



COMUNICACIÓN POLITICA: APUNTES PARA ENTENDER ESTOS TIEMPOS

RENÉ JOFRÉ

PSICOLOGO

**MAGISTER EN ARTES
LIBERALES Y
COMUNICACION**

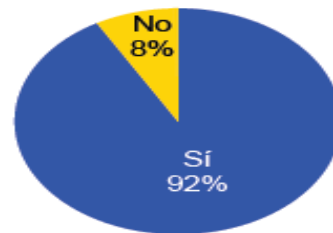
I. ALGUNOS DATOS

CONECTIVIDAD

¿Usted tiene teléfono móvil o celular?



BASE: Total muestra



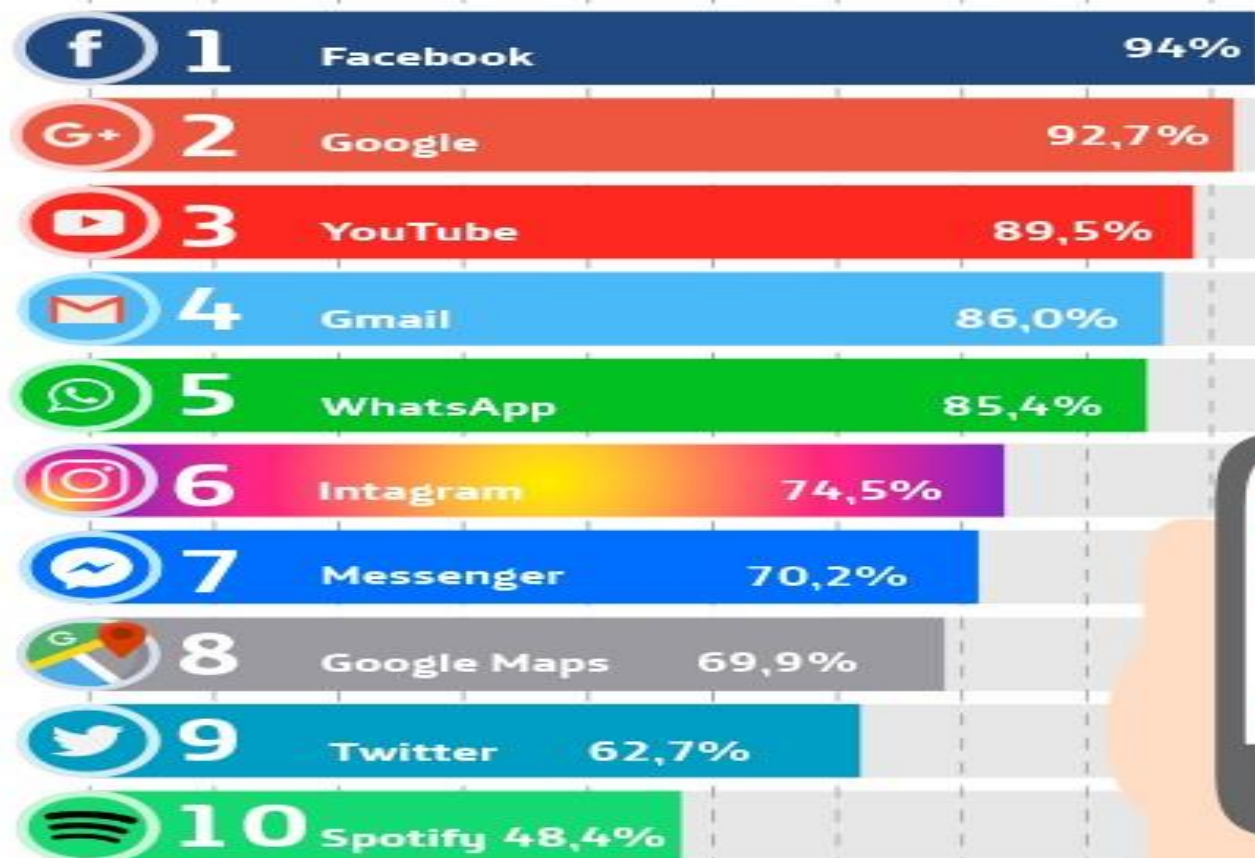
			18-24 años	25-34 años	35-44 años	45-54 años	+ 55 años				Stgo.	Reg.
% Sí	92	91	95	96	96	93	79	98	96	85	90	93
% No	7	8	4	4	3	7	20	2	3	14	10	6

El 100% se completa con la categoría "NS/NR".

