENDA SOBRE LOS MEDIOS

Cuando iniciamos este proyecto de investigación de medios en la Universidad Abierta de Recoleta, recogimos una intuición o sentido común de los ciudadanos que -durante y después del estallido social- comenzaron a preguntarse cuáles eran las intenciones de los medios masivos, cómo nos informan, si tienen tendencias o si existe correlación directa entre los dueños de medios y sus líneas editoriales, entre otras preocupaciones. El primer informe, que cubre la actividad de los medios en la primera quincena de julio, entregó una visión panorámica concluyente sobre las tendencias de estos.

En el presente segundo informe, correspondiente a la segunda quincena de julio, mantuvimos la metodología basada en el análisis de los titulares de los mismos 20 medios ya enunciados. Sin embargo, al desarrollar los datos y efectuar la revisión de la prensa en general, nos encontramos con un fenómeno que confirma la importancia de este tipo de análisis: existe una creciente inquietud, reflejada en la propia prensa, sobre los medios de comunicación masiva, pasando desde una agenda de los medios (lo que estos quieren que las personas sepan) a una agenda sobre los medios (lo que los ciudadanos quieren saber sobre ellos).

El caso más notorio fue la salida del periodista de TVN, Matías del Río, de la conducción del programa Estado Nacional, resultado de las acusaciones de "parcialidad" hechas por una de las directoras de Televisión Nacional, Nivia Palma. Nos parece sintomático de los actuales tiempos que las acusaciones contra Matías del Río, recurrentes en el pasado, solamente ahora tuvieron consecuencias.

El caso Matías del Río está lejos de agotar las informaciones al respecto. Algunos ejemplos aclaran más el panorama: 1) "En la sentencia, la Tercera Sala del máximo tribunal -integrada por los ministros y ministras Sergio Muñoz, Ángela Vivanco, Adelita Ravanales, Mario Carroza y Juan Manuel Muñoz Pardo- dio lugar a la acción cautelar al considerar que la conducta de la recurrida, dada su investidura, constituye una injerencia que inhibe la actividad periodística y la libertad de expresión" (El Mostrador 30/07 en el caso "telefonazo" de asesora de Sebastián Piñera a La Red); 2) "Radiografía constituyente, '100 indecisos' y 'Sin Filtros' son tres programas que han puesto el debate constituyente en el centro de la discusión. Expertos desmenuzan estas producciones en el Desconcierto y cuestionaron desde su falta de control de las *fake news*, hasta la presencia de invitados conflictivos que «activan el morbo» de la audiencia" (El Desconcierto 28/07); 3) CNTV cuestiona a Mónica Pérez (La Tercera.com 26/07, columna de Pablo Ortuzar); 4) "Mónica Rincón contradice a Germán Codina" (CNNChile.com 28/07); 5) "Segpres contrató vía trato directo a El Mercurio para imprimir propuesta de nueva constitución por \$444 millones" (Interferencia 25/07); 6) "Las 12 formas de apoyar al rechazo de los medios de comunicación" (El Mostrador 19/07, columna de Rodrigo Finkelstein); 7) "No reforman la pauta de los noticieros y van a reformar la Constitución después de rechazar, retuiteó espontáneamente el presidente Boric. Luego lo eliminó, pero el posteo en sí da cuenta de cómo ciertos sectores quisieran influir en la `pauta` de los medios de comunicación (columna de Luis Pardo en El Mercurio 18/07); etcétera.

Durante la primera quincena de julio la investigación de la UAR detectó 19 notas en el subtema Medios de Comunicación, mientras que en la segunda quincena del mismo mes este apartado se elevó a 32 notas. El creciente interés mediático por informar sobre los medios, al igual que la sensación de que los ciudadanos están deseosos de saber cómo les informan, nos reafirma en la intención de conformar un equipo profesional para continuar investigando a los medios, a fin de aportar a la convivencia democrática y al desarrollo del espíritu crítico.

CONTEXTO POLÍTICO / SOCIAL

La segunda quincena de julio de la agenda general de medios mantuvo los tres elementos destacados en el informe anterior, pero exacerbados, a saber: la contienda electoral entre Apruebo y Rechazo; los hechos delictuales en ámbitos de criminalidad común y violencia política en la Macrozona sur; y la crisis económica.

La contienda electoral alcanzó gran intensidad con las palabras del Presidente Gabriel Boric sobre la eventualidad de un "triunfo del Rechazo"; acusaciones de "intervencionismo electoral; apruebo versus apruebo para reformar; Michelle Bachelet por el Apruebo; 4/7 para reformar la constitución del 80; cartas de Ricardo Lagos; encuestas y sondeos sobre el plebiscito; amenazas de empresario de Osorno sobre la conformación de grupos de defensa; entre otros (temas que serán analizados en el acápite de conclusiones junto a los respectivos gráficos explicativos).

En el ámbito de la seguridad pública, destacó lo referente a las acciones delictuales y la conformación de la organización criminal del Tren de Aragua, integrado por migrantes venezolanos que han impuesto un nivel de violencia no visto antes en Chile. La extrema violencia del crimen organizado crea un clima de incertidumbre y miedo donde el estado se ve sobrepasado en una suerte de ausencia, lo que llevó a parlamentarios de la Macrozona Norte a pedir un estado de excepción, condicionando la aprobación de la medida para el sur y presionando al ejecutivo.

Este clima de ausencia del estado que acapara la agenda mediática se ve aumentado por la provocación de Héctor Llaitul: "El líder mapuche desde hace algunos meses viene elevando el tono de sus intervenciones públicas con abiertos llamados a desestabilizar al Gobierno y a armarse y realizar 'acciones de sabotaje' en contra de las forestales de la Macrozona Sur" (La Tercera.com 27/07).

Las acciones del Tren de Aragua y de los grupos radicales mapuches, muy disímiles en su origen y objetivos, ponen en juego la estabilidad política en momentos que se acerca el plebiscito de salida, contribuyendo a la incertidumbre y manteniendo la amenaza patente de que estas organizaciones realicen acciones delictivas que incidan en el resultado electoral. Probablemente, los representantes del Rechazo, a través de los medios, profundicen estas amenazas como estrategia electoral.

Por otra parte, delitos como los portonazos, asaltos y asesinatos contribuyen a la conformación de una agenda de "inseguridad pública" por sobre una agenda de seguridad pública. En este sentido, los robos con apuñalamientos ocurridos en la Alameda, donde una de las víctimas falleció, crea un imaginario en la opinión pública de que cualquier persona, no necesariamente teniendo bienes importantes (auto de alta gama en caso de los portonazos, por ejemplo), pueden ser víctimas de un asalto e incluso de un asesinato, creando una suerte de paralización de la vida cotidiana: las personas no salen a ciertas horas y no visitan ciertos lugares.

En el ámbito económico, la agenda presentó nuevas amenazas en un continuo de malas noticias en la materia. Por un lado, la entrada de los Estados Unidos en recesión técnica augura mayores problemas a las economías emergentes. El correlato de la recesión en los países desarrollados tiene un impacto directo en la principal exportación chilena, el cobre: "El retroceso en la demanda de materias primas se da en medio del creciente temor a una recesión mundial ante la inflación estadounidense y las posibles nuevas alzas en las tasas de interés; la crisis energética en Europa, y las restricciones que mantiene China por la covid-19" (El Mostrador 16/07).

Por otra parte, la guerra en Ucrania entra en una nueva fase donde los aspectos económicos cobran aún mayor relevancia con la cercanía del invierno en el hemisferio norte, momento donde las economías europeas dependientes del gas ruso hacen acopio para pasar los meses fríos. La estrategia rusa de estrangulamiento a las economías de Europa llega a su cenit afectando a todo el mundo globalizado.

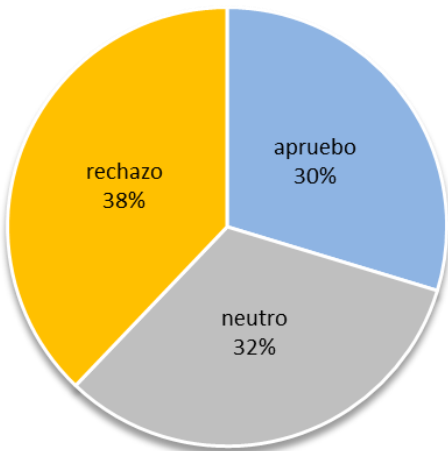
A la amenaza de los efectos de la crisis económica derivada de la guerra en Ucrania, se sumó un nuevo capítulo: el viaje de la presidenta de la Cámara de Representantes de los EE. UU, Nancy Pelosi, a Taiwán, que es visto por China como una provocación sin precedentes. La actitud del liderazgo estadounidense muestra una fuga hacia adelante como respuesta a la crisis en Ucrania y la entrada de su economía en recesión. El nuevo frente de inestabilidad internacional afecta a Chile con una disputa abierta entre dos de sus principales socios comerciales.

