

## *Framing* en franja electoral en constituyentes electos para la redacción de la nueva constitución chilena

Marianela Denegri-Coria<sup>1</sup>, Francisca Silva-Layera<sup>2</sup>, Leonor Riquelme-Segura<sup>3</sup> y Felipe Quintano-Méndez<sup>4</sup>

Recibido: 17 de enero de 2022 / Aceptado: 1 de octubre de 2022

**Resumen.** Desde el año 1980, Chile mantiene una carta magna establecida en un período de dictadura sostenido por 17 años. En el año 2020, por medio de un plebiscito que tuvo como resultado la aprobación de un cambio constitucional, se concreta el proceso hacia una nueva constitución. Para dicho cambio, se requirió de la elección de personas civiles seleccionados por la ciudadanía, por lo que se realizó una campaña transmitida por televisión abierta denominada franja electoral. El análisis de esta franja, a partir de las teorías de framing, constituyó el objeto de estudio de esta investigación. Se llevó a cabo un levantamiento de información que conformó el corpus, a partir del cual se describieron los marcos de sentido (frames) dominantes en el contenido. Los hallazgos obtenidos permitieron dilucidar las temáticas de interés de cada conglomerado y que debiesen estar presentes en los debates en torno a la redacción de la nueva carta magna.

**Palabras clave:** framing; agenda-setting; nueva constitución; franja electoral; constituyentes electos.

### [en] Framing in the electoral strip of constituents elected for the drafting of the new Chilean constitution

**Abstract.** Since 1980, Chile has maintained a constitution established in a period of dictatorship sustained by 17 years. In 2020, through a plebiscite, which resulted in the approval of a constitutional change, the process towards a new constitution is concretized. To effect this change required the vote of constituents elected by the citizens, so for a period of 28 days a campaign broadcast on open television called the electoral strip was carried out. The analysis of this strip, based on framing theories, was the object of study of this research. To this end, an information survey was carried out that constituted the corpus, from which the dominant frames of meaning (frames) in the content of the messages of said strip were described. The findings obtained allowed to elucidate the topics of interest of each conglomerate and that should be present in the debates around the drafting of the new Magna.

**Keywords:** framing; agenda-setting; new constitution; electoral campaign; elected constituents.

**Sumario:** 1. Introducción. 2. Metodología. 2.1. Diseño. 2.2. Muestra. 2.3. Instrumento o técnicas de recolección de datos. 2.4. Procedimiento. 2.5. Plan de análisis. 3. Resultados. 3.1. Análisis descriptivo. 3.2. Análisis multivariante. 4. Discusión. 5. Referencias bibliográficas.

**Cómo citar:** Denegri-Coira, M., Silva-Layera, F., Riquelme-Segura, L., & Quintano-Méndez, F. (2022). *Framing* en franja electoral en constituyentes electos para la redacción de la nueva constitución chilena. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 28 (4), 921-932. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.79916>

## 1. Introducción

Las sociedades actuales han sido denominadas como sociedades líquidas, es decir, sociedades donde las formas y valores que la integran dan cuenta de un fluir que no posee una forma sólida, definida (Bauman, 2000). La división de los poderes y la institucio-

nalidad juega un rol fundamental de cohesión y coordinación social, siendo esto un reflejo de la sociedad. No obstante, a lo anterior, también podemos observar una dicotomía entre la búsqueda de una institucionalidad y los movimientos de una sociedad que cambia constantemente. No podemos establecer que sean dos procesos enfrentados en todas las aristas

<sup>1</sup> El artículo se publica de forma póstuma.  
Universidad de la Frontera (Chile)  
E-mail: [marianela.denegri@ufrontera.cl](mailto:marianela.denegri@ufrontera.cl)

<sup>2</sup> Universidad de la Frontera (Chile)  
E-mail: [francisca.silva@ufrontera.cl](mailto:francisca.silva@ufrontera.cl)

<sup>3</sup> Universidad de la Frontera (Chile)  
E-mail: [leonor.riquelme@ufrontera.cl](mailto:leonor.riquelme@ufrontera.cl)

<sup>4</sup> Universidad de la Frontera (Chile)  
E-mail: [felipe.quintano@ufrontera.cl](mailto:felipe.quintano@ufrontera.cl)

del cotidiano, caeríamos en un determinismo, asumiendo que la interiorización de discursos y prácticas se establecen de manera conjunta, sino más bien en su interacción van convergiendo nuevas formas de entender lo público y la política en base a una población participativa en la construcción de su vida y en la exigencia de soluciones a necesidades cotidianas.

Ante esto, la política, considerada gobernar y encausar lo político, se posiciona como respuesta institucional (PNUD, 2015), donde desde distintos medios se ha establecido que la actual constitución no es un reflejo de la sociedad actual y que, las vías de su construcción, no dan cuenta de un proceso legítimo por ser redactada durante la dictadura (Garretón y Garretón, 2010).

En la historia de Chile han existido diez textos constitucionales. El que se encuentra en vigente hasta la actualidad, fue promulgado durante la dictadura militar de Augusto Pinochet el 8 de agosto de 1980 y escrito por Jaime Guzmán, el principal ideólogo del régimen (Grez, 2009). Es así como Chile se insertó plenamente en la ideología económica, política y cultural del modelo capitalista neoliberal, instaurando un Estado subsidiario, orientado a la privatización de servicios básicos y de diversos sectores de la economía con la participación de capitales extranjeros, generando una importante disminución del gasto público y la mercantilización de los derechos sociales esenciales. De este modo, la inversión privada, suscitó plusvalía con la educación, salud, vivienda, sistemas de pensiones, entre muchos otros (Aste, 2020), situación que se mantuvo y profundizó con el retorno a la democracia y en los 30 años de los gobiernos posteriores (Madariaga, 2019).

Respecto al impacto de la constitución y su forma de elaboración, Garretón y Garretón (2010), señalan que la democracia chilena es una democracia incompleta ya que la institucionalidad chilena fue impuesta por el régimen militar y materializada en enclaves autoritarios que limitaban el carácter democrático. Los autores, expresan que existen dos tipos de enclaves autoritarios, uno de carácter institucional, y el segundo, actoral, que se representa en poderes fácticos “de jure” como el tribunal constitucional que limita cualquier cambio de lo establecido por la constitución, o fácticos puros como los medios de comunicación, que, en el caso de Chile, se caracterizan por una excesiva concentración de propiedad en manos de conglomerados económicos, una de las más altas de Latinoamérica (Breull, 2020).

Producto de las inequidades que se fueron acumulando en más de 30 años de neoliberalismo, el 18 de octubre de 2019, a lo largo de todo el país, la población chilena comienza a manifestar su indignación ante los abusos y la desigualdad existente (Denegri et al., 2021; Ganter & Zarzuri, 2020), lo que fue parte de un inusitado proceso de convulsión política y social (Valdebenito, 2021).

Este descontento social, tampoco es algo que se haya observado únicamente desde octubre de 2019, sino podemos encontrar vestigios desde el año 2006

con la manifestación “*pingüina*”, nombre atribuido a estudiantes de secundaria por la utilización de uniformes escolares. Esta manifestación fue desarrollada en tiempos del gobierno de Michelle Bachelet, representante de la izquierda chilena, hasta el año 2014, es decir, a finales del gobierno de Sebastián Piñera, representante de la derecha empresarial chilena y presidente actual al momento del estallido social del año 2019.

