**Análisis de coyuntura**

**27 de Septiembre 2017**

**Presidenta Bachelet está cerrando su mandato con tendencia al alza: constituye un factor político en la campaña presidencial.**

La Presidenta Bachelet mantiene su tendencia al alza en las encuestas llegando a un 35% de adhesion. La agenda del *“ legado*”, del último año, construida entre lo simbólico-testiminonial y la concreción legislativa, ha fortalecido su imagen de “ *Presidenta de las reformas* “ y ha permitido reencantar la base del bacheletismo. La Adimark siempre registró un 35% de personas que se identificaban con el Gobierno, y el proyecto de cambios: la Presidenta se acerca a esa cifra y es probable que continúe creciendo hasta un 40%, que le permitiría un retiro político honroso en Marzo.

**Grafico : Opinión pública y Presidenta Bachelet** Febrero-Septiembre 2017

*Elaborado en base a Adimark/Cadem 2017.Cifras Cadem son referenciales y estimadas de medicion semanal.*

De la agenda valórica de Agosto, con la aprobación del proyecto de aborto terapéutico y el envío del proyecto de matrimonio igualitario , ha transitado a una “ agenda verde “ a partir del caso del proyecto Dominga, fortalecido en su gira a Naciones Unidas enfatizando su compromiso con un desarrollo comprometido con el medioambiente en sus intervenciones en el organismo internacional “..*debemos aceptar de una vez por todas que no es posible un crecimiento a largo plazo, ni tampoco un desarrollo sin una política activa de protección del medio ambiente “.*

El fortalecimiento de la imagen presidencial, dejando atrás los efectos críticos del caso Caval de febrero del 2015, unido al manejo de una agenda legislativa de iniciativas que complican a la oposición, ha pasado a constituirse en un factor político en la campaña especialmente en el discurso y posiciones de las candidaturas presidenciales: debilita el discurso del “ *mal Gobierno”* de Piñera con el que ha centrado su opcion de recambio; fortalece el discurso de la “ *continuidad”*  del proyecto de Bachelet con el que se ha identificado Guillier; debilita la tendencia a la diferenciación de Goic con el proyecto oficicialista; y acota la opciòn por la izquierda de Beatriz Sanchez. En todo caso, mas allá del impacto en el discurso y posicionamiento de los candidatos, no se puede inferir del aumento del apoyo a Bachelet, un crecimiento del apoyo de los candidatos oficialistas : Bachelet en Enero del 2010 llegaba al record de apoyo con un 83% y se preparaba para entregar la banda presidencial a Sebastián Piñera, que habia derrotado al candidato de La Moneda, Eduardo Frei.

**Piñera nuevemante en terreno escabroso por financiamiento de campañas anteriores.**

Piñera a la cabeza de la carrera presidencial ha tenido un Septiembre enredado y maltrecho : no tuvo una clara ganancia polìtica con las ceremonias de acción de gracias de las Fiestas Patrias y su llegada al mundo católico y cristiano; optó por una mezquina ganancia del voto evangélico, validando la politización partidaria del Tedeum Evangélico de un pastor-.candidato RN emplazando a Bachelet por el aborto terapeutico y perdiendo en imagen presidencial al no solidarizar con la Presidencia a la que sumó la inasistencia injustificada al Tedeum tradicional de la Iglesia Católica . En ese marco, le estalla el tema del financiamiento de SQM a su campaña del 2009.

Por tercera vez en 7 meses, Piñera debe enfrentar un escenario político de acoso por temas de negocios y financiamiento de la polìtica: en Marzo de este año,inició su campaña con el tema del fideicomiso ciego , para desgastar el tema y evitar que salaiera en los ultimos meses de la campaña y despejar el caminoe para posicionar su discurso de crecimiento y cambio; si embargo, luego le apareció el caso Exalmar por inversiones en empresas pesqueras peruanas en la coyuntura del fallo de La Haya, un tema mas complejo por hacer negocios en medio del conflicto con Peru con temas de soberanía nacional en disputa.Ahora a dos meses de la elección se instala el tema de financiamiento de SQM ,con un monto superior a $ 100 millones a su campaña presidencial del 2009 .

Hay que considerar que en la campaña del 2009, Piñera tambien enfrentó un escenario complejo por el manejo de sus negocios, especialmente por el tema de información privilegiada en la compra de 3 millones de acciones de Lan. El informe de Trasparencia Internacional del Septiembre del 2009 consignó este hecho señalando en relacion a Chile, que “..*un segundo incidente que implica el uso de informacion privilegiada implica a Sebastian Piñera, uno de los ciudadanos mas ricos de Chile”(Informe Global de la Corrupción 2009.Corrupción y secror privado.Trasparencia Internacional 2009).* Estos temas enfrentados por la campaña de la epoca, no incidieron en el resultado final que dieron el triunfo a Piñera. El contexto era otro.