El ejecutivo, por su parte, lleva a adelante su agenda intentando resolver los crecientes problemas derivados de las crisis: reforma previsional; reforma tributaria; bono de invierno; copago cero; reforzamiento de las fuerzas policiales; entre otras. A nivel comunicacional, el gobierno enfrenta el desafío de llevar tranquilidad a la población en momentos de incertidumbre, enfocando sus objetivos en las crisis de seguridad y económica, lo que podría redundar en un clima propicio para sus objetivos en el plebiscito de salida.

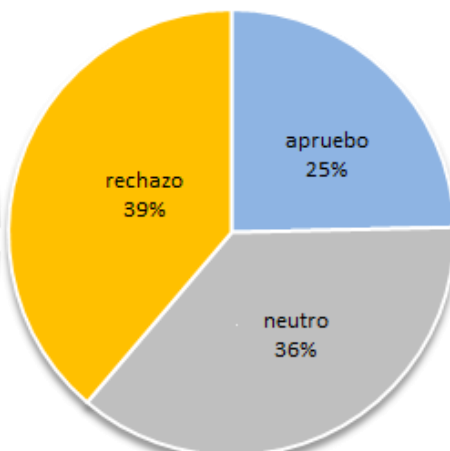
ANÁLISIS

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



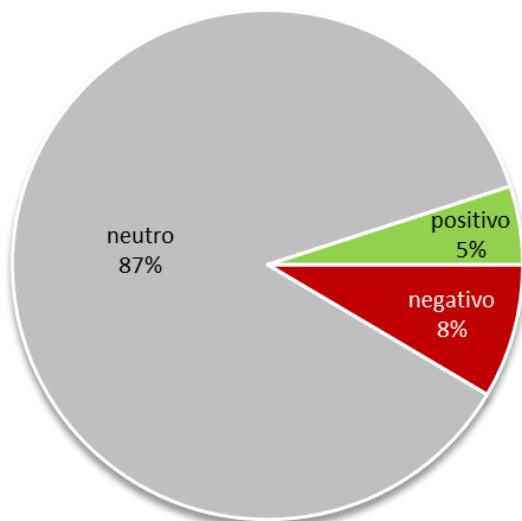
16 al 31 de julio
N: 1.505



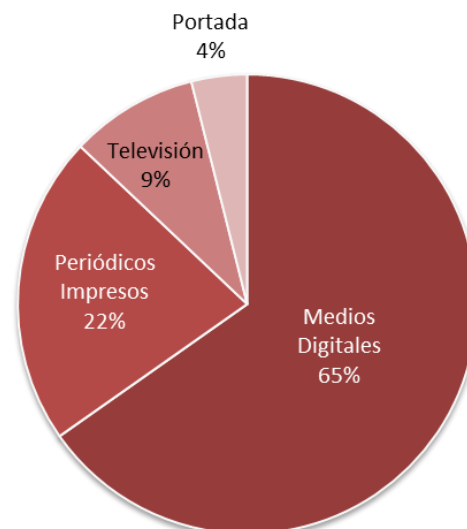
1 al 15 de julio
N: 1.498

Los medios digitales aumentaron su presencia en la agenda de los medios estudiados desde el 61% en la primera quincena al 65% en la segunda.

La exposición general de los medios estudiados acusa una ligera baja del Rechazo desde el 39% en la primera quincena al 38% en la segunda; mientras el Apruebo, que entró de lleno en la contienda electoral, subió desde el 25% al 30%.

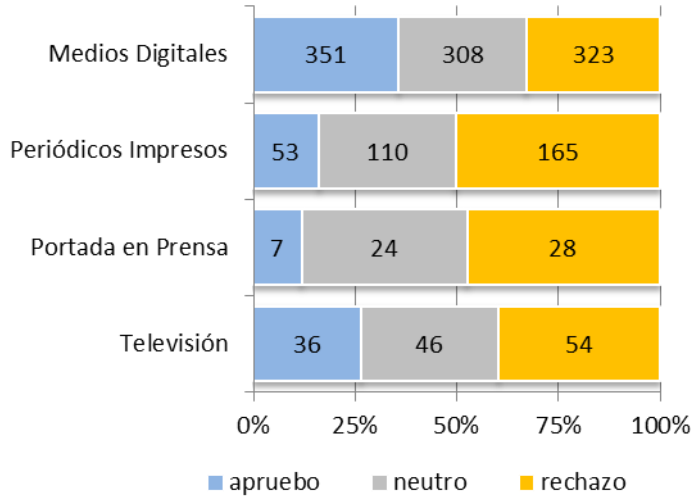


N: 1.505



N: 1.505

Panorama general respecto a la valoración Apruebo, Rechazo o neutro

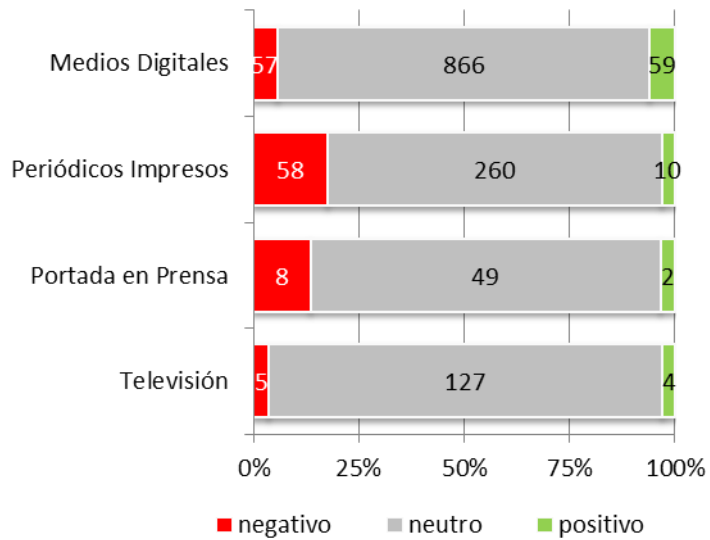


Los medios digitales muestran una agenda equilibrada entre el Apruebo y el Rechazo, lo que contrasta con los periódicos impresos que llevan adelante la estrategia del Rechazo con un desequilibrio muy marcado.

Este desequilibrio se ve aún más acentuado en las portadas en prensa que llegan al 47% para el Rechazo contra solamente un 12% del Apruebo.

En televisión las alternativas a plebiscitar estuvieron más equilibradas que en la primera quincena de julio. Las palabras de Boric respecto a "seguir el proceso constituyente si gana el Rechazo" marcaron tratamientos televisivos preferentemente hacia el Rechazo.

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

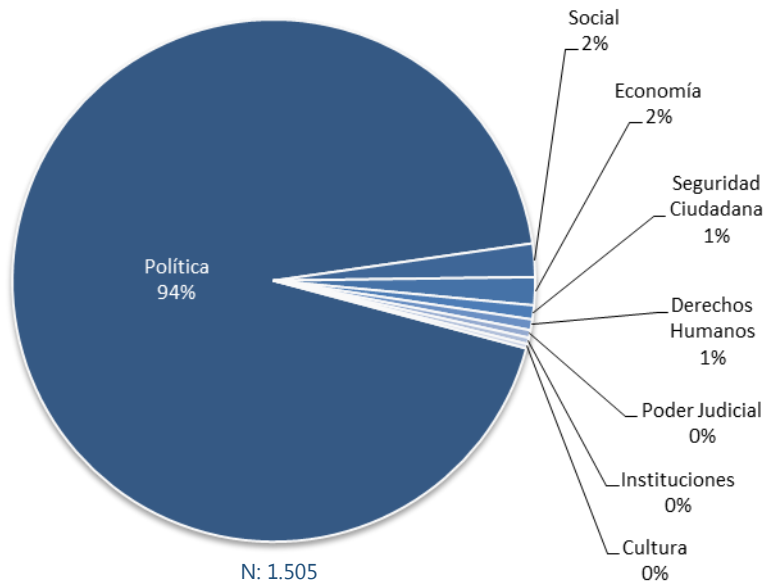


La aparición de Michelle Bachelet, quien mencionó que la NC "se acerca a lo que siempre soñé", hizo que las apreciaciones positivas sobre la CC aumentaran respecto a la quincena anterior.