Para el estallido social del 2019, las masivas protestas en las calles que pusieron en evidencia los temas que afectaban a la población y que se derivaban de una Constitución, que al no asegurar los derechos sociales básicos (Denegri et al., 2021; Pizarro-Hofer, 2020), tuvo como consecuencias la precarización, la creación de desigualdad y la exclusión. En este aspecto, podemos dar cuenta de una sociedad desvinculada, donde el quehacer público y de la política institucional no se acoplaba a las necesidades cotidianas de la población, abandonando su rol preponderante en la reducción del riesgo y coordinación social (Lechner, 1997; North, 1995).

Según Jiménez - Yáñez (2020) se podrían identificar tres grandes temas que cruzaron el movimiento social: el primero tiene que ver con el manejo y la redistribución del gasto público y la ineficiencia en el diseño de políticas públicas de protección efectiva. Un segundo factor lo constituía la corrupción de una clase política y empresarial que había utilizado el sistema para beneficio propio incluyendo la degradación ambiental progresiva. Por último, el tercer factor se relacionaba con la criminalización de las demandas sociales y la marginalización de importantes sectores de la sociedad, con falta de garantías para la participación social, incluyendo la violación directa de los derechos humanos.

Producto de ello, transversalmente todas las fuerzas políticas del país, establecieron un “Acuerdo por la Paz Social y la Nueva Constitución”, cuyo resultado sería el llamado a un plebiscito para el 25 de octubre de 2020, donde la ciudadanía debía pronunciarse sobre dos cuestiones fundamentales. Primero si aprobaba o rechazaba la creación de una nueva constitución y segundo, en caso de ganar la aprobación, a que órgano se encomendaría esta tarea con las opciones de una Convención Mixta formada por candidatos electos y parlamentarios en ejercicio o a una Convención Constitucional conformada por 155 miembros elegidos democráticamente en sufragio universal (Ragone & Leiva, 2021).

Los resultados del plebiscito fueron la aprobación del cambio de la actual carta magna y la elección de la Convención Constitucional, como órgano encargado de la redacción de una nueva constitución. La elección de los/las integrantes de ella, fue fijada para el 15 y 16 de mayo de 2021, marcando un hito en la historia del país, ya que sería la primera constitución escrita por representantes elegidos por la población civil, también la primera con paridad de género en el mundo (Haas, 2021) y con representación de pueblos originarios presentes en el territorio nacional.

Para las elecciones de los/las candidatos/as a constituyentes, se estableció el acceso a propaganda en medios de comunicación, la cual constituyó la Franja Televisiva. De acuerdo a lo determinado por la legislación vigente, el Servicio Electoral (SERVEL), procedió a ajustar los tiempos de la propaganda electoral televisiva correspondiente a los candidatos constituyentes, aumentando así el tiempo asignado a independientes. Los tiempos de la franja fueron asignados por el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) para listas y partidos políticos correspondieron a 26 minutos con 8 segundos, para candidaturas de escaños reservados a pueblos indígenas se asignaron 3 minutos con 54 segundos y, por último, para candidaturas independientes se destinaron 8 minutos con 48 segundos (Encuesta CNTV, 2021).

Esta franja fue transmitida en dos periodos durante el día y su contenido fue patrocinado por partidos, candidatos o candidatas, sin embargo, el tiempo en televisión de acuerdo a la normativa legal, fue gratuito (Marshall, 2008). En términos temporales, la franja electoral de Convencionales Constituyentes se emitió en dos períodos distintos, ya que fue suspendida por la emergencia sanitaria que obligó a postergar las elecciones. El primero de estos períodos comprende desde el 12 de marzo al 6 de abril de 2021, sumando 26 días de emisión. El segundo tiempo transcurrió entre el 12 y 13 de mayo de 2021, sumando dos días, (Encuesta CNTV, 2021). Además de ello, en un comunicado del SERVEL, se estableció que las empresas de prensa escrita y radioemisoras podrían publicar o emitir propaganda electoral que libremente contraten (SerVEL, 2020).

Al respecto, es importante considerar que es posible vincular la propaganda electoral a la importancia de los medios de comunicación en las lógicas de la política y a su influencia (Porath & Ramdohr, 2016), en especial, en la televisión, por su poder simbólico y de generación de vínculos con la audiencia (Riffo, 2019). Sin embargo y a pesar de la importancia que tienen los medios en las elecciones democráticas, no es posible obviar que poseen sesgos ideológicos basados en orientaciones valóricas (línea editorial) o directamente por las consideraciones o preferencias políticas de los/las dueños/as de los medios o de editores más relevantes, la que se profundiza cuando la concentración de medios es muy elevada como ocurre en Chile (Eberl et al., 2017; Haselmayer et al., 2017).

En este sentido, el denominado cuarto poder, se establece en la actualidad como medios de comunicación masivos que están en gran medida manejados por las elites económicas y con sesgos de género. Con esto, la producción de contenido y el lenguaje establecido, se enmarca dentro de un paradigma patriarcal anclado al sometimiento de un poder económico (González, 2020).

Con esto, la propaganda electoral establecida según las normativas que la regulan, permite saltar algunos de estos sesgos (Matarrita, 2014), al posibilitar que las candidaturas se relacionen directamente con

la ciudadanía, entregando a los/las candidatos/as mayor control sobre el mensaje y la posibilidad de enfatizar lo que la candidatura considera importante, sin la mediación de terceros/as. Ello permite una mayor presencia del pluralismo necesario para el desarrollo de cualquier proceso democrático moderno (Uribe et al., 2014).

Al respecto, Echeverría y Juárez (2011) señalan que, en los spots de propaganda electoral, pueden identificarse tres dimensiones: personalización, dirigido a destacar cualidades del candidato, emotividad, orientada a despertar emociones o afecto, y temas. Estos últimos se dividen en tres categorías: los que se manifiestan como una mera declaración de los mismos, los que mencionan una forma de resolver una problemática y los que indican una solución en forma de política pública.

Al analizar el contenido presente en la franja electoral por parte de los y las candidatas a constituyentes, resulta relevante analizar su vinculación a elementos simbólicos, el anclaje cultural de estos y los slogan y mensajes orientados a transmitir una representación con la cual la audiencia se sienta representada e identificada (Alcalá & Reynaga, 2017; Gerstlé & Piar, 2016; Riffo, 2019).

Surgen así, los encuadres o frames con los que cada candidatura buscará influir en su audiencia. La teoría del framing, emerge desde la psicología cognitiva con la propuesta de Bateson (1988) acerca de los encuadres (frames) como instrumentos de la psique que permiten explicar por qué la gente centra su atención en determinados aspectos de la realidad y no en otros (Aruguete, 2017). Esta teoría parte de la premisa de que la manera en que la información es presentada tiene influencia en las respuestas que darán los individuos sobre el tema en cuestión. Un marco (frame) es la perspectiva infundida a un mensaje que promueve el énfasis y la elección de ciertas piezas de información sobre otras y que una vez adoptados por la audiencia, influirán en los puntos de vista que los individuos tienen sobre los problemas y las soluciones planteadas para resolver esos problemas. El foco está en la manera en que se presenta la temática, es decir, en el encuadre de la presentación (Aruguete, 2017), cómo se define el problema, sus causas e incluso los juicios morales que pudieran hacerse de esta (Ardevol-Abreau, 2015).