Para enfrentar este nuevo tema de financiamiento irregular de la política que llega a Piñera, el comando elaboró una estrategia de acotamiento y control de daños con un discurso de la legalidad, la oportunidad y la exculpación : Piñera afirmandose en la legalidad señalo que- “*hemos sido sujeto de investigaciones en el pasado y han concluido que nuestra campaña se ajustó 100% al marco legal” ;* Nicolas Monckeberg, vocero del comando instaló el discurso de la oportunidad ,- “*llama la atención que un caso del 2009, que lleva dos años de investigación,salte ahora a dos meses de la elecciòn”y* Gonzalo Cordero, director de comunicaciones de la campaña esbozó el discurso de la exculpación – “..*tenemos la certeza total que el ex Presidente Piñera no tiene ninguna relación con esto”* complementado con el traspaso de la responsabilidad al proveedor de la campaña.

Es posible deducir con un razonamiento de continuidad simple , desvinculado del contexto actual y basado en la elección del 2009, que los temas opáceos y ripiosos del financiamiento de la politica y negocios no impacten mayormente en la candidatura de Piñera, asumiendo que su electorado conoce y sabe los atributos de la marca “ Piñera”. Sin embargo, estamos en un contexto diferente de alta sensibilidad ciudadana al tema del financiamiento de la polìtica y la transparencia en el manejo de los recursos publicos, reflejado en la valoracion ciudadana de la “*honestidad y confiabilidad” (Cep/Abril Mayo/2017).* como principal atributo presidencial A este elemento, hay que considerar de la ciudadanía que vá a votar estimada en un 40% , existe un 8.6% que no sabe por quien votar, no tiene candidato , que son los indecisos de ultima hora . Una mirada a la segunda vuelta, basada en el voto urna del ejercicio de la CEP, demuestra que existe en torno a un 30% de la ciudadania que señala que no votara en la segunda vuelta. Estas cifras de un 8.6% de indecisos de las primera vuelta y el 30% que no votaria por nadie en segunda vuelta, son relevantes en esta etapa final de la carrera presidencial y pueden afectar el potencial de crecimiento del ex Presidente Piñera que llega a un 40% en primera vuelta. La “*marca maltrecha” de* Piñera ( como categoriza Carlos Peña), por estas denuncias que le obligan a seguir dando explicaciones puede limitar un mayor crecimiento electoral y distancia con Guillier en la primera vuelta .

G**uillier avanza con menos errores ,mejor discurso y presencia comunicacional, pero estancado en las encuestas y sin instalar grandes temas.**

La campaña de Guillier en las ultimas semanas ha mejorado con fortalecimiento de su agenda en terreno con una estrategia de despliegue territorial y mayor protagonismo comunicacional en la coyuntura diaria centrando la confrontación en Piñera. En contraste con las candidatura de Piñera –enredado en el Tedeum de las iglesias y del financiamiento de SQM – y Sanchez – con su veto injustificado a Melznick como panelista del Canal 13 -, Guillier ha desarrollado su campaña con menos errores en la últimas semanas.

En la línea del protagonismo comunicacional en la agenda de temas de coyuntura, aprovechó el debate por el secreto de la comision Valech para entregar un significativo apoyo a Lagos , reconociendo su “*innegable”* compromiso em materia de Derechos Humanos;frente a la carta de los excomandantes de tono crítico a los juicios a los militares violadores de derechos humanos, señaló “..*les pido que hagan otra carta..que dirijan esa carta a sus propios camaradas..de decir de una vez por todas la verdad de lo que ocurrió”.* En el episodio del erróneo veto de Beatriz Sánchez a Melznick ,rechazando la asistencia al programa En Buen Chileno del canal , marcó una clara diferencia posicionando un mensaje de tolerancia y amplitud “..*yo no discrimino..voy a gobernar para todos los chilenos “.*

Y en temas mas complejos, de la propuesta de pais y Gobierno,Guillier planteó su discurso referido a su propuesta de crecimiento economico y empleo, focalizado en mujeres con “ proteccion social “ trabajadores: prometió crear un millón de puestos de trabajo;aumentar la inversión pública en infraestructura y vivienda pasando de un 2 a un 4% del PIB con señales claras al mundo empresarial ..”..apoyar fuertemente la inversión privada en el crecimiento del país “ ,generar una alianza público-privada para la digitalización del pais a 30 años y promover la reducción de la jornada laboral a 40 horas semanales. Guillier busca salirle al paso a Piñera en materia económica,fortaleciendo su llegada a los sectores medios y de trabajadores ,preocupados por el tema del desempleo : cuarta prioridad con un crecimiento de 4 puntos en los ultimos dos meses, con un 27% ( *Cep/Agosto Septiembre 2017*)*.*

En el contexto actual, cobra importancia del discurso economico en recta final de la campaña . En todo caso, el posicionamiento de este tipo de discursos no pasa por una acción comunicacional de la pauta diaria sino por una estrategia comunicacional, como ha venido realizando Piñera desde el inicio de su campaña. Habrá que ver la persistencia estratégica del discurso económico-social de Guillier para llegar a sectores medios y tranquilizar a los empresarios, para competir y ganar espacio frente a un Piñera dominante en el tema del crecimiento económico.