Destaca la baja apreciación positiva del trabajo de la CC en periódicos impresos y sus portadas.

Las portadas en prensa son un reflejo de la estrategia del Rechazo por menoscabar el trabajo de la Convención Constituyente.

Desglose de áreas temáticas abordadas en los titulares

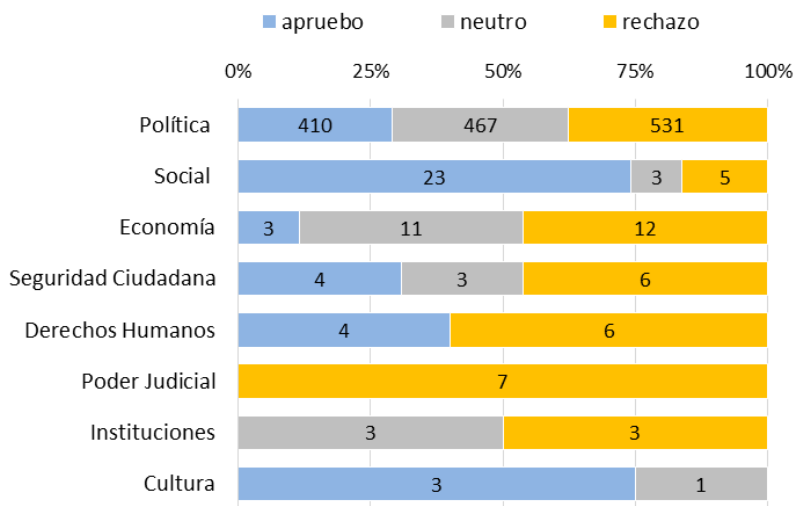


Al igual que en la primera quincena de julio, se aprecia cómo la discusión sobre el plebiscito se mantuvo marcadamente en el ámbito de la política, tema que es menos relevante para el grueso de la opinión pública, quienes suelen tener una imagen degradada de esa actividad que contribuye a su desprestigio.

Las palabras del presidente Boric sobre la continuidad del proceso constituyente si gana el Rechazo contribuyó a mantener el tema plebiscitario en el área política, relegando lo social y la cultura a espacios marginales, lo que se contradice con la campaña Chile Vota Informado.

Tema/Sub Tema	Cantidad de notas	Tema/Sub Tema	Cantidad de notas
Política	1408	Seguridad Ciudadana	13
Elecciones	787	Medidas contra la Delincuencia	9
Gobierno	410	Conflicto Indígena	2
Parlamento	84	Sistema Carcelario	2
Municipios	38	Derechos Humanos	10
Medios de Comunicación	32	Pueblos Originarios	8
Partidos	32	Constitución	2
Constitución	23	Poder Judicial	7
Consumo	1	Justicia	7
RREE	1	Instituciones	6
Social	31	Iglesia Católica	6
Mujer	9	Cultura	4
Vivienda	8	Cine	2
Salud	6	Otros	1
Educación	3	Fomento de la Cultura	1
Desarrollo Humano	2	Total general	1505
Medio Ambiente	2		
Infancia	1		
Economía	26		
Macroeconomía	15		
Sectores Productivos	3		
Finanzas	3		
Otros	3		
Consumo	1		
Tratados Comerciales	1		

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



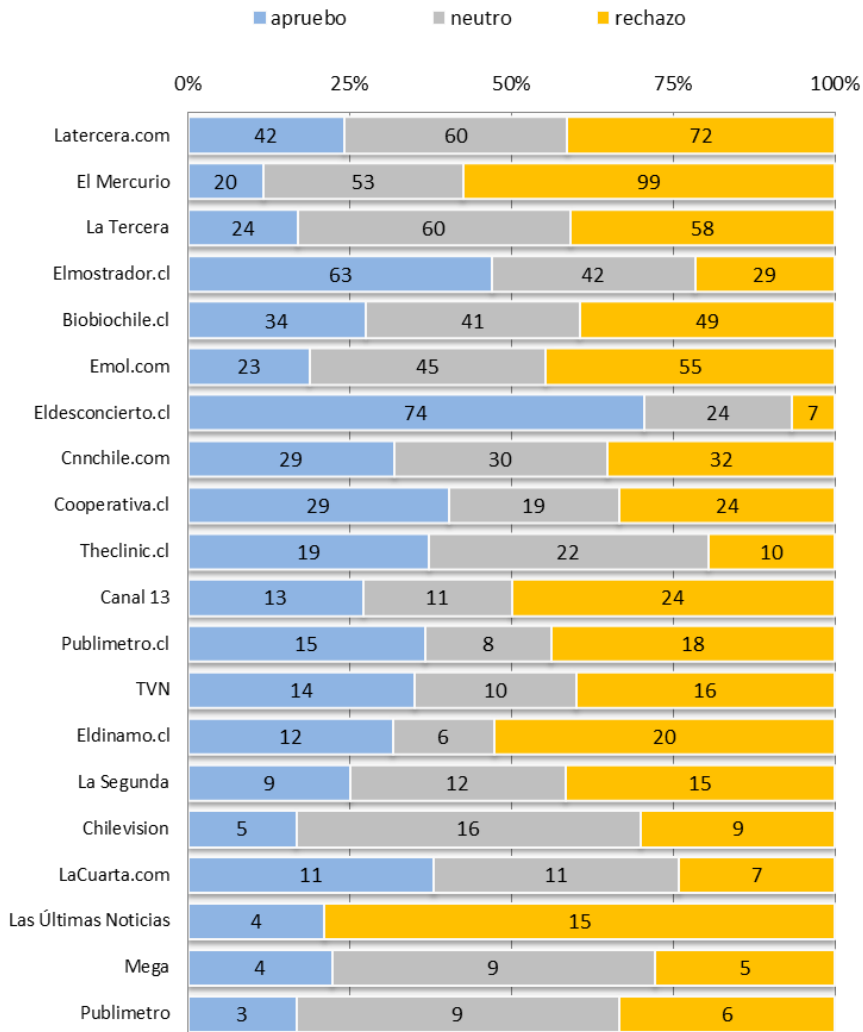
El área política estrechó las diferencias entre el Apruebo y el Rechazo en comparación a la primera quincena, mostrando los esfuerzos por definir una estrategia comunicacional del Apruebo donde la entrada de Michelle Bachelet y la segunda carta de R. Lagos tuvieron una elevada incidencia.

El área social sigue siendo terreno abonado para el Apruebo, pero, lamentablemente para esta opción, las notas son escasas o marginales.

Instituciones se refiere a la carta de los obispos católicos criticando a la propuesta constitucional.

Resalta el escaso seguimiento a los temas de cultura, la mayoría de los cuales estuvieron presentes en El Mostrador. Cuando se incluyó a representantes del mundo de la cultura fue en temas donde prevaleció lo político/electoral como en el emergente "Cultura por el Apruebo".

Tendencia de los medios según Apruebo y Rechazo



En el gráfico se aprecia cómo la cobertura de la mayoría de los diarios se decanta por la alternativa del Rechazo; en contraposición, la cobertura de dos medios digitales -El Mostrador y El Desconcierto- se inclinan por el Apruebo. Aunque El Mostrador aumentó sus menciones de Rechazo en comparación a la quincena anterior.