En el escenario de la propaganda electoral, se destacan ciertas características descriptivas de los temas y candidatos/as políticos, mientras que se da menos atención a otros, llegando incluso a no considerar en absoluto algunas temáticas (Aruguete, 2017). Esto ocurre en cualquier escenario comunicativo, pero sobre todo dentro de la comunicación política, donde el/la emisor/a debe ajustar su mensaje a un espacio y tiempo determinado y limitado, además de hacer la información accesible a un público amplio y heterogéneo (Ardevol-Abreau, 2015).

Es importante destacar que, aunque la propaganda televisiva electoral puede tener cierto grado de influencia en los encuadres que forman las personas,

finalmente sus reacciones y visión de la realidad dependerían de factores relacionados a la experiencia personal, a sus ideologías y a las conversaciones con sus pares, entre otros (Ardevol-Abreau, 2015). De esta forma, los encuadres presentados por los candidatos y candidatas en su propaganda, podrían integrarse, como también pudieran ser rechazados a pesar de que, por ejemplo, el tiempo de exposición de una temática sea más amplio por sobre el tiempo de otras.

En este contexto, nuestra investigación se centró en describir marcos de sentido (frames) dominantes en el contenido de los mensajes de candidatas y candidatos electos en la franja electoral para la Convención Constitucional en Chile. Específicamente, se pretendió (1) describir aspectos estructurales (frames) de los mensajes de los candidatos y candidatas electos en la Franja Electoral, considerando la extensión del mensaje, el tipo de contenido utilizado y sus características particulares, (2) describir los tipos de frames presentes en los argumentos dominantes y en los actores que aparecen en la franja electoral y (3) categorizar los tipos de frames presentes en relación a las características de las propuestas (focalizadas, inclusivas/participativas, restrictivas/punitivas, libertades/despenalizaciones y desarrollo sustentable/protección al medio ambiente) de acuerdo a la coalición a la que pertenecen los candidatos electos.

## 2. Metodología

### 2.1. Diseño

La presente investigación fue llevada a cabo desde el enfoque cuantitativo, con un alcance descriptivo de diseño transversal, a través de un estudio de casos (Stake, 2005), abordando los componentes que constituyen un frame.

### 2.2. Muestra

Dada la metodología, se utilizaron datos secundarios extraídos de la televisión en la franja electoral para la convención constitucional, constituyéndose así el corpus como muestra. Según Bolaños (2015) un corpus es un conjunto de expresiones tanto escritas como orales, estas expresiones corresponden a los datos, descripciones de estos y etiquetados que los organizan. Además, “si bien los corpus son conjuntos de textos sin conceptos, explicaciones o definiciones, sí se construyen con criterios específicos y teniendo claro de dónde se toman los textos y por qué se ha elegido esta procedencia” (Bernal e Hincapié, 2018, 19).

Para construir el corpus, se ejecutó la recolección de datos durante todo el período de la franja electoral, el cual fue el mismo para todos los canales que la transmitieron, esto fue, entre el 12 marzo y hasta el 8 de abril, de 2021, de lunes a viernes y se seleccionó el canal de YouTube del Portal de Noticias Tele13, en sus dos horarios, a las 12:45 y a las 20:45 horas, donde cada franja tuvo una duración de 38 minutos y 48 se-

gundos. Participaron en la franja un total de 750 candidaturas través de 23 pactos y partidos políticos, siendo la distribución en minutos para los de 26 minutos y 6 segundos para listas y partidos políticos, 3 minutos y 54 segundos para candidaturas de escaños reservados y de 8 minutos y 48 segundos para los independientes.

Los conglomerados participantes dentro de la franja electoral correspondieron a Vamos por Chile, que incluía a los partidos de la derecha chilena y actual coalición oficialista, compuesta por el partido Unión Democrática Independiente, Renovación Nacional y Partido Evolución Política, además del Partido Republicano de extrema derecha. Por otro lado, la Lista del Pueblo, constituida por un movimiento político que se ubicaba entre la izquierda y la extrema izquierda del espectro político, conformado por independientes para efectos de esta elección constituyente.

El conglomerado Apruebo Dignidad que reunía a partidos con exponentes de movimientos sociales, como el de estudiantes del año 2006 y que estaba conformada por el Frente Amplio y el bloque Chile Digno, que incluía al Partido Comunista y Federación Regionalista Verde Social. Finalmente, se logró identificar diversos conglomerados independientes vinculados a los Pueblos Originarios, independientes regionalistas e independientes sin afiliación.

Una vez recolectada la muestra total, para fines de este análisis se seleccionaron aquellos candidatos y candidatas que resultaron electos como constituyentes en la elección de mayo 2021. Esta selección de los candidatos electos permitió observar más en detalle qué elementos simbólicos son posibles de encontrar en su discurso dentro de la franja electoral y explorar de manera descriptiva la relación entre candidatos electos y la identificación de la audiencia con temáticas emergentes desde el estallido social chileno.

### 2.3. Instrumento o técnicas de recolección de datos

Como instrumento de recolección de datos se empleó una matriz creada con base en la teoría de framing, diseñada para los requerimientos de la investigación, considerándose la aparición de encuadres específicos, más allá de los encuadres genéricos estudiados por Semetko y Valkenburg (2000) (1) conflicto: entre individuos, grupos o instituciones; (2) interés humano: con el que se dramatiza o se le da una perspectiva emocional a la información; (3) consecuencias económicas; (4) atribución de responsabilidad: poniendo el énfasis en que una institución o un individuo es responsable de causar o resolver un asunto; y (5) moralidad: centrado en una lectura moral o religiosa del problema-, muy utilizados en estudios de encuadres, donde fue volcado el corpus. Esta matriz incorporó los apartados de identificación y resumen de propuestas. En este sentido, la teoría del framing se plantea como la técnica más importante dentro de los estudios comunicativos al integrar la cuantificación como estrategia que permita la sistematización y objetividad del estudio (Neuendorf, 2002).

## 2.4. Procedimiento

Para la selección del corpus se comenzó por la identificación de los candidatos y las candidatas y su pertenencia a colectivos o su carácter de independiente, considerando como marco, las propuestas y problemáticas que fueron más recurrentes durante el estallido social de 2019 (Jiménez -Yáñez, 2020) y que originaron el proceso constituyente.

Se abordaron preguntas que permitieron identificar estos temas en los encuadres de acuerdo a las siguientes dimensiones: a) focalización en grupos sociales/colectivos, b) focalización en propuestas inclusivas/participativas, c) focalización en propuestas restrictivas/punitivas, d) focalización en propuestas que contemplaran libertades/despenalizaciones y e) focalización en propuestas de desarrollo sustentable/protección del medio ambiente.

