

El botín de Franco

El Ciudadano · 23 de noviembre de 2021

"Su discurso antisistema, anti derecha, anti izquierda, anti fórmulas, caló profundo en la percepción de un grupo de jóvenes y adultos jóvenes, que no creen en los medios de comunicación tradicionales..."



Por Maciel Campos, académico Facultad de Comunicaciones y Artes, Universidad de Las Américas

Todo el mundo luce sorprendido de que Franco Parisi obtuviera el 12.8 % de la preferencia de voto en las Elecciones Presidenciales, lo que además resultó un

balde de agua heladísima para los candidatos que pasaron a segunda vuelta. Casi todos fueron tomados por asalto, menos CADEM, quien demostró no estar equivocada respecto a las proyecciones asignadas para este aspirante presidencial. La compañía de investigación, 16 días antes de las elecciones, asignó al “telecandidato” 10 % (+3 pts.) en su último sondeo, así de certero.

Las encuestas nunca han sido “monedita de oro” para todos los que participan de ellas, de hecho, algunas han tenido vergonzosos tropiezos. Sin embargo, los factores que aquí estuvieron en juego y que determinaron esta valiosa posición para un candidato “outsider”, ya eran evidentes para un buen número de ciudadanos, a lo menos para ese 12.8 %.

En primer lugar, Parisi no es un político de trayectoria. Es ingeniero con formación económica, que posee una oratoria amplia que irradia seguridad, confianza y certeza. Encarna, por tanto, lo que la famosa psicóloga social Amy Cuddy a bautizado como “El Poder de la Presencia”, que implica utilizar buen lenguaje, imagen cuidada y agradable, y precisa comunicación no verbal. Justo ahí donde otros candidatos se mostraron agotados, dubitativos y erróneos, Parisi, detrás de una pantalla y a 7.500 kilómetros de distancia, siempre demostró un total dominio de sí mismo.

En segundo lugar, su discurso antisistema, anti derecha, anti izquierda, anti fórmulas, caló profundo en la percepción de un grupo de jóvenes y adultos jóvenes, que no creen en los medios de comunicación tradicionales. Un grupo que prefiere un consumo y construcción colaborativo de contenidos en línea. En este sentido, la “brigada digital de Parisi” tuvo un desempeño notable a la hora de convocar a casi 900.000 independientes (principalmente ubicados al norte del país) que, descontentos con las líneas programáticas más febles respecto a la inmigración ilegal, decidieron optar por la regulación que este candidato proponía.

Este nuevo escenario electoral -ya confirmado- coloca a las dos primeras mayorías (Kast y Boric) en un terreno de altísima competitividad, pues de algún modo, tendrán que seducir a esos ciudadanos de “likes y votos”, a papeletas efectivas de preferencia hacia alguno de los dos extremos. De los que precisamente el candidato Parisi intentó huir. Ese botín de comunicación digital será ahora inmensamente jugoso, pues definirá al próximo Presidente de Chile.

Fuente: [El Ciudadano](#)