En todo caso ,Guilier sigue estancado en las encuestas.Se mantiene en el voto probable en torno a un 20%, despegándose de Beatriz Sanchez pero sin capitalizar la baja de la candidata del Frente Amplio. La formación de opinión pública es a posteriori de los hechos, y por lo mismo es probable que mejore su rendimiento electoral en la medida que mantenga el ritmo de campaña y mejore su diseño comunicacional

Grafico 2 : tendencias de voto probable primera vuelta Julio Septiembre 2017

*Elaborado en base a encuestas Cadem-Plaza Pública, considerando hitos semanales relevantes .*

B**eatriz Sánchez pierde terreno y se aleja de Guillier.**

Beatriz Sánchez, luego de su irrupción en la opinión pública en el contexto de las primarias ha venido perdiendo apoyo electoral : la crisis del Frente Amplio por la polémica con Mayol influyó en el alejamiento de la opinión pública a su candidatura .

En la coyuntura actual, la errónea decisión de no asistir al programa del 13 En Buen Chileno, aduciendo el veto a Melznick por haber sido “*ministro de la dictadura”*, si bien le puede generar simpatias en su base de apoyo de izquierdas, proyecta una imagen de temor al debate , conducta discriminatoria y soberbia etica. En la fase final de campaña, lo central es no cometer errores político-comunicacionales difíciles de revertir por la escasez del tiempo polìtico y la saturación comunicacional de noticias de campañas. A este error polìtico, se le suma la decisión compleja de plebiscitar el Programa del Frente Amplio en materias que no hay consenso.Esta decisión no quedò bien instalada por Sánchez y la directiva del bloque de izquierdas: aparecieron dudas de grupos del Frente Amplio por la conducta “ tecnocratica” de someter los temas a plebiscito; quedaron en evidencias discrepancias internas; la participación de 16.793 personas en la consulta programática de luego de tres meses de plebiscito virtual, tuvo voces criticas en el Frente Amplio que forzaron a Sanchez a salir en su defensa “*yo la encuentro alta”.* Una evaluación de 17 mil personas en un plebiscito ciudadano de una fuerza emergente que aspira a renovar la politica no es un buen resultado, agravado porque la desvaloración del resultado por los lideres frenteamplistas

La campaña de Beatriz Sanchez, con decisiones polìticas equivocadas y tensiones internas entre el comando y sus partidos, arriesga continuar perdiendo apoyo . Sigue abierto el desafío del despliegue territorial de la campaña para fortalecer la intencion de voto de los que simpatizan con la opción de Sanchez.

**Carolina Goic cambia su diseño comunicacional con activa presencia comunicacional y tematica pero no logra repuntar**.

Goic tuvo que abandonar el absurdo eslogan de campaña de “*Patria resiliente”* por uno nuevo siempre , centrada en atributos de la candidata y poco convocante a la ciudadanía : “*Yo me atrevo”.* La presencia comunicacional de Goic es sostenida y oportuna, emplazando a Piñera con tonos mas fuertes que Guillier , especialmente en el tema de financiamiento de campañas.

La propuesta educacional de Goic titulada “*la educación con otra mirada: avanzar desde las reformas estructurales al foco de aprendizaje en los estudiantes”,*se desliga de la propuesta de gratuidad universal y de la educacion como un derecho, planteando avanzar hasta el 7 decil ( “*aspiramos a extenderla del 60% al 70% de los estudiantes de menos recursos “)* con una priorización de la educación técnico-profesional basada en “*gratuidad para el 100% de estudiantes de carreras técnicas cortas”.* En lo sustantivo la propuesta educacional no profundiza las reformas de Bachelet y las reorienta al campo tecnico-.profesional, complementada con un “ servicio país” de los egresados de las universidades beneficiados con la gratuidad.La proyecciòn de la campaña de Goic , que ha debido enfrentar tensiones con los parlamentarios y la Mesa directiva actual, a pesar de los esfuerzos de la campaña, no logra entusiasmar , se mantiene en torno a un 5% y se dirige al cuarto lugar del resultado electoral .

En todo caso, estos dos meses seran decisivos para lograr avances o descensos en todas las candidaturas. El primer debate de las candidaturas constituira un hito polìtico en la campaña, cuyos efectos siempre van a los dubitativos e indecisos.

RPV/27/9/17