La codificación se realizó de acuerdo a las propuestas abordadas por la mayoría de candidatos y candidatas dentro de una lista o conglomerado, de tal modo que se identificó con un “Sí” en caso de que la propuesta era abordada por la mayoría dentro de la lista y un “No” en el caso contrario. Por ejemplo, si se abordaba la pregunta: ¿Se presentan propuestas inclusivas/participativas? y se observaba que la mayoría de los candidatos electos en la Lista del Pueblo realizaban propuestas de dicho carácter, se codificaba con un Sí.

## 2.5. Plan de análisis

Se trabajó con tablas de contingencia, las cuales permitieron sintetizar datos de tipo categórico o nominal y analizar la existencia de relación entre variables, siendo una de estas dependientes de la otra (Millán-Díaz, 2017; Rodríguez & Mora, 2001). Luego, se ejecutó un análisis de contenido con enfoque cuantitativo siguiendo las orientaciones de Berelson (1952), quien lo define como una técnica que permite describir de forma objetiva, sistemática y cuantitativa el contenido de la comunicación (Tinto, 2013). Por su parte, Krippendorff propone que el objetivo de este análisis “descansa en estudiar de manera rigurosa y sistemática la naturaleza

de los diferentes mensajes que se intercambian en los actos de comunicación que realizamos” (1980, como se citó en Paz & Caramés, 2020). Este análisis, en términos de framing, es el más adecuado, ya que que posibilita el análisis de los mensajes e identifica las relaciones entre distintas características de los mismos (Igartua, 2006; Corral-García, & Fernández Romero, 2015) cuando se utilizan métodos estadísticos.

En cuanto a las técnicas descriptivas utilizadas, adicionalmente se utilizaron tablas de tendencia. De igual forma, se realizaron análisis de correspondencias múltiples y pruebas de Chi cuadrado para identificar relaciones entre las variables seleccionadas. El análisis de correspondencias múltiples permitió plantear cómo las categorías de una variable explicaban diferencias o similitudes observadas en la otra y cómo las categorías interactuaban entre sí, con la posibilidad de establecer conglomerados empíricos (Fernández, 2011).

## 3. Resultados

### 3.1. Análisis descriptivo

Los estadísticos descriptivos reflejaron que, de un total de 155 candidatos y candidatas electas, 74 de ellos eran hombres (47,7%) y 81 eran mujeres (52,3%). En referencia al género dentro del grupo de Pueblos Originarios, se encontró que del grupo total de 17 candidatos y candidatas electas, 13 eran mujeres y 4 eran hombres. Respecto de la orientación política, 53 candidatos/as pertenecían a izquierda/oposición (34,2%) mientras que 65 al grupo No Explicitado que corresponde a independientes (41,9%) y 37 de ellos se representaban con el grupo de derecha/oficialismo (23,9%). En cuanto a las listas pertenecientes, del total de 155 candidatos y candidatas, 25 eran de Lista del Apruebo (16,1%), 28 de Apruebo Dignidad (18,1%), 37 de Vamos por Chile (23,9%), 10 de La Lista del Pueblo (6,5%), 30 Independientes regionalistas (19,4%), 8 Independientes sin Afiliación (5,2%) y 17 de Pueblos Originarios (11%).

**Tabla 1.** Distribución por conglomerado según focalización propuesta abordada en la franja electoral

	Grupo social/ colectivo LGBTQIA+		Inclusivas/ participativas		Restrictivas/ punitivas		Libertades/ despenalizaciones		Desarrollo sustentable y protección del medio ambiente	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
Lista del Apruebo	18	7	14	11	0	25	0	25	19	6
Apruebo Dignidad	6	22	7	21	1	27	9	19	22	6
Vamos por Chile	19	18	2	35	1	36	1	36	10	27
Lista del Pueblo	10	0	10	0	0	10	0	10	2	8
Independientes Regionalistas	13	17	11	19	0	30	0	30	9	21
Independientes sin Afiliación	1	7	1	7	0	8	0	8	4	4
Pueblos Originarios	10	7	1	16	0	17	1	16	2	15
Total	77	78	46	109	2	153	11	144	68	87

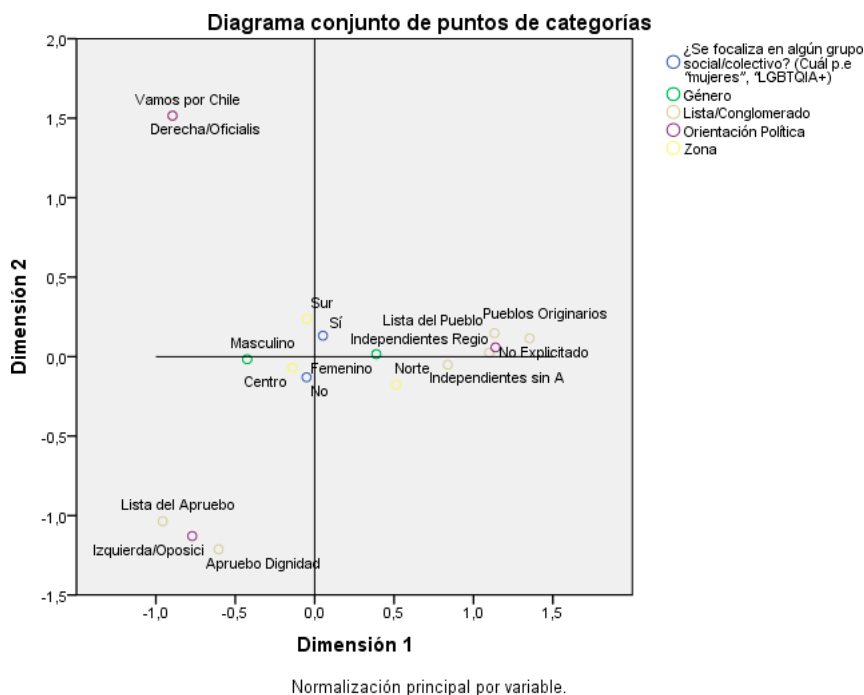
Fuente: Diseño propio.

### 3.2. Análisis multivariante

El análisis multivariante permitió analizar la interacción entre las distintas categorías de manera gráfica, estableciendo agrupaciones de acuerdo a la dependencia entre las variables. A raíz de lo anterior, la figura 1 expresa la conformación de tres grupos. El primero hace alusión a Vamos por Chile cuya orientación es de derecha oficialista, el segundo a la Lista del Apruebo y a Apruebo Dignidad, identificados como la izquierda tradicional chilena, y un tercer grupo vinculado a los Pueblos Originarios, Lista del Pueblo, Independientes Regionales e Independientes sin Afiliación, con mayor identificación con una pos-

tura crítica de la sociedad neoliberal y de resonancia de las demandas sociales. La generación de estos tres conglomerados permitió visualizar cómo se iban moviendo en bloque desde un discurso conjunto y, como aquellos no vinculados a la política tradicional y que emergieron desde el estallido social, eran quienes posicionaban una focalización en grupos sociales tradicionalmente marginados, como la comunidad LGBTQIA+ y mujeres. También estos conglomerados acuñaban un slogan de campaña que aludía a esta focalización en los grupos vulnerados y excluidos con el “Nunca más estarán solos”.

**Gráfico 1.** Categorías conjuntas de correspondencia múltiple focalización grupo social/colectivo LGBTQIA+



Lo anterior se reflejaba en las declaraciones de la candidata Giovanna Grandon perteneciente a la Lista del Pueblo Distrito 12, que mencionaba: “El nacer y ser mujer es una desventaja, pero una desventaja ante la sociedad, ante el sistema. Yo creo que hay que seguir en esta lucha de ser una mujer empoderada y pedir nuestra igualdad en todas partes”.

Por otro lado, se aprecia que en todos los conglomerados existió presencia de propuestas inclusivas y de participación social, como aquellas representadas en el slogan “Vota sin miedo” o “Para que Chile sí cambie”. Sin embargo, estas se iban debilitando en la medida que el conglomerado representaba a grupos políticos tradicionales y especialmente en aquellos de orientación política de derecha oficialista, donde sus slogans no aludían a problemas concretos sino a abstracciones como “estamos de acuerdo” o “el Chile que soñamos”.

Las propuestas restrictivas/punitivas, no formaban parte de un conglomerado en específico, sino

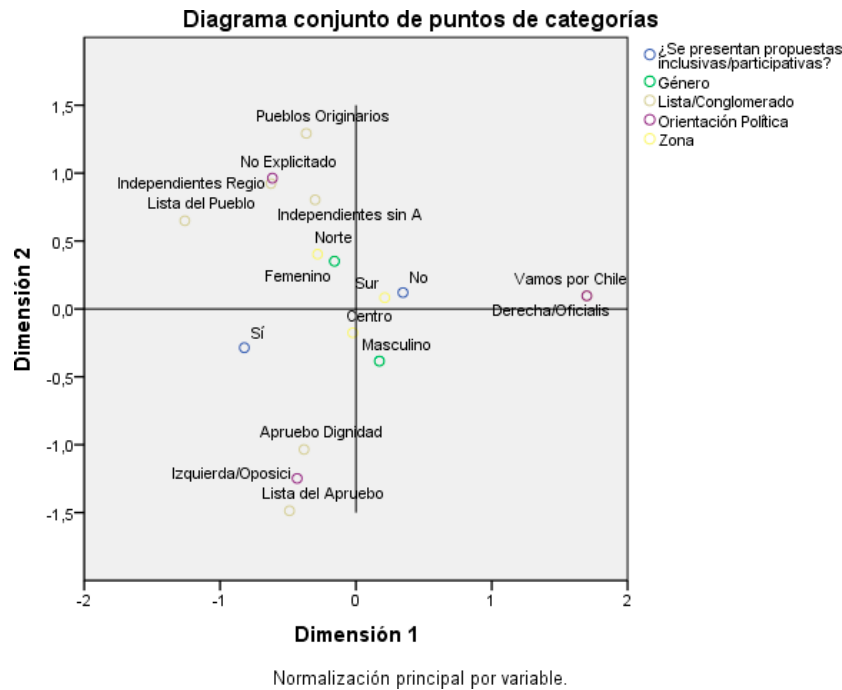
más bien, se establecían como parte del discurso, tanto del oficialismo, como de la oposición. Dentro de este discurso, se logró encontrar ciertos matices vinculados a la forma de direccionar las propuestas restrictivas/punitivas, ya que desde Vamos por Chile, el constituyente electo Álvaro Jofré aludía a medidas necesarias para abordar el ingreso clandestino al país y por lo tanto una restricción de las migraciones, en cambio, desde La lista del Pueblo, María Melgarejo expresaba el descontento por la desigualdad provocaba con la asignación de mayor dotación policial en comunas de alto nivel socioeconómico y abandono policial en comunas pobres.

Contrariamente al gráfico 2, en cuanto a las propuestas focalizadas en libertades/despenalizaciones, se evidenció la relación de dependencia establecida con aquellos conglomerados que representaban a la oposición al gobierno y en slogan como “Constitución feminista con aborto libre y seguro”, “Derechos sexuales y reproductivos para todes” y “una constitu-

ción laica, feminista y paritaria sin represión”. Del mismo modo, este tema era casi totalmente ignorado por parte del conglomerado de derecha Vamos por Chile y si era mencionado es su slogan sólo aludía a

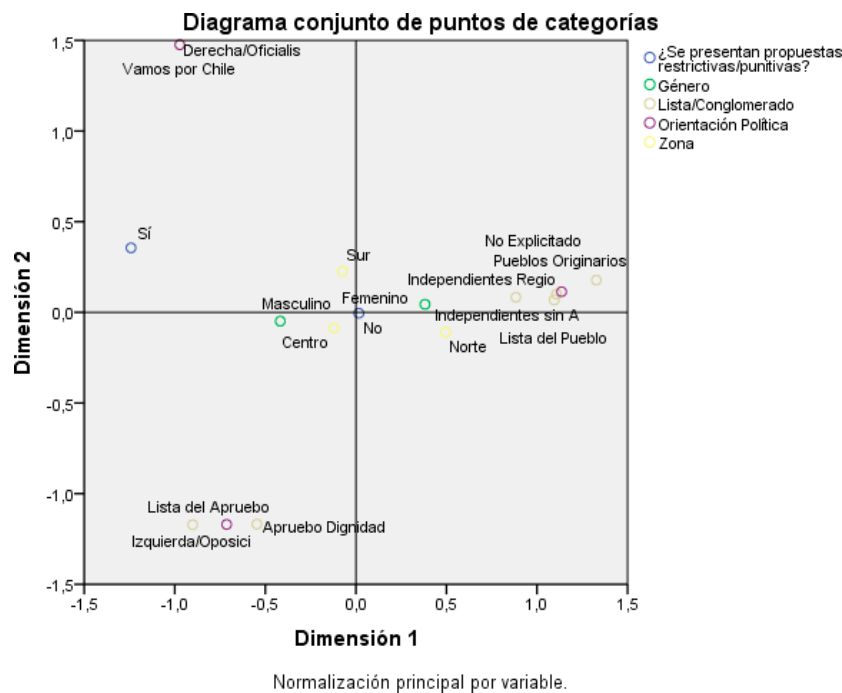
“libertad de culto y de credo”, lo cual se mostraba coherente con las posturas históricas de los sectores más conservadores, en contra de la despenalización del aborto o eutanasia.

**Gráfico 2.** Categorías conjuntas de correspondencia múltiple focalización propuestas inclusivas/participativas



Fuente: Diseño propio.