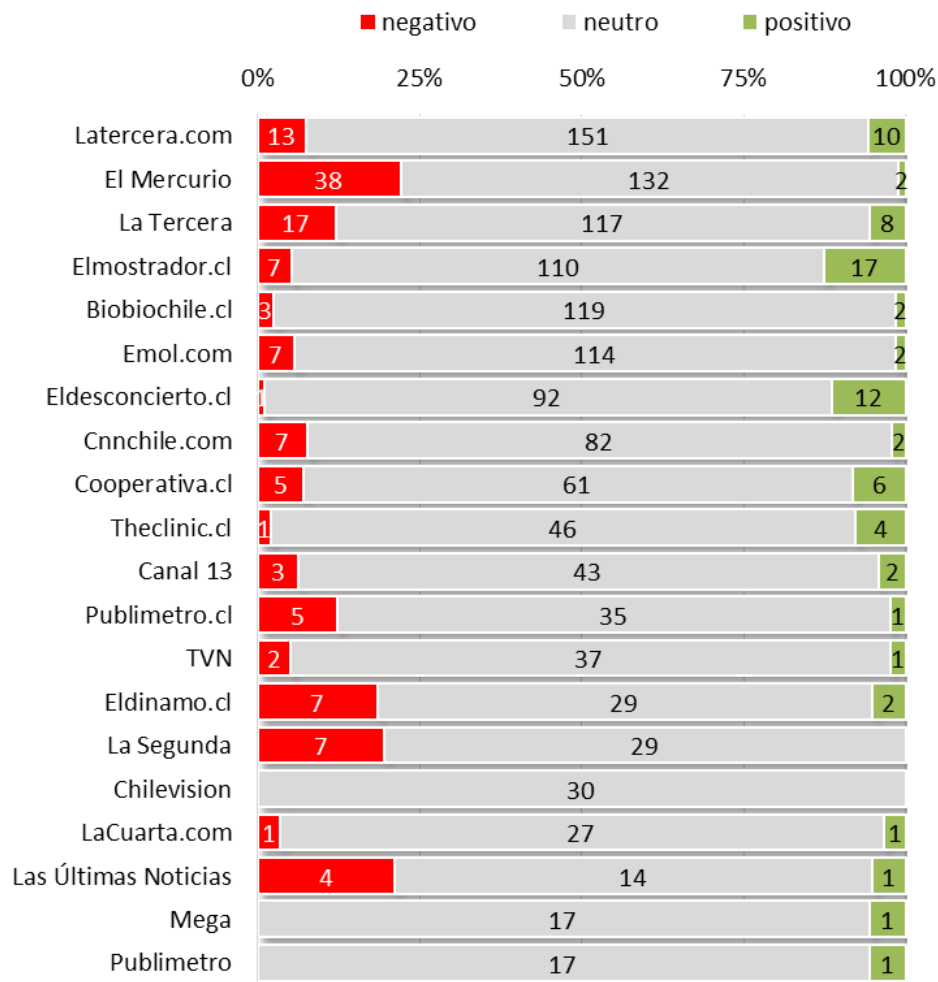
Destacan El Mercurio y Las Últimas Noticias como los medios de mayor tendencia hacia el Rechazo.

Canal 13 mantuvo su tendencia hacia el Rechazo al igual que en la primera quincena; ahora destaca su seguimiento al tema de los "costos de implementación de la NC".

Existen medios con agendas equilibradas entre ambas alternativas como CNNChile.com; Cooperativa.cl; Mega; TVN y Chilevisión.

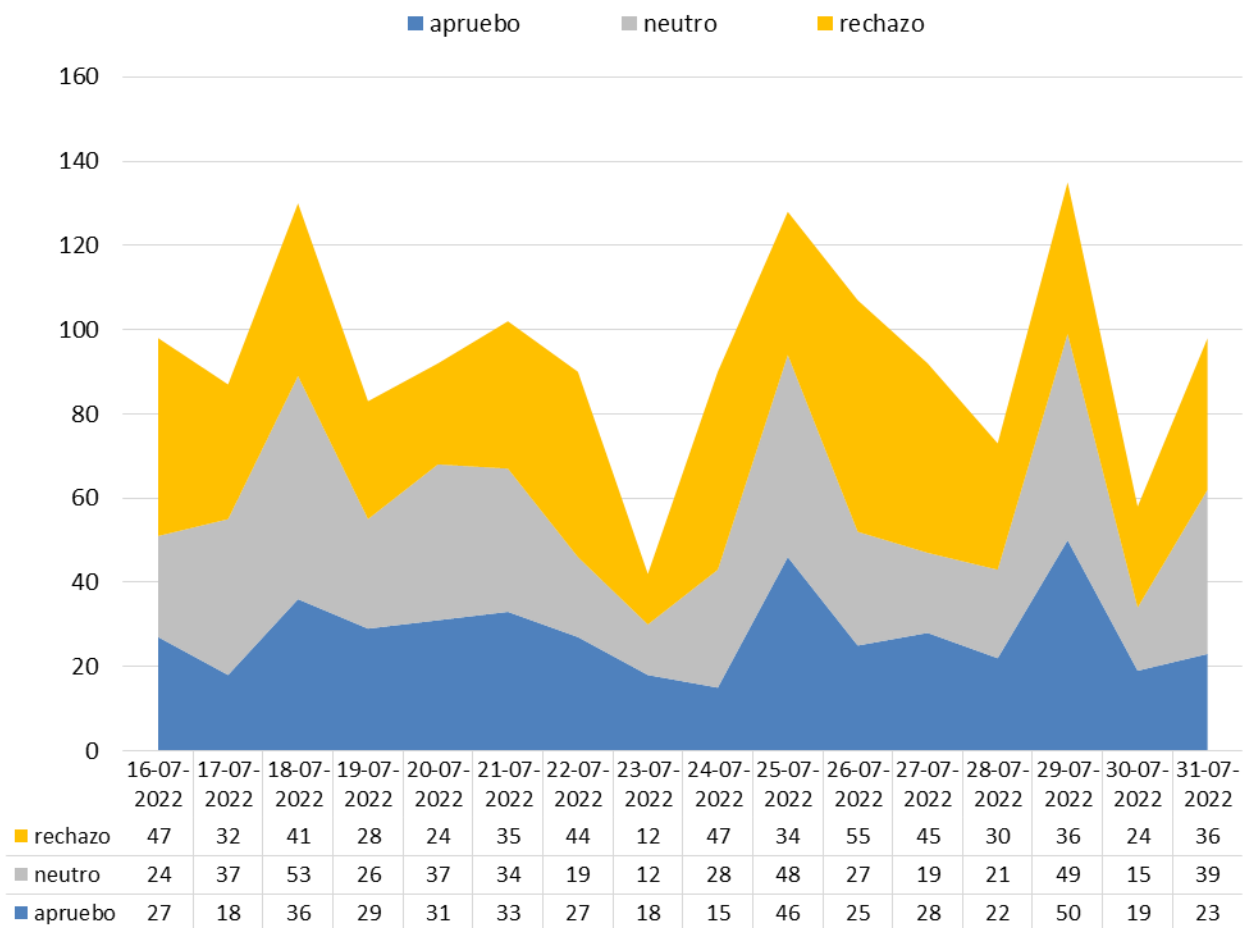
Valoración de la Convención Constituyente sobre titulares positivos, negativos y neutros

En este gráfico se puede apreciar la tendencia de los diferentes medios respecto al trabajo de la Convención Constituyente. Destaca evidentemente El Mercurio como crítico del trabajo realizado.



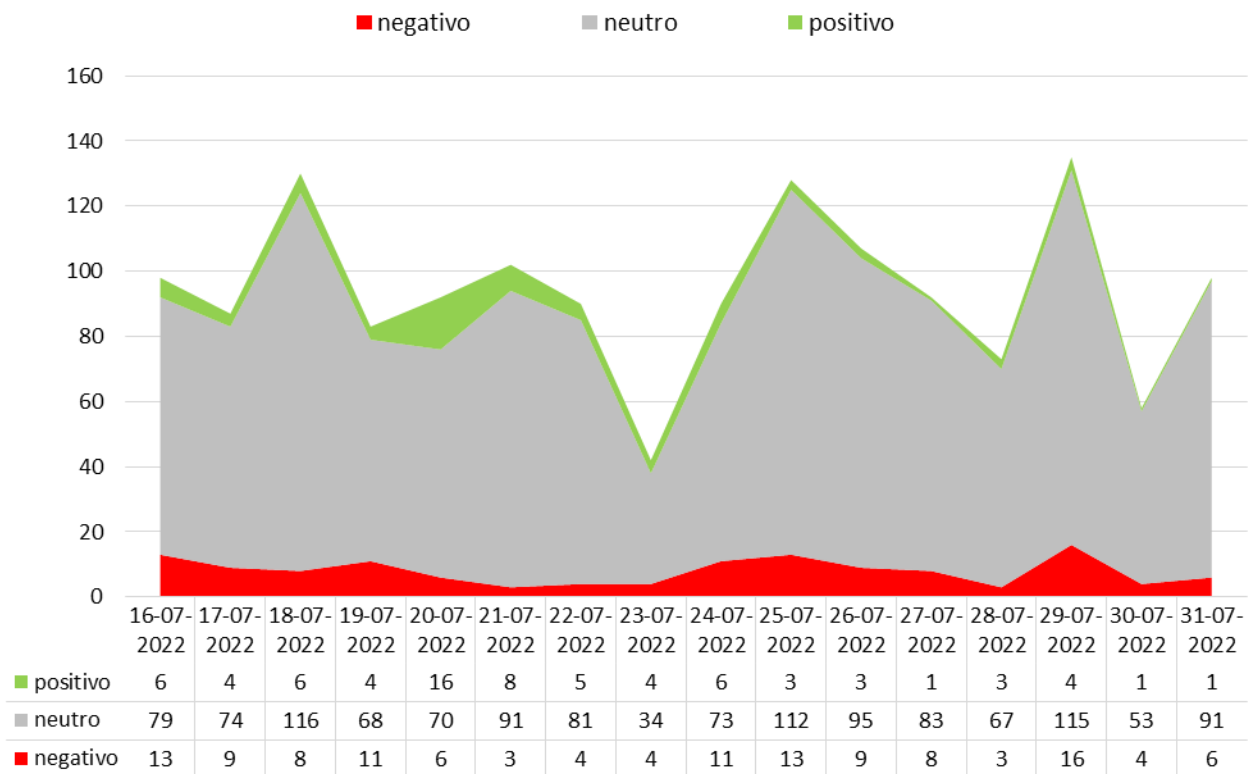
Cobertura de medios sobre Apruebo y Rechazo en el tiempo

En esta Línea de tiempo queda de manifiesto cómo la opción del Apruebo se mantiene permanentemente en el tiempo por debajo de la alternativa del Rechazo, respecto a la cobertura en medios de comunicación.



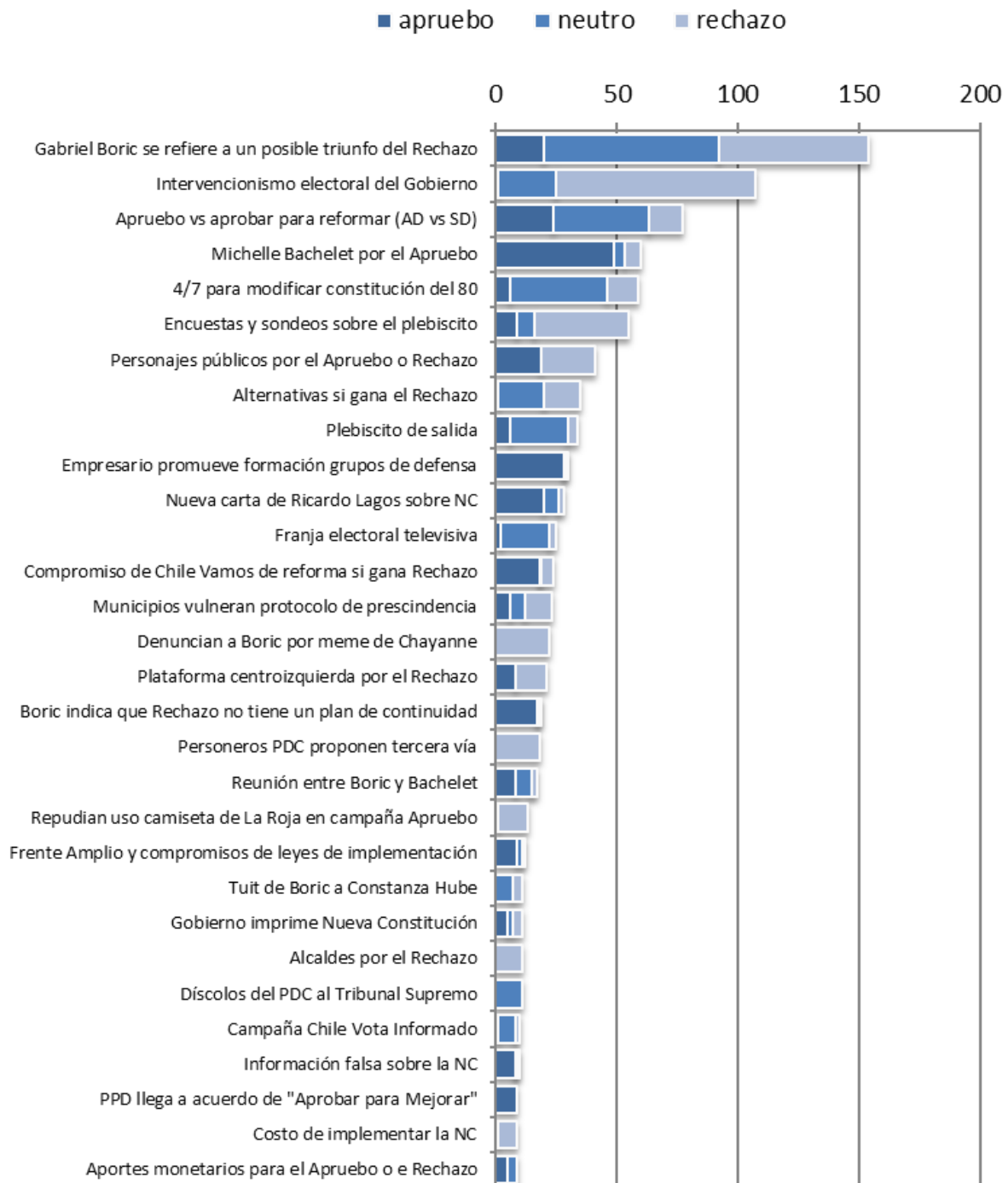
Cobertura de medios sobre Convención Constituyente en el tiempo, según valoración positivo, negativo y neutro

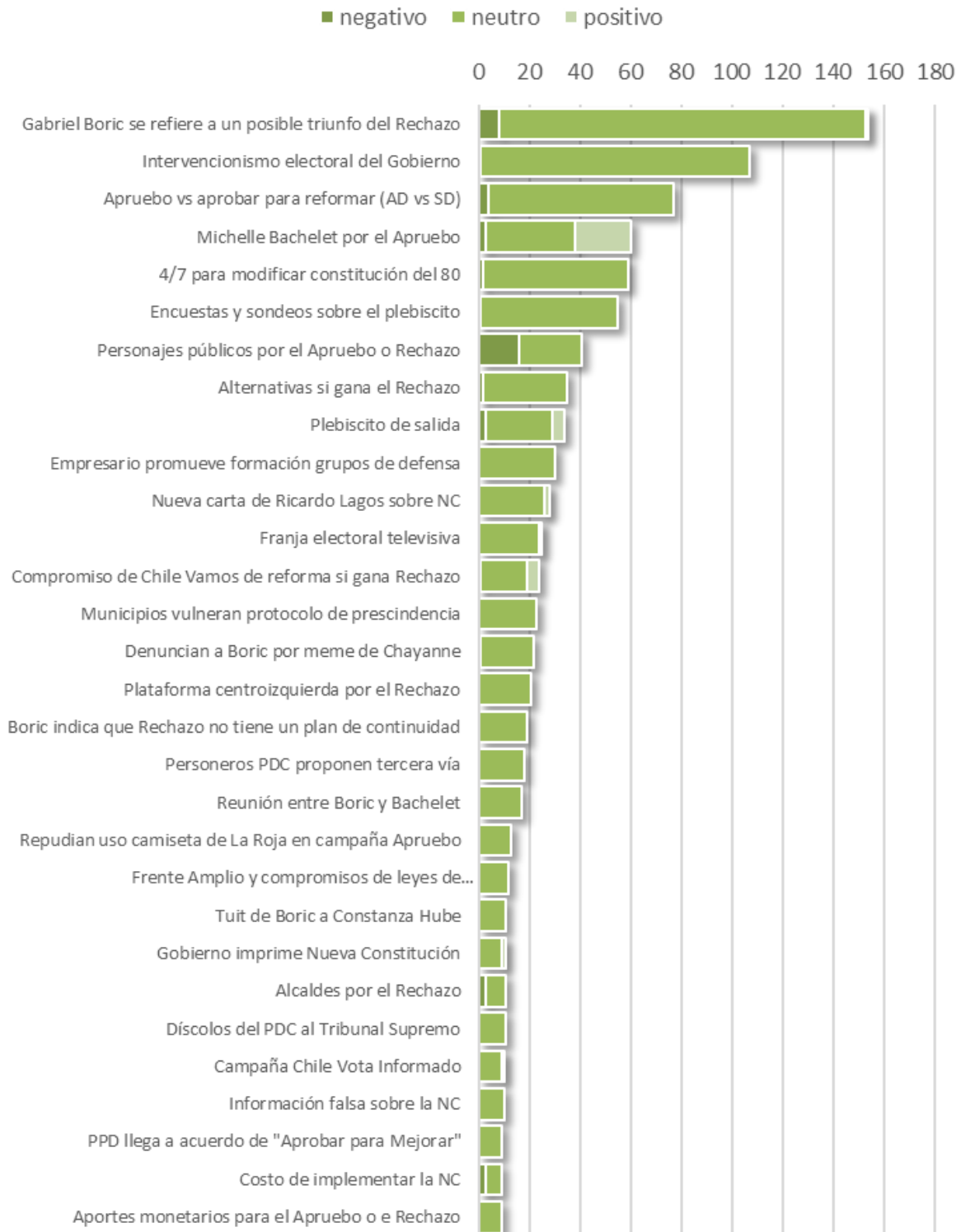
En esta línea de tiempo queda de manifiesto cómo en la valoración de la Convención Constituyente supera el negativo al positivo, siendo en general una tendencia neutra respecto a la cobertura en medios. Las palabras de Bachelet sobre el trabajo de la CC aumentaron la presencia positiva.