Las aplicaciones más populares en Chile

Porcentaje de usuarios que tienen y utilizan estas plataformas

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



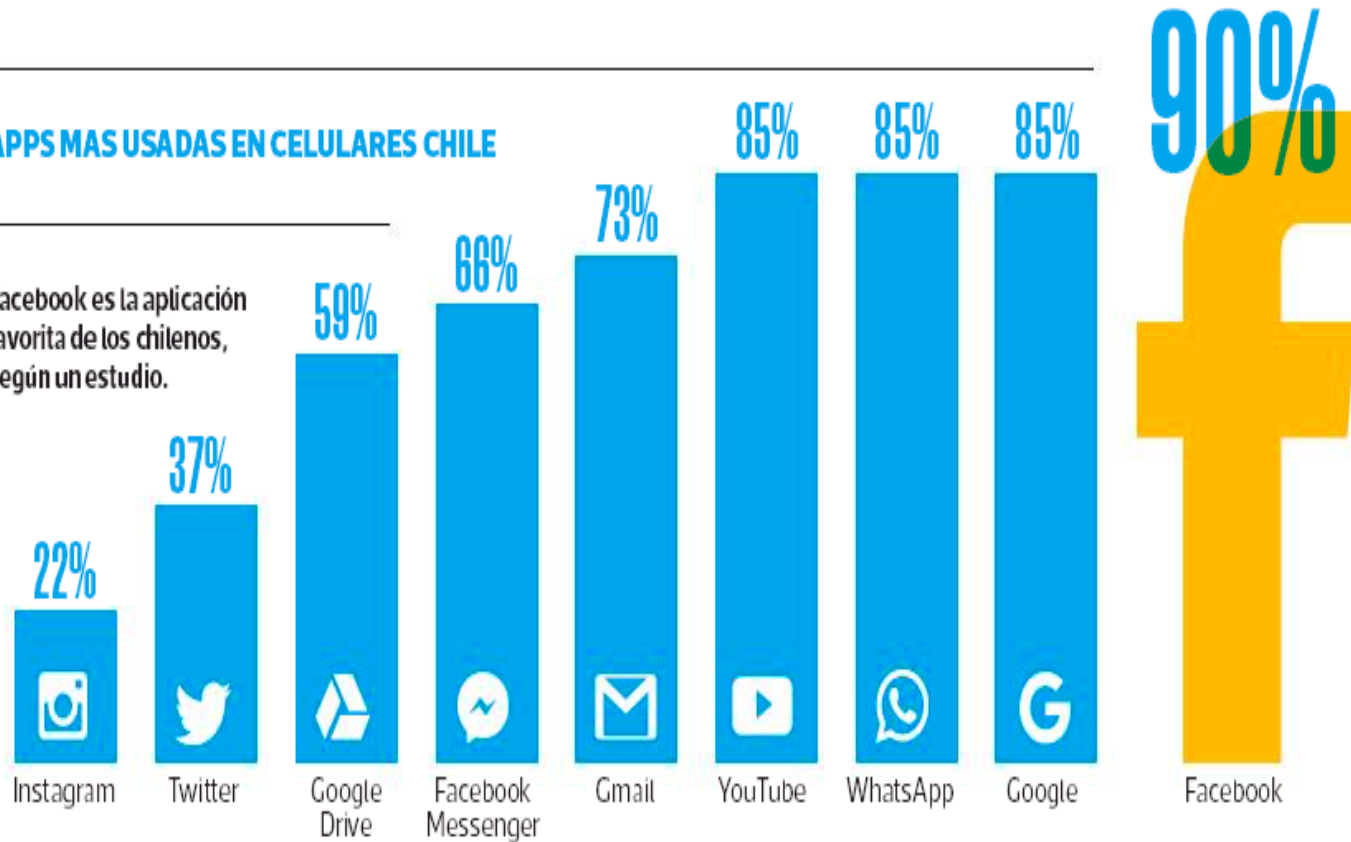
APLICACIONES Y REDES SOCIALES



APLICACIONES

APPS MAS USADAS EN CELULARES CHILE

Facebook es la aplicación favorita de los chilenos, según un estudio.



*Porcentaje de los usuarios de smartphones que interactúa activamente con esta app

Uso de Facebook por horario



Horario favorito para usar el celular



TELEVISION

KANTAR IBOPE MEDIA

Rating diario
Chile

04 de abril de 2019

Rat%*

1. ISLA PARAISO	22,2
2. VERDADES OCULTAS	20,6
3. JUEGOS DE PODER	19,2
4. AHORA NOTICIAS CENTRAL	16,6
5. JUEGOS DE PODER (RESUMEN)	16,1
6. ISLA PARAISO (RESUMEN)	16,1
7. RESISTIRE	15,9
8. Y TU QUIEN ERES (R)	13,3
9. PASAPALABRA	12,9
10. AVENIDA BRASIL	11,3

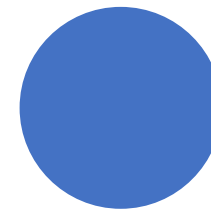
*Target: Hogares

Un 8% de los adolescentes chilenos ve series nacionales.