**Gráfico 3.** Categorías conjuntas de correspondencia múltiple focalización propuestas restrictivas/punitivas

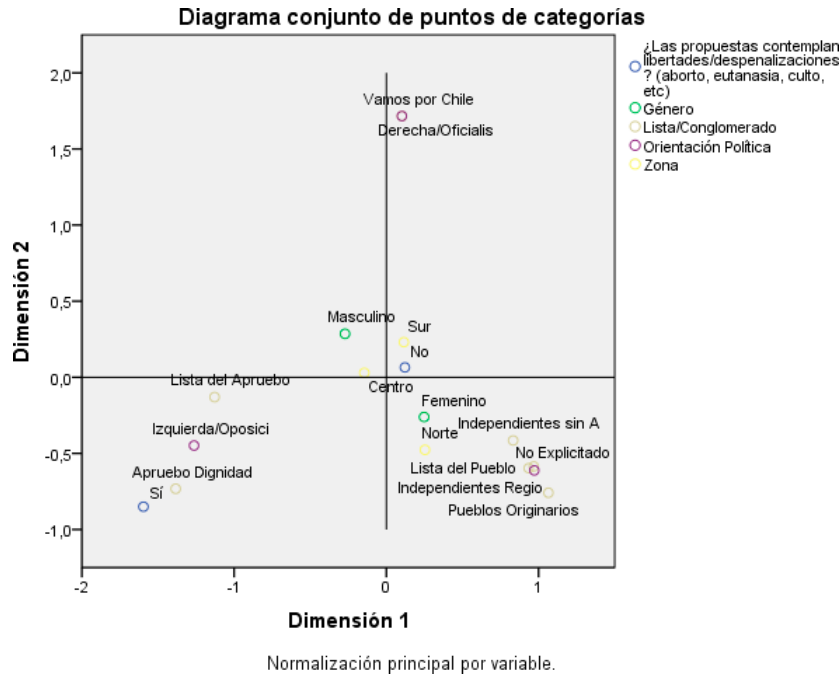


Fuente: Diseño propio.

Un foco que aparecía en el discurso relacionado con libertades/despenalizaciones era aquel vinculado a la equidad de género. Esto se evidenciaba en las declaraciones de la candidata Valentina Miranda de

la lista Apruebo Dignidad, donde señala: “Una constitución que incorpore la perspectiva de género con normas y leyes donde la base material sea la igualdad entre hombres, mujeres y disidencias sexuales”.

**Gráfico 4.** Categorías conjuntas de correspondencia múltiple focalización propuestas libertades/despenalizaciones.

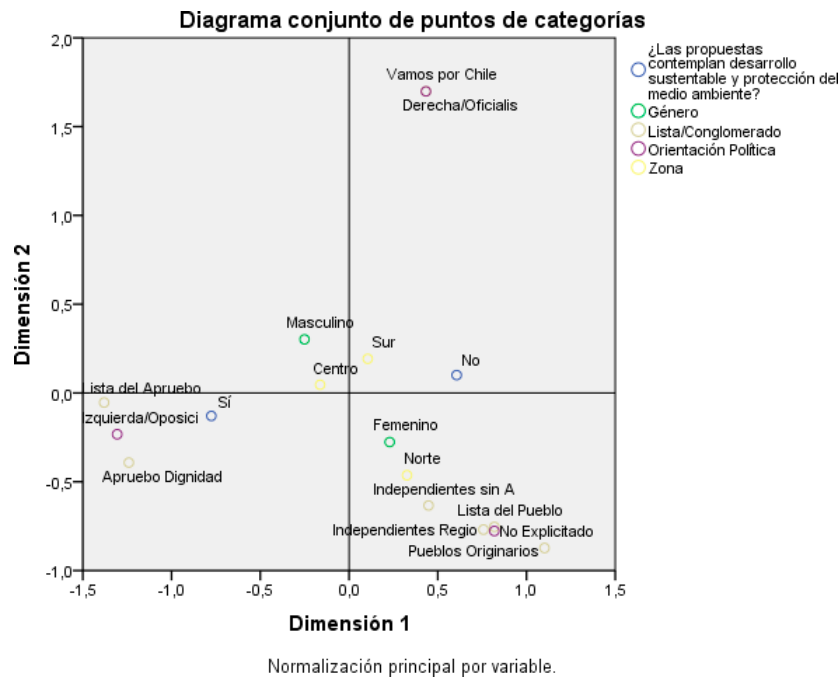


Fuente: Diseño propio.

Finalmente, se observó que la temática vinculada al desarrollo sustentable y el medio ambiente se vincularon con mayor frecuencia a los conglomerados de oposición incluyendo grupos emergentes de izquierda tradicional y, en menor medida, a los partidos regionalistas (ver tabla 1). Un elemento que destacaba en los mensajes era la alusión a la necesidad de

recuperar los recursos naturales que habían sido privatizados y proteger su conservación. Temas como “Proteger la naturaleza y los recursos del mar”, “Derecho al agua garantizado y el agua como bien nacional” o “Explotación de recursos como el litio y el cobre con sentido ecológico”.

**Gráfico 5.** Categorías conjuntas de correspondencia múltiple focalización propuestas de desarrollo sustentable y protección del medio ambiente.



Fuente: Diseño propio.



#### 4. Discusión

El presente estudio buscó describir frames dominantes en el contenido de los mensajes de candidatas y candidatos electos en la franja electoral para la Convención Constitucional en Chile. En detalle, se pretendió (1) describir aspectos estructurales (frames) de los mensajes de los candidatos y candidatas electos en la Franja Electoral, considerando la extensión del mensaje, el tipo de contenido utilizado y sus características particulares, (2) describir los tipos de frames presentes en los argumentos dominantes y en los actores que aparecen en la franja electoral y (3) categorizar los tipos de frames presentes en relación a las características de las propuestas (focalizadas, inclusivas/ participativas, restrictivas/punitivas, libertades/ despenalizaciones y desarrollo sustentable/protección al medio ambiente) de acuerdo a la coalición a la que pertenecen los candidatos electos.

Los resultados muestran cómo se materializan los valores y posturas ideológicas de los conglomerados en el discurso político de cada candidato ganador y cómo estos discursos son posibles de aglomerar en distintos conjuntos que dan cuenta de una visión de construcción de sociedad.

En efecto, los resultados expuestos y la creación de cluster empíricos coinciden con las posturas valóricas e ideológicas de cada grupo y cómo estas son importantes dentro del mensaje que desean expresar. Esto, ya era expresado por Schleifer (2015), quien indica que los medios de comunicación permiten legitimar un orden social y, en el contexto del estallido social, se posicionaron temáticas emergentes dentro del discurso de los constituyentes. Lo anterior podría explicar la relación existente entre la línea ideológica y valórica de los constituyentes y su elección, ya que como se establece, a través de los medios de comunicación, un anclaje entre lo cultural y el mensaje de los candidatos, al aludir a elementos contingentes y simbólicos que permiten una conexión con la audiencia (Alcalá & Reynaga, 2017; Gerstlé & Piar, 2016; Riffo, 2019).

En esta campaña, resulta especialmente relevante el uso de la televisión como la vía principal para llegar a los futuros votantes, por su poder simbólico y de generación de vínculos con la audiencia (Riffo, 2019). En este espacio, se reproducen las dinámicas de poder que caracterizan el escenario político en Chile y que se materializa en la cantidad de tiempo asignado a cada lista; donde listas pertenecientes a partidos políticos tienen más tiempo que las listas independientes y escaños reservados. Sin embargo, a pesar que el tiempo asignado resulta un factor que influye en la llegada del mensaje, en el caso de la franja electoral parece más relevante si los mensajes efectivamente recogían las problemáticas que la ciudadanía había levantado durante el estallido social. Desde esa perspectiva, es observable que las coaliciones y candidatos independientes de oposición al gobierno, si parecen recoger los temas claves señalados por Jiménez - Yáñez (2020) en el sentido de

proponer medidas orientadas a un diseño de políticas públicas de protección efectiva, especialmente hacia los sectores con mayor vulnerabilidad, la necesidad de preservar el medio ambiente, recuperando los recursos naturales para el país y la inclusión explícita de garantías de respeto a los derechos sociales básicos y a los derechos humanos.

Al analizar la forma de presentación de los mensajes en la franja, se observan las dimensiones propuestas por Echeverría y Juárez (2011) para el análisis de spots de propaganda electoral, presentándose la personalización que destacaba cualidades de los candidatos, especialmente su cercanía al pueblo y acompañada de la emotividad en ciertos slogan orientada a despertar emociones de seguridad (nunca más estarán solos) esperanza (para que Chile si cambie) o inclusión (es tiempo de todas y todos). En cuanto a los temas, su exposición dependió del tiempo disponible, que en los mensajes más breves solo aludió a declaraciones mientras que en aquellos con más tiempo, se observaron propuestas para resolver problemáticas, observándose en ello la desventaja sufrida por los independientes y escaños reservados.

En relación al posible impacto de la franja en la audiencia, un estudio reciente de audiencias realizado por el Consejo Nacional de Televisión de Chile, señala que la franja presentó una alta fidelidad en cuanto a la permanencia en pantalla de los telespectadores y principalmente de los jóvenes. En horario diurno se trata del segmento de 18 a 49 años, en torno al 80%. En horario prime, destacan los jóvenes de 18 a 34 años, en torno al 75%. Por otro lado, la permanencia en pantalla fue, en general, más alta en las franjas de las elecciones constitucionales que en la elección presidencial y parlamentaria de 2017. Ello reafirma la importancia del análisis de los mensajes y marcos de sentido que llegaron a la audiencia (CNTV, 2021).

En los datos recolectados, se advierte que los límites de tiempo otorgados en la franja electoral a las listas afectaban la posibilidad de entregar mensajes a la comunidad. Este aspecto determinaba la priorización de los contenidos de algunos mensajes de un grupo importante de candidatos/as electos/as, ya que contaban de una cantidad de tiempo significativamente menor (1 segundo), buscando lograr generar sentido y representatividad en la población en un acotado tiempo. En general, se observó que todos los candidatos y candidatas electas tendieron a ajustar su discurso a frames emergentes y contingentes en la sociedad actual, para así lograr obtener el apoyo electoral de los chilenos y chilenas, lo cual resulta frecuente en escenarios comunicativos políticos, donde se ajusta el mensaje a un espacio y tiempo determinado, brindando información accesible a un público heterogéneo (Ardevol-Abreau, 2015).

En el ajuste de discurso realizado por los candidatos y candidatas electas en torno a frames emergentes y contingentes en la sociedad actual, no se identificaron propuestas restrictivas/punitivas, sino más bien un discurso en contra de la marginaliza-

ción de sectores de la sociedad, de la falta de garantías para la participación social y de la violación de derechos humanos, elementos que cruzaron el movimiento social del 18 de octubre de 2021 (Jiménez – Yáñez, 2020).

Es importante destacar, que el éxito de la influencia de los encuadres en las decisiones de la audiencia, estaría dado por factores relacionados a las experiencias personales, ideologías y conversaciones con pares de los espectadores (Ardevol-Abreau, 2015), aspecto que influye en la recepción e interpretación de los spots de cada candidatura. En este caso, aquellos que incluían el ajuste a las demandas expresadas especialmente por los jóvenes, en las masivas protestas de octubre 2019 que colocaban en evidencia la compartida necesidad de derechos sociales básicos en la población chilena (Denegri et al., 2021; Pizarro-Hofer, 2020). Ello permite comprender la alta presencia de audiencia de jóvenes siguiendo la franja, la cual además según el estudio de CNTV, tuvo un alcance en promedio de 968.800 personas que vieron al menos un minuto de la franja diurna. En horario de alta audiencia, este número llegó a 1.565.200 personas (CNTV, 2021).

Es relevante señalar, que los hallazgos de nuestra investigación permiten identificar las temáticas, ideas fuerza y compromisos que cada conglomerado se comprometía a llevar al interior de la convención constitucional y dejar reflejado ello en la redacción de los artículos que van a organizar social y políticamente a Chile. Ello también releva teóricamente, el

uso de la teoría del framing, para analizar los marcos de sentido que podrían haber sido gravitantes en la decisión de los electores haciendo eco de la construcción de los puntos de vista que los candidatos/tas tenían sobre los problemas que debían abordarse y las soluciones planteadas para resolverlos.

En este sentido, se vislumbra como oportunidad de investigación futura el análisis de las percepciones de las audiencias en la comparación entre sus expectativas en el momento de votar a un/una constituyente y el contraste con la conducta real, propuestas y aportes de los candidatos/tas en la construcción real de la Constitución chilena.

Finalmente, como se dejaba en evidencia, los movimientos sociales han pasado por distintos gobiernos, tanto de izquierda como de derecha, siendo un reflejo de cómo la política tradicional no ha sido capaz de encausar y canalizar, por medio de la institucionalidad actual, las necesidades cotidianas de la población, explicando en parte la elección de un alto porcentaje de constituyentes independientes. Bajo esto, se establece como necesidad dar cuenta de la comunicación entre los y las constituyentes y la población y cómo esto puede impactar en el plebiscito de salida, considerando si este mismo grupo fue capaz de canalizar las demandas sociales de la población chilena al momento de redactar la propuesta de constitución o se posicionan como bloque ideológico, lo cual puede ser contraproducente entre una población que se ha manifestado independiente del lado político del gobierno de turno.

## 5. Referencias

- Alcalá, F., & Reynaga, F. (2017). Las estrategias persuasivas en la propaganda electoral. Análisis de los spots televisivos transmitidos durante la campaña electoral Jalisco 2015. *Comunicación y Sociedad*, (29), 17-39. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i29.6153>
- Ardevol-Abreu, A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 423-450. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1053>
- Aruguete, N. (2017). Agenda setting y framing: un debate teórico inconcluso. *Más poder local*, 30, 36-42. <https://bit.ly/3DTjEII>
- Aste, B. (2020). Estallido social en Chile: la persistencia de la Constitución neoliberal como problema. *DPCE Online*, 42(1), 3-19. <https://bit.ly/3FzWp7f>
- Bauman, Z. (2000). *Modernidad Líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- Bernal, J., & Hincapié, D. (2018). *Lingüística de Corpus*. Imprenta Patriótica. <https://bit.ly/3Wq7cqO>
- Bolaños, S. (2015). La lingüística de corpus: perspectivas para la investigación lingüística contemporánea. *Forma y Función*, 28(1), 31-54. <http://doi.org/10.15446/fyf.v28n1.51970>
- Breull, L. (2020). *Concentración de medios amenaza a la democracia*. <https://bit.ly/3h2jq8u>
- Consejo Nacional de Televisión. (2021). *Evaluación de la Franja Electoral de Convencionales Constituyentes*. <https://bit.ly/3FBs0pg>
- Corral-García, A., & Fernández-Romero, C. (2015). Framing y mundo árabe: la cobertura de la prensa española en torno a la revolución tunecina. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 21(2), 793-811. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2015.v21.n2.50885](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n2.50885)
- Denegri, M., Silva, F., Quintano, F., & Riquelme, L. (2021). ¿Héroes o delincuentes marginales? Representaciones acerca de la “Primera Línea” en redes sociales y medios de comunicación digitales. En M. Cruz., I. Sánchez., & D. Jaramillo (Coord.), *Madrid: Inclusión y activismo digital: participación ciudadana y empoderamiento desde la diversidad*. (pp. 513-531). Dykison
- Eberl, J.-M., Boomgaarden, H.G., & Wagner, M. (2017). One Bias Fits All? Three Types of Media Bias and Their Effects on Party Preferences. *Communication Research*, 44(8), 1125-1148. <http://doi.org/10.1177/0093650215614364>