Temas emergentes en los titulares de medios (TOP 20)

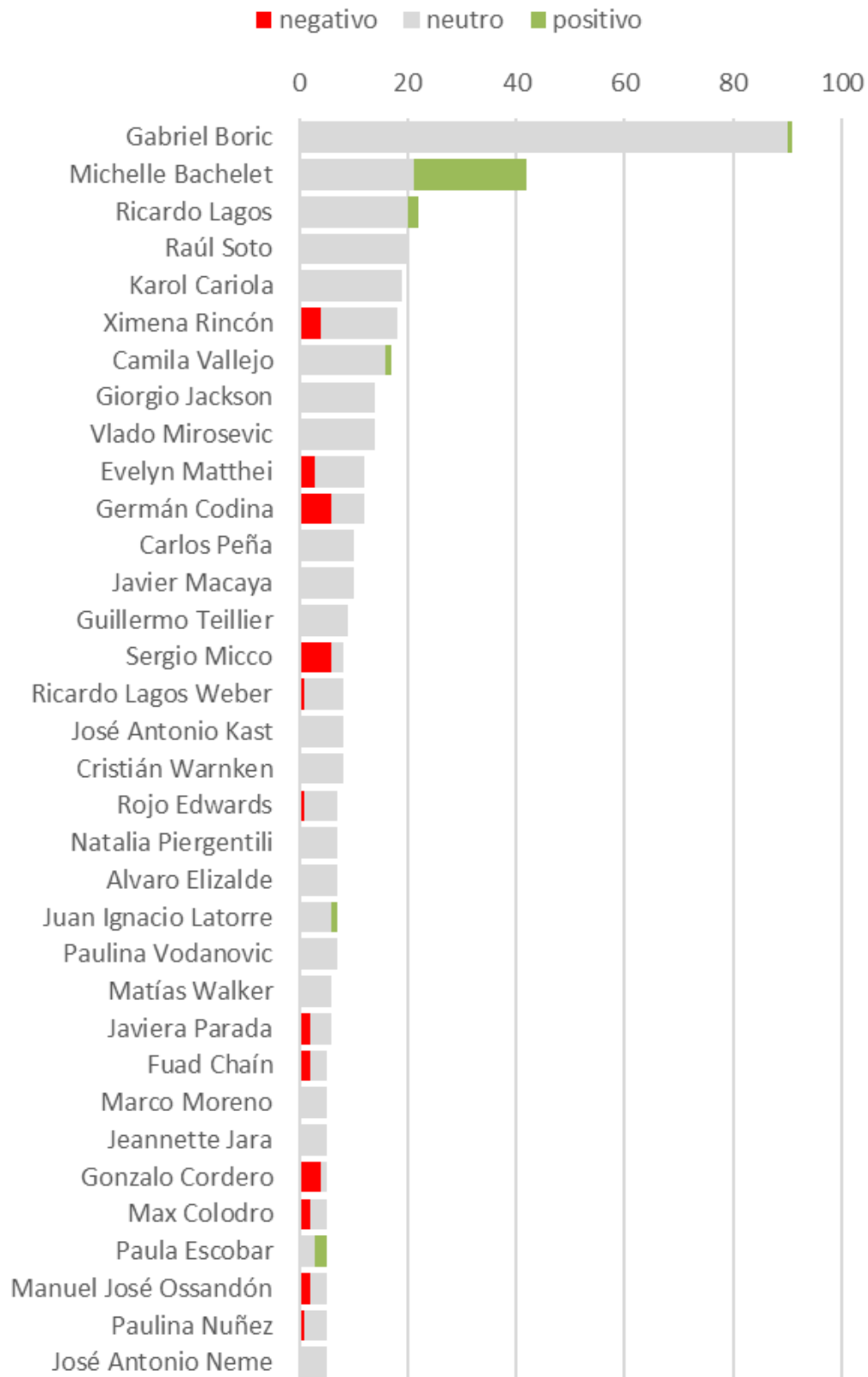
En estos gráficos se aprecian los principales temas de la agenda del Rechazo y del Apruebo. Destaca lo referente a las palabras de Gabriel Boric sobre un eventual triunfo del Rechazo, donde las interpretaciones fueron mayoritariamente contrarias a la nueva Constitución.





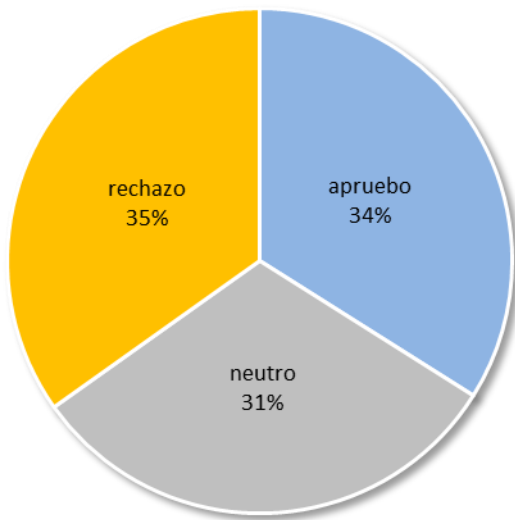
Actores mencionados en los titulares relacionados al Apruebo y Rechazo (TOP 34)



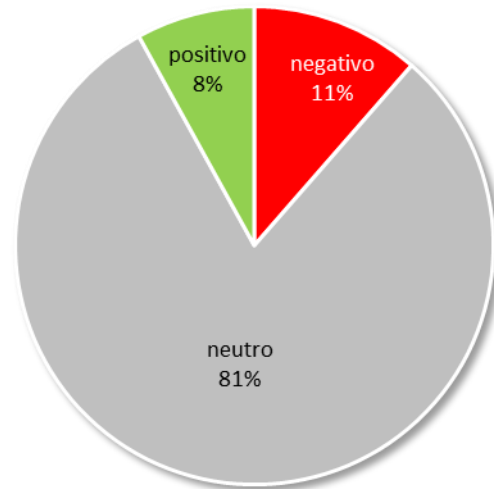


Actores mencionados en titulares (agrupado de todas las vocerías)

La primera quincena de julio mostró una diferencia significativa entre los actores favorables al Rechazo versus los del Apruebo en una proporción de 44% contra 31%; esto fue revertido en la segunda quincena donde los números se equilibran. La mayor presencia de actores del Apruebo viene en consonancia con el despliegue de la campaña (Michelle Bachelet, por ejemplo), como de una estrategia del Rechazo de sacar de agenda a los conspicuos personeros de derecha derrotados en el plebiscito de entrada. Por lo mismo, se equilibra lo referente a la valoración de la CC.



N: 910



N: 910

CONCLUSIONES Y OBSERVACIONES

- 1) Cuantitativa y primeras observaciones cualitativas.** La agenda de los 20 medios estudiados durante la segunda quincena de julio mantuvo una alta intensidad y una elevada exposición sobre el enfrentamiento entre el Apruebo y el Rechazo. En la primera quincena las notas clasificadas en sus titulares llegaron a 1.498, en el presente estudio las notas se elevan a 1.505. La primera quincena presentó 581 notas con preferencias por el Rechazo y un 39% del universo, el Apruebo llegó a 369 notas y un 25%. La segunda quincena presentó números similares con tendencias marcadas: 570 titulares por el Rechazo con un 38% versus 447 y un 30% por el Apruebo. Si bien la tendencia de Aprobar aumentó respecto al informe anterior, lo hizo en proporción menor a lo que cabría esperar tras los esfuerzos comunicacionales del Apruebo con hitos relevantes y una estrategia comunicacional que comienza a dibujarse: Michelle Bachelet manifiesta su posición; apruebo vs aprobar para reformar; entrada de Karol Cariola y Vlado Mirosevic al comando; reunión Boric con Bachelet; Boric dice que el Rechazo no tiene un plan; nueva carta de Ricardo Lagos; entre otras. Sin embargo, las palabras de Gabriel Boric sobre un posible triunfo del Rechazo, emergente de mayor prevalencia con 154 menciones (10% del universo), permitió interpretaciones y titulares favorables al Rechazo, donde destacaron las presentaciones de las notas de televisión que resaltaron que el presidente se ponía en esa situación hipotética (más adelante un análisis en profundidad). Por otra parte, la estrategia del Rechazo pasó desde la exposición de personeros de centro y centroizquierda decantados por rechazar (primera quincena), a limitar la influencia del gobierno en el plebiscito con una avalancha de informaciones sobre "intervencionismo" (segundo emergente de mayor presencia con 107 notas y un 7% de la agenda). De esta forma, los dos emergentes de prevalencia estuvieron centrados en el Rechazo, logrando mantener una similar presencia estadística entre la primera quincena y la segunda.
- 2) Medios y sus inclinaciones editoriales.** Al igual que en la primera quincena de julio, en el presente informe son los diarios impresos en su conjunto los que mantienen una mayor inclinación en sus titulares por el Rechazo. Esto queda de manifiesto al tomar las cifras generales (38% por el Rechazo vs 30% por el Apruebo) y contrastarlas contra los números solamente de diarios, donde se aprecia que, de los 328 titulares analizados, 165 fueron por el Rechazo, con un 50%, versus solamente 53 por el Apruebo y un 16%. Con esta estadística cabe levantar la hipótesis que desde los periódicos se lleva adelante la estrategia del Rechazo. El Mercurio, que en los primeros quince días presentó 104 menciones por el Rechazo con solamente 17 por el Apruebo, muestra en la segunda quincena números ligeramente menores para el Rechazo con 99 menciones versus 20 por el Apruebo. La Tercera, por su parte, que había presentado en el primer informe 69 titulares por el Rechazo versus 17 por el Apruebo, ahora muestra 58 notas por el Rechazo versus 24 por el Apruebo; esa tendencia se refleja en los otros diarios estudiados (LUN muestra números aún más marcados con 15 por el Rechazo y 4 por el Apruebo). Entonces, a pesar del despliegue comunicacional efectuado por el Apruebo, los diarios mantuvieron una agenda preponderante por el Rechazo. Esta tendencia queda de aún más de manifiesto al comparar los diarios con los medios digitales donde el Rechazo obtiene menos menciones que el Apruebo: 323 para el primero con un 21% versus 351 para el segundo con 23%. En los medios digitales, al igual que en la quincena anterior, El Desconcierto y El Mostrador mantienen una agenda pro Apruebo (aunque El Mostrador aumentó las notas del Rechazo desde 13 en el primer informe a 29 en el segundo). Dentro de los canales de televisión es el Canal 13 el que mantiene una agenda de mayor presencia del Rechazo con 24 versus 13, destacando las informaciones sobre "el costo de implementar la nueva Constitución". La marcada agenda de los diarios por el Rechazo hace más relevante las estrategias asociadas a las redes sociales y digitales para equiparar la balanza.
- 3) Pro y contras de las palabras de Gabriel Boric y las acusaciones de "intervencionismo".** Como mencionamos anteriormente, las palabras de Gabriel Boric sobre las alternativas ante un eventual triunfo del

Rechazo fue el emergente de mayor relevancia. Sus palabras sirvieron para una serie de especulaciones vertidas preferentemente a través de columnas. Las afirmaciones del presidente tuvieron pro y contras para las alternativas plebiscitadas. Entre los activos para el Apruebo se destacan cuatro: primero, el gobierno toma el control de la agenda, ya que -como habíamos resaltado en el informe anterior- el ejecutivo se había mantenido en una condición de neutralidad, logrando ahora ser un actor activo en la contienda electoral y no un mero espectador; segundo, en una consideración reactiva, la estrategia comunicacional de la oposición se centra ahora en las acusaciones de "intervencionismo", desviándose desde el ataque a la nueva Constitución hacia el presidente y sus ministros con un impacto menor que la estrategia de socavación de la propuesta constitucional; tercero, el Apruebo para Reformar, que se derivó de sus palabras, continúa siendo Apruebo; cuarto, sus palabras sirvieron para remover a los partidarios del Apruebo, dándoles un sentido de urgencia de entrar en campaña. En cuanto a los contras, en tanto, surgen varias consideraciones. Primero, confunde a los partidarios del gobierno y del Apruebo al poner en agenda la posibilidad de triunfo del Rechazo. Segundo, retrotrae el debate hacia aspectos políticos de bajo interés para los ciudadanos por sobre los temas concretos de la nueva Constitución, donde los derechos sociales resaltan como un activo. Tercero, permite que los medios corporativos utilicen sus palabras para resaltar la alternativa del Rechazo. Cuarto, sus palabras gatillaron la disolución de la alternativa Apruebo en el Apruebo para reformar, una entelequia levantada por sectores del Socialismo Democrático que no había terminado de cuajar en la agenda mediática (las encuestas rápidamente concluyeron que un grueso de los consultados se inclina por reformas: "Un 73% de los chilenos se identifica con posiciones intermedias", Cooperativa.cl 31/07). Quinto, equipara la fuerza política de los sectores que triunfaron en la última elección presidencial con las fuerzas del Socialismo Democrático que solamente se sumó a última hora a la contienda, en la segunda vuelta presidencial. Sexto, indirectamente refuerza la idea de que las encuestas son métodos predictivos poderosos al ser considerados por columnistas como determinantes a la hora de estructurar la estrategia comunicacional del gobierno: "El presidente Boric pateó el tablero político al develar el 'plan B' del gobierno ante un eventual triunfo del Rechazo. Hasta ahora La Moneda se había negado a ponerse en ese caso, pero las encuestas obligaron a cambiar el discurso (Daniel Matamala en columna de La Tercera.com 16/07). Por otra parte, y en contraposición a la alocución presidencial sobre un posible triunfo del Rechazo, posteriormente el mandatario manifestó que "el Rechazo no tiene un plan de continuidad", que efectivamente lo posicionó en la alternativa del Apruebo, pero solamente fue incluido en 19 emergentes versus 154 de sus palabras iniciales.

- 4) **Actores en juego y sus estrategias de posicionamiento mediático.** Sintomático de los esfuerzos comunicacionales del Apruebo fue que los principales actores de la segunda quincena de julio fueron todos de dicha tendencia: Gabriel Boric, Michelle Bachelet, Ricardo Lagos (en su segunda carta). En el gráfico general de actores Rechazo versus Apruebo, las cifras están mucho más equiparadas, mostrando una tendencia a "personalizar" la alternativa Apruebo en ciertas figuras. Si en los temas de los titulares el Rechazo alcanza 38% vs 30 del Apruebo; en actores fue de 35% para los primeros versus 34% para los segundos. La preeminencia del presidente Boric como el actor de mayor exposición grafica los esfuerzos de La Moneda por ser un actor relevante en el debate electoral, a pesar de que la mayor parte de sus menciones son neutras (las que son Apruebo se deben a sus dichos sobre que "el Rechazo no tiene un plan de continuidad" y muestran una estrategia mediática de disminuir estas informaciones). La irrupción de Michelle Bachelet como segundo personaje de mayor exposición muestran la importancia mediática de su figura, a la que la opción Rechazo prefirió no confrontar para disminuir el impacto comunicacional cuantitativo que hubiese tenido el rebatirla. A su vez, Ricardo Lagos, en su segunda carta, donde manifiesta que "el Apruebo da ventajas", se posicionó como tercer mayor actor. La segunda carta del expresidente descolocó a los representantes del Rechazo, incluso El Mercurio, que publicó la misiva, no la destacó dejándola en la sección de cartas al director. Sobresale en la alternativa del Apruebo la presencia de Karol Cariola y Vlado Mirosevic como figuras relevantes en llegar al comando. En los actores en contra de la Nueva Constitución, resalta Ximena Rincón por su iniciativa respecto a plebiscitar alternativas si gana el Rechazo, emergente potenciado por las palabras del presidente Boric. Evelyn Matthei y Germán Codina destacaron por sus apariciones de promoción al Rechazo

en reuniones con organizaciones vecinales donde pusieron el argumento de la seguridad ciudadana en la propuesta constitucional, llevando el tema electoral a un terreno favorable para sus experiencias y para la oposición. En general, los actores del estudio reflejan la ofensiva comunicacional del Apruebo versus la reacción del Rechazo. También refleja la estrategia del Rechazo por sacar a los dirigentes políticos de derecha de los medios, basando la campaña en las premisas de las organizaciones sociales y en lo "transversal" de su postura.