Esto muestra “lo alejada que está la producción audiovisual nacional de las y los adolescentes en materia de ficción, a excepción claro está, de las telenovelas nocturnas”.

“Radiografía a los referentes audiovisuales de adolescentes chilenos”. (2018)

II. Y LOS JÓVENES?



¿Y LOS JÓVENES?

“Radiografía a los referentes audiovisuales de adolescentes chilenos”. (2018)

VIDEOJUEGOS: Más de la mitad de los adolescentes entrevistados, aseguró que se entretiene con videojuegos: de acción, estrategia, deportes o carreras, rol, rompecabezas y aventura.

YOUTUBERS: La visualización de videos constituye uno de los hábitos más extendidos entre ellos y que las y los youtubers actúan como líderes de opinión y son percibidos como iguales a los que se puede admirar por sus cualidades. (Pewdiepie: “cultura internet”).

REDES SOCIALES: Instagram, con un 59% de las preferencias, fue la red social más utilizada por los jóvenes, seguida por YouTube (7%), Facebook (6%) y Twitter (2%).

MÁS SEGUIDOS: La investigación también reflejó que las figuras o líderes que más siguen en estas plataformas son cantantes, actores, youtubers y deportistas, destacando los nombres de **Rihanna, Justin Bieber y Cristiano Ronaldo Vesta Lugg.**

Los más seguidos entre los jóvenes



1. Comparten que en sus publicaciones entregan una visión ampliada o íntima de su trabajo profesional y también de su vida personal.



2. Entre estos dos mundos (público y privado) no existe una clara separación.

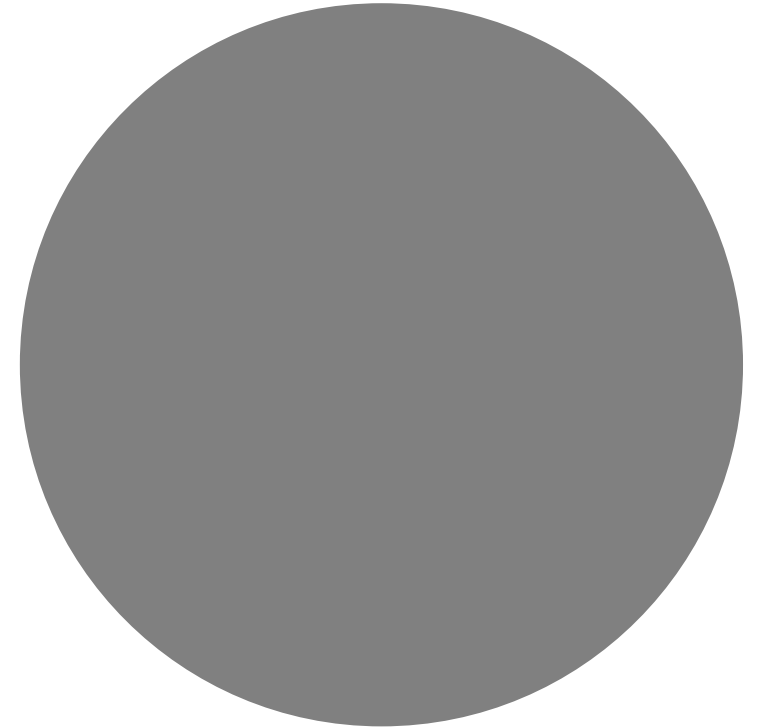


3. Tampoco entre su vida real y la “venta” o promoción de la misma. Utilizan como recursos el humor y la interpelación a su público para generar respuestas.



“Radiografía a los referentes audiovisuales de adolescentes chilenos”. (2018)

III. CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA ACTUAL (Gutiérrez – Rubí)



I. LA MUTACION DEL PODER

(Cómo lo conocíamos)

1. Una política distribuida.

El poder ha mutado.

2. **Una política vigilada.** Mayor fiscalización y monitoreo de las actividades de los líderes políticos.

3. Una política desplazada hacia los intereses de las personas.

Información constante sobre lo que hacemos en las redes

“Rastro digital”

Big data.

“Esto permite conocer mejor los intereses de la gente y sus comportamientos. Esos intereses (pueden ser) más relevantes para la acción política que las condiciones económicas, educativas, o sociolaborales.”

La distancia entre ciudadanía y elites”

(Encuesta de Desarrollo Humano 2013 Informe PNUD 2015)

Un 38 por ciento de la élite declara que el principal defecto de los ciudadanos es *“estar desinformados”*.

Un porcentaje alto de la población (43,5 por ciento) tiene una alta demanda de cambio, sin tener altos niveles de malestar con la sociedad.

Fuerte valoración existente del esfuerzo personal y del mérito individual entre los chilenos y también fuerte demanda de las personas por una mayor presencia del Estado en diversos ámbitos de la vida cotidiana

CