



## Estrategias de los partidos para el plebiscito del 17 de diciembre: Mujeres y jóvenes aparecen como focos clave por conquistar en la recta final de las campañas

En el A favor apuestan a revertir la baja llegada que los estudios muestran en el género femenino y en menores de 30 años. Mientras, el En contra busca consolidar apoyo de los jóvenes de zonas populares y mujeres mayores.

E. MONRROY, T. CELEDÓN y S. DEL RÍO

“Caballo pillado, caballo ganado”. Esa es la frase que por estos días repiten los más optimistas al interior de los partidos de la derecha, en relación con la recta final de campaña y la posibilidad de que el A favor logre alcanzar al En contra previo al plebiscito, luego de que encuestas como Cadem mostraran un acercamiento en las tendencias (de 8 puntos porcentuales en la más reciente y última medición), antes de la veda de información que comenzará este sábado.

Dentro del comando del A favor señalan que la estrategia utilizada en campaña ha comenzado a dar frutos, sobre todo con la franja televisiva en marcha y con un endurecimiento del mensaje, mucho más crítico con el Gobierno y el estallido. Muestra de ello fue el polémico *spot* que incluye el mensaje “Yo voy a votar A favor. Y que se jodan”, que generó molestia en el oficialismo.

El diseño, dicen en la oposición, ha sido bien evaluado, pues sostienen que se logró “remecer” a la opinión pública y “encender” la campaña, frente al desinterés con el proceso que exhibían las encuestas. “Se ha dejado de hablar de la Constitución”, reconocen dirigentes, para ejemplificar que al menos comunicacio-

nalmente el A favor se ha anotado unos puntos estos días.

Así, en la recta final el tono duro se pretende mantener, insistiendo en asociar la opción En contra al Gobierno y en tocar la tecla de la seguridad y el descontrol migratorio, algo que, dicen en el comando, tienen medido que es una variable a la que está muy atenta la ciudadanía.

En este marco, se tienen definidos dos segmentos clave para estos últimos días de despliegue: las mujeres y los jóvenes, en particular los menores de 30 años. “Ahí se juega este partido”, subrayan los conocedores de la estrategia. En particular, esto se explica porque en varios estudios aparecen esos grupos como los más alejados del A favor y más inclinados hacia el En contra.

De ahí, por ejemplo —dicen en los partidos—, que en la izquierda insistan en la estrategia de asegurar que el proyecto constitucional retrocede en derechos para las mujeres. O en instalar mensajes como que la nueva Constitución podría afectar la gratuidad universitaria o la continuidad de la ley “Papito cora-

zón” (Ley de Responsabilidad Parental), que son medidas que apuntan a esos públicos, y que en el A favor aseguran que son *fake news*.

### Salir a informar

En este marco, la UDI formó equipos de trabajo para salir a informar sobre las normas que irán en línea con favorecer a las mujeres, a los jóvenes y a los afectados por la inseguridad. Algunos grupos se concentrarán en la capital y en la Re-

gión de Valparaíso, dos zonas donde, según sondeos internos, el A favor estaría más bajo. Ayer, por ejemplo, se tenía contemplado un despliegue en La Florida. Así, se trataría de un

equipo anti *fake news*, cuyo primer foco será asegurar que no está en riesgo el aborto en las tres causales. Otro grupo irá a Valparaíso, región en que se pretende que se despliegue uno de los principales liderazgos del partido, la alcaldesa Evelyn Matthei, quien tiene contemplado ir a Quilpué el 6 de diciembre. El equipo a cargo de esta tarea está liderado por el presidente regional del partido, Carlos Chaparro, y el expresidente de la



La exconsejera y presidenta de Evópoli, Gloria Hutt, en una actividad de campaña.

juventud Gonzalo Pinochet.

“Las últimas semanas son claves para consolidar el alza del A favor y lograr derrotar las *fake news* del En contra. Por lo mismo, tendremos equipos desplegados y una de las principales tareas será desmitificar que el borrador afectará la ley de aborto en tres causales, la gratuidad universitaria y la ley ‘Papito corazón’, todas medidas que se mantendrán tal cual están hoy”, dice Jaime Coloma, coordinador territorial del comando nominado por la UDI.

### Relato “ciudadano y cercano” del En contra

En el comando de los partidos oficialistas por el En contra, en tanto, dicen que por estos días continuarán desplegando el mensaje de que la propuesta constitucional perjudicará la vida de las personas, a través de un relato “ciudadano y cercano”.

Tal como en el A favor, los jóvenes también son un segmento mirado con atención para mantener arriba al En contra. Al respecto, indican que en ese sec-

tor etario los debates valóricos son cruciales y, por lo mismo, se han enfatizado frases como que el texto pone en riesgo el aborto en tres causales, algo en lo que insistió, por ejemplo, la exmandataria Michelle Bachelet el martes en una actividad de la Universidad de Chile. Incluso, ayer, el propio Presidente Gabriel Boric manifestó en una actividad que “no se puede retroceder en los derechos que ustedes (las mujeres) han ganado” (ver nota), lo que fue interpretado en la oposición como un claro guiño a la campaña del En contra. Por otra parte, desde el comando oficialista señalan que se enfocarán en motivar a las zonas populares del país, especialmente con la crítica a que el texto contemple la exención de las contribuciones. De ese modo, se buscará reforzar las consecuencias que tendría la eliminación del pago de estas en las arcas municipales.

Este argumento del En contra, indican conocedores, va de la mano también con llegar especialmente al segmento de las mujeres mayores, puesto que se ha identificado que a mayor grupo etario, menos peso tiene la opción En contra.