- Echeverría, M., & Juárez, J. (2011). *Una evaluación normativa de los spots de las campañas estatales de 2009 y 2010*. Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC XVIII. CONEICC.
- Fernández, S. (2011). *Análisis de correspondencias simples y múltiples*. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid. <https://bit.ly/3FRSnYf>
- Ganter, R., & Zarzuri, C. (2020). Rapsodia para una revuelta social: Retazos narrativos y expresiones generacionales del 18-O en el Chile actual. *UNIVERSUM*, 35(1), 74-103. <http://doi.org/10.4067/S0718-23762020000100074>
- Garretón, M., & Garretón, R. (2010). La democracia incompleta en Chile: La realidad tras los rankings internacionales. *Revista de Ciencia Política*, 30(1), 115-148. <https://bit.ly/3UbbkN>
- González, J. (2020). *Medios de comunicación ¿al servicio de quién?* CLACSO.
- Grez, S. (2009). La ausencia de un poder constituyente democrático en la historia de Chile. *Revista Izquierdas*, 3(5), 1-21. <https://bit.ly/3DswLP7>
- Haas, B. (26 de febrero de 2021). ¿Cómo funcionará la paridad de género en la elección de constituyentes? <https://bit.ly/3Dtt9fD>
- Haselmayer, M., Wagner, M., & Meyer, M. (2017). Partisan Bias in Message Selection: Media Gatekeeping of Party Press Releases. *Political Communication*, 34(3), 367-384. <https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1265619>
- Igartúa, J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Bosch.
- Jiménez-Yañez, C. (2020). #Chiledespertó: causas del estallido social en Chile. *Revista Mexicana de Sociología*, 82(4), 949-957. <https://doi.org/10.22201/iis.01882503p.2020.4.59213>
- Lechner, N. (1997). Tres formas de coordinación social. *Revista de la Cepal*, (61), 7-18. <https://bit.ly/3sMU1IQ>
- Madariaga, A. (2019). La Continuidad del Neoliberalismo en Chile. *Revista de Estudios e Pesquisas sobre as Américas*, 13(2), 81-113. <https://doi.org/10.21057/10.21057/repamv13n2.2019.23217>
- Marshall, P. (2008). Political parties and independents before the constitution: the broadcast time allocation case. *Revista de derecho*, 21(1), 45-60. <https://doi.org/10.4067/S0718-09502008000100002>
- Matarrita, M. (2014). Franjas electorales: Una variable en la ecuación democrática. *Revista de Derecho Electoral*, (17), 43-64. <https://bit.ly/3fnPzab>
- Millán-Díaz, I. (2017). *Tablas de Contingencia* [Tesis de grado, Universidad de Sevilla]. <https://bit.ly/3SPaAbC>
- Neuendorf, K. (2002). *The content analysis guidebook*. Sage.
- North, D. (1995). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. Fondo de Cultura Económica.
- Paz, L., & Caramés, M. (2020). Concepciones para el análisis de campos científicos. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 22(1), 106-124. <https://doi.org/10.36390/telos221.08>
- Pizarro-Hofer, R. (2020). Chile: rebelión contra el Estado subsidiario. *El Trimestre Económico*, 87(346), 333-365. <https://doi.org/10.20430/ete.v87i346.1055>
- Porath, W., & Ramdohr, T. (2016). Los temas tratados en la publicidad política en Chile: Evolución desde la publicidad en diarios en la campaña de 1970 a la televisión en 2009. En O. Leyva (Coord.), *Guadalajara: El spot político en América Latina: enfoques, métodos y perspectivas* (pp. 23-82). Universidad de Guadalajara.
- PNUD. (2015). *Desarrollo Humano en Chile. Los tiempos de la politización*. <https://bit.ly/3DRrNwT>
- Ragone, S., & Núñez, J. (2021). Algunas coordenadas esenciales sobre la Convención Constitucional. *DPCE Online*, 46(1), 2037-6677. <https://bit.ly/3sTU6Ek>
- Riffo, I. (2019). *Los imaginarios sociales y el framing en los mensajes políticos persuasivos: Un análisis de los spots de las candidaturas a la presidencia de Chile 2017* [Tesis de doctorado, Universidad Autónoma de Barcelona]. <https://bit.ly/3NtuoQU>
- Rodríguez, M. & Mora, R. (2001). *Estadística informática casos y ejemplos con el SPSS*. Universidad de Alicante. <https://bit.ly/3sQ0igO>
- Schleifer, P. (2015). Estado, mercado y medios de comunicación en el capitalismo neoliberal. *Comunicación y Sociedad*, (23), 215-238. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i23.70>
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: a content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Stake, R.E. (2005). *Investigación con estudio de casos*. Morata.
- Tinto, J. (2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. Un ejemplo de aplicación práctica utilizado para conocer las investigaciones realizadas sobre la imagen de marca de España y el efecto país de origen. *Provincia*, (29), 135-173. <https://bit.ly/2RQv0SH>
- Uribe, R., Buzeta, C., Manzur, E., & Pefaur, N. (2018). Desgastada pero aún efectiva: examinando los datos de audiencia de la franja electoral presidencial chilena (1999-2017). *Cuadernos.info*, (43), 181-199. <https://doi.org/10.7764/cdi.43.1223>
- Valdebenito, J. (2021). Crisis, capital y comunicación en el “estallido social” chileno (2019). *Perfiles Económicos*, (11), 7-49. <https://doi.org/10.22370/pe.2021.11.2887>

ra Titular, Directora Núcleo de Investigación en Ciencias Sociales y Directora Centro de Excelencia en Psicología Económica & del Consumo, Universidad de la Frontera. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7954-3697>

Francisca Silva-Layera. Licenciada en Psicología, Psicóloga y Magíster en Psicología de la Universidad de la Frontera. Investigadora Centro de Excelencia en Psicología Económica & del Consumo, Universidad de la Frontera. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2952-6527>

Leonor Riquelme-Segura. Trabajadora Social, Magister en Psicología y Magister en Desarrollo Humano, Local y Regional de la Universidad de La Frontera. Académica del Departamento de Trabajo Social de la Universidad de La Frontera y estudiante del Programa de Doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad de La Frontera, Chile. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6154-5141>

Felipe Quintano-Méndez. Licenciado en Sociología y Sociólogo de la Universidad Católica de Temuco. Magister en Psicología de la Universidad de la Frontera. Diplomado en Estadística Aplicada de la Universidad Austral de Chile. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4955-1976>