

LA APUESTA POR EL RELATO EXPANDIDO por Dra. Angélica Pacheco Díaz

Publicado el 05 Jul 2021 Por : admin Comment: 0



Dra. Angélica Pacheco Díaz
Directora Magíster Comunicación Digital y Transmedia
Escuela de Comunicaciones, Universidad Viña del Mar

El propósito de una franja electoral es entregar información pública a la ciudadanía para que decida de manera informada. Es un derecho conocer los compromisos que asumen los candidatos frente al país para optar a un cargo de elección popular y la franja resulta eficiente cuando las piezas audiovisuales generan impacto en las comunidades.

En este sentido, es destacable el interés de las audiencias por conocer las propuestas de las coaliciones de Chile Vamos y Apruebo Dignidad, logrando 42,4 puntos de sintonía solo en su primer día de exhibición. Es decir, más de un millón de personas, vieron la apertura de las candidaturas que se medirán en primarias el próximo 18 de julio.

En una sociedad digital resulta inevitable para medir el impacto de la franja, integrar las prácticas de los usuarios de redes sociales. Los contenidos no se han detenido desde la primera emisión de los spots, logrando reacciones e interacciones acerca de las historias de los candidatos. Incluso se viralizaron comentarios con humor, ironía, rechazo, molestia, apoyo a ejes discursivos como la solución Lavín Forte, la retroexcavadora de Ignacio Briones y los storytelling de Mario Desbordes y Sebastián Sichel. Los prosumidores van contando nuevas historias logrando interfaz con los usuarios a través de memes, videos y realidad aumentada en Twitter con Daniel Jadue bailando al ritmo de la música de Rasputín o el uso de ilustraciones de Gabriel Boric arriba de un árbol cual

Barón Rampante de Calvino.

Una buena pieza audiovisual en la franja requiere un relato que logre expandir la historia en diversas plataformas digitales mediante narrativas hipertextuales que funcionan como bucles y pensamiento rizomático en el espacio público virtual que es un universo con diversas entradas y salidas. La estética de esa narrativa permite o no convertir la pieza en conversaciones públicas a partir de la experiencia de los usuarios.

La construcción del relato implica conectar con las emociones de los públicos fragmentados en diversos intereses y burbujas en red, por lo que requiere una lectura adecuada del contexto social, calibrar el ruido ambiente y representar simbólicamente las necesidades de las comunidades siendo el candidato, personaje central de la historia, quien coloca sus atributos como sello.

No son piezas audiovisuales improvisadas. Responden a problemas complejos con un relato sencillo para movilizar a votantes a participar en estas primarias. Las historias requirieron un giro narrativo con la interpretación del ruido social que cada candidato con su storytelling responde con soluciones al problema.

Los que logren consolidar en los próximos días de franja un relato épico y estético como respuesta al ruido o malestar social, tendrán más oportunidades de ganar en primarias. Sin embargo, no basta responder al problema con la historia personal del candidato. Se trata de avanzar hacia una nueva relación entre la ciudadanía y el estado donde no existe espacio para errar lingüística ni simbólicamente con lugares comunes en el storytelling. El desafío de los candidatos es sostener el ambiente logrado en el arranque de la difusión de las propuestas en la franja y ampliar la circulación de sus contenidos en la red logrando un relato expandido. En esta etapa aquellos que apostaron por primarias, ganaron la primera ronda de instalación.

