

¿Cuánto mueve la aguja? Los cálculos detrás de la franja televisiva

Si bien hay consenso en que el espacio ayuda a llegar a lugares de difícil acceso –a través de su réplica en internet–, algunos cuestionan que logre alterar la intención de voto. Académicos y expertos, además, plantean que la presencia de rostros políticos puede ser un “arma de doble filo”.

Por Luciano Jiménez, Cristóbal Fuentes y Rocío Latorre

Incomodidad, acusaciones de autosaboteo y reclamos. Esas fueron parte de las reacciones que dejó la aparición del diputado Vlado Mirosevic (Partido Liberal) ayer en el debut de la franja del Apruebo, en la antesala del plebiscito del 4 de septiembre. Los cuestionamientos a Mirosevic se fundaban en que apareció en el espacio junto a la presidenta del PPD, Natalia Piergentili, quien explicó que “la Convención dejó mucho que desear”. Según comentan al interior del comando del Apruebo –el que, pese a que no

tiene una franja conjunta si incluye al PPD–, la mención rompió con el acuerdo implícito de no hacer referencia a la constituyente durante la campaña. A las 12.45 de ayer, los comandos por el Rechazo y el Apruebo estrenaron los primeros registros de la franja que, de aquí al 1 de septiembre, se emitirá diariamente en televisión abierta. Si bien desde ambos bandos han promovido activamente el trabajo territorial, existe consenso sobre que este espacio es relevante para conquistar a quienes aún están indecisos. A juicio del economista Bernar-

do Fontaine, uno de los encargados de la franja del Rechazo, los videos sí pueden mover la aguja. “Puede ser relevante a la hora de decidir. Es un plebiscito obligatorio y hay mucha gente que no vota, no han estado necesariamente informados en las decisiones políticas. Nuestra franja está centrada en mover a los indecisos y a los que no votan habitualmente a que se sumen al sentir mayoritario”, dice. Por otra parte, Mirosevic plantea que “dado que hay voto obligatorio, (la franja) va a ser bastante decisiva. Creo que va a ser de las más vistas por el número de inde-

cisos y va a ayudar a que la gente tome decisiones”.

Los expertos y académicos coinciden en el diagnóstico. El especialista en elecciones y director de Tú Influyes, Axel Callís, cree que la franja venía de capa caída, pero que volvió a “agarrar vuelo” cuando empezaron a votar masivamente los jóvenes, a partir de 2020. “Ahí tuvo un *revival*, pero no en términos de *rating*. Se ha convertido en una especie de *stock* de materias primas para ser compartidas en redes sociales. Es como un suministro de información que llega a personas a las que antes no llegaba”, explica.

Callís argumenta que, a partir de la franja, las personas las descargan, hacen memes y promueven material. En este sentido, Fontaine sostiene que “la franja, tanto en la televisión como en las redes (sociales) (...) evidentemente va a ir motivando a la gente a votar y a constatar que la Constitución está mal hecha”.

De hecho, justamente eso pasó con un pantallazo de la participación de Piergentili, el que fue usado por partidarios del Rechazo a su favor.

Karen Trajtemberg, quien es directora de la Escuela de Comunicaciones de la UAI –sede Viña del Mar–, sostiene que, en los últimos 30 años, la franja electoral había ido perdiendo peso, fundamentalmente porque los jóvenes no veían televisión abierta. “Eso tuvo un cambio sustancial en las elecciones de 2021 (...). Estudios del Consejo Nacional de Televisión (CNTV) mostraron que los

jóvenes habían vuelto a interesarse en ver la franja. Parece ser que el clima más politizado que hemos visto a partir del estallido ha vuelto a motivar a los jóvenes”, agrega la académica.

En marzo de este año, el CNTV diagnosticó que la franja electoral realizada por el equipo del actual Presidente Gabriel Boric durante la segunda vuelta fue “la más efectiva en motivar a ir votar”, en consideración de que –según los sondeos que realizaron ellos mismos junto a Ipsos–, un 47% de los encuestados señaló que la franja le “ayudó a decidir por quién votar y lo motivó a acudir a las urnas”, mientras que un 26% declaró que la franja cambió su intención de voto inicial. No obstante, hay quienes difieren sobre la relevancia de la franja.

El académico de la Universidad de Talca Mauricio Morales dice que “el impacto no será significativo”. Esto, según fundamenta, debido a que “las franjas tienen como propósito reforzar el voto blando e intentar convencer a los indecisos. De acuerdo a diversas encuestas, los indecisos bordean el 14%, y cerca de la mitad simplemente no irá a votar”.

En ese sentido, Morales añade que “las campañas ya no son las de antes, no tenemos muchas concentraciones ni trabajo territorial en términos de eventos masivos. La campaña se está jugando todos los días en los medios de comunicación, los noticieros. La gente tiene suficientes canales de información”.

Quién y qué decir

Callís sostiene que en este plebiscito en particular resultarán claves lo que él denomina “atajos comunicacionales”, es decir, explicar “en simple”, con algún rostro conocido, una materia compleja. Ahí, dice que tendrán la tarea de hacer “una transferencia de confianza de parte de los rostros a los electores, porque, en general, los electores no se van a leer la Constitución”. En este sentido, Callís sostiene que poner constituyentes como rostros es un error, en consideración de la mala evaluación que tuvo la Convención Constitucional.

En la misma línea, Trajtemberg señala que la participación de políticos en la franja puede ser “una herramienta de doble filo. Si eliges bien, puede colaborar con el proceso y el resultado que esperas. Desde ese punto de vista, no me queda claro que la presidenta del PPD aporte mucho, porque es poco conocida. A diferencia de Vlado Mirosevic, que es más conocido y puede aportar más quizás”.