- 5) **Entrevistas versus columnas y cartas.** La postura de la opción del Rechazo en las entrevistas refuerza la estrategia de la oposición por sacar a los personeros políticos de Chile Vamos y Republicanos del debate electoral; tan es así que, de las 112 entrevistas clasificadas en el estudio, 46 fueron por el Apruebo, mientras que 38 fueron por el Rechazo. También grafica los esfuerzos de la opción Apruebo por articular una estrategia comunicacional que tenga eco en los medios de comunicación. Destacaron las entrevistas a Karol Cariola y Vlado Mirosevic en el sentido de "despliegue". En contraposición a las entrevistas, las columnas y cartas a los medios muestran un panorama radicalmente diferente: de las 233 de estas recogidas en este estudio, 105 (equivalente a un 45%) fueron por el Rechazo, mientras 50 (correspondiente a un 21%) por el Apruebo. Estos datos son congruentes con la estrategia del Rechazo de disminuir la presencia de conspicuos personeros de derecha en la agenda, ya que las secciones de columnas y cartas al director no tienen un impacto mayor en el grueso del público y logran mantener los mensajes hacia una población de centroizquierda indecisa.
- 6) **Diarios y sus portadas.** Ya nos referimos en el punto número dos de esta sección a la agenda general de los periódicos impresos y su importancia en la construcción de los mensajes hacia las opciones a plebiscitar. Aquí resaltamos como estos medios influyen en la opinión pública a través de sus primeras páginas o portadas, las cuales tienen un rol destacado al llegar a un público mucho mayor que los meros lectores de los diarios, pues al acercarse a un kiosco las personas pueden acceder a la información más relevante. De las 59 portadas de diarios de la segunda quincena de julio, 28 (con un 47%) fueron por el Rechazo, versus 7 (un 12%) por el Apruebo. Con estos datos queda de manifiesto el rol que juegan los diarios en la construcción de agenda en la estrategia del Rechazo. El medio más emblemático El Mercurio presentó 31 temas en portada, de estos 20 fueron por el Rechazo y solamente 4 por el Apruebo. Con esta información en cuenta cobra mayor relevancia la noticia revelada por Interferencia 25/07 sobre el contrato directo de la Segpres para imprimir ejemplares de la nueva Constitución con la empresa Sistemas Gráficos Quilicura S.A. controlada por El Mercurio; la iniciativa de impresión gubernamental causó revuelo en la oposición con acusaciones de "intervencionismo", llegando la UDI a pedir que se les entregaran una parte considerable de los ejemplares.
- 7) **Desde el Rechazo para reformar al Apruebo para reformar.** La idea del Rechazo para reformar fue introducida en la agenda a comienzos de la campaña del plebiscito como una forma de quitarle peso a las figuras de derecha que habían estado defendiendo la actual Constitución y habían sido conspicuos partidarios del Rechazo en el plebiscito de entrada. La derrota catastrófica que significó ese hito electoral buscó entonces reciclar sus posturas hacia formas menos radicales de enfrentar a la opinión pública. La campaña del Rechazo en el plebiscito de salida, que como hemos visto partió con ventaja en la exposición mediática y en los instrumentos de creación de realidad, las encuestas, se enfocó en los electores de centroizquierda indecisos como el factor capaz de convencer e inclinar la balanza en contra de la nueva Constitución. Como estrategia del Rechazo, las reformas tuvieron como eje varios temas que se presentaban separados, pero ad hoc a sus pretensiones: 4/7 para reformar la Constitución del 80; la primera carta de Ricardo Lagos; entre otros. De ahí los esfuerzos de Chile Vamos para dar credibilidad a sus intenciones reformistas ante un oficialismo incrédulo. La idea contraria pero cercana de aprobar para reformar fue impulsada por representantes del llamado Socialismo Democrático como una forma de influir en sus partidarios que se aproximaban hacia el Rechazo, como fue el caso, durante los primeros días de julio, de diferentes personeros del PDC que se decantaron por no aprobar. Un ejemplo claro de esto es la actitud

partidaria del PPD que se manifestó institucionalmente por "Aprobar para Mejorar". Las palabras del presidente Gabriel Boric sobre la "continuidad del proceso constituyente si es que triunfa el Rechazo" dejaron entreabierto la posibilidad de ganar espacios mediáticos y adherentes al "aprobar para reformar". La idea de dos Apruebos y dos Rechazos configuran un escenario que pasa desde lo binario a cuatro alternativas, pero para su concreción se necesita que estas alternativas queden suscritas en pactos políticos previos al plebiscito para que tengan fuerza política. Pactos políticos que van a contrapelo de lo ocurrido con la opinión pública desde el estallido social y las sucesivas victorias electorales de la izquierda. Mensajes sobre los consensos y la marginación de las posturas radicales van en consonancia con intentar convencer a los ciudadanos de tragar un acuerdo a la vieja usanza que dejaría en veremos o mediatizada la formación de una Convención Constituyente elegida democráticamente y repondría en la élite política la facultad para decidir qué es lo reformable. La idea del Apruebo y el Rechazo reformable entrega un poder mayor que lo demostrado en las últimas elecciones a la centroizquierda. Ya mencionamos que las encuestas rápidamente subscribieron la idea de las nuevas alternativas: "La encuesta Critería reveló que cerca de un 73% de los consultados en este sondeo se identifica con posiciones intermedias en el plebiscito, ya sea el Apruebo para modificar la actual propuesta de la nueva Constitución, o Rechazar para reformar la carta magna vigente desde el 80 (...) El sondeo, realizado para La Tercera permitió medir las percepciones de las y los ciudadanos a casi un mes del plebiscito de salida" (Cooperativa.cl 31/07). Interesante es que el sondeo haya sido pedido por La Tercera, lo que demuestra una intencionalidad estratégica por posicionar las alternativas de supuesto "consenso". El siguiente paso lógico de esta estrategia comunicacional sería el sacar a los partidarios de las posiciones binarias iniciales de los medios, como ya lo hace la derecha, y promover a los personeros de posiciones intermedias. En este escenario, personajes menos llamativos de los llamados Amarillos por Chile o de "Una que nos Una" deberían aumentar su posicionamiento mediático corporativo en las próximas semanas.

- 8) **Interpretación general de la agenda.** La agenda general de la segunda quincena de julio mostró una articulación de los partidarios del Apruebo en varios hitos significativos: la presencia de Michelle Bachelet; la conformación del comando del Apruebo con la llegada de nuevas figuras; la segunda carta de Ricardo Lagos; las palabras de Boric sobre la eventualidad de ganar el Rechazo que removió a los partidarios del Apruebo; entre otras. Estas informaciones hicieron variar la agenda cualitativamente desde una falta de estrategia a tomar la iniciativa por parte del Apruebo, cuyo mejor ejemplo es la actitud del ejecutivo, que pasó a ser ahora un actor relevante en el debate electoral. Sin embargo, la agenda de los medios estudiados sigue resaltando los aspectos políticos del debate y escasamente se hace eco de los temas sociales que favorecen el Apruebo (94% para política y solamente 2% para social), manteniéndose la tendencia de los primeros 15 días. En contraposición, la estrategia del Rechazo, que durante la primera quincena de julio se mostró consolidada, pasó a ser contestaria, lo que queda demostrado en que su principal tema de campaña son las acusaciones de "intervencionismo electoral" contra el gobierno. El uso profuso que hizo la estrategia del Rechazo de figuras de centroizquierda ha ido quedando desgastada y sin nuevos rostros que sumar que provoquen cambios significativos. Por otra parte, las iniciativas que buscan reformas ganen el Apruebo o el Rechazo se evidencian como un plan estratégico final (plan D) que morigeraría la propuesta de la nueva Constitución y la haría aceptable para sectores de la derecha y la centroizquierda. Un tema que probablemente grave en los próximos días desde el mundo del Rechazo es el de los "costos de implementación de la nueva Constitución", que hace énfasis en la crisis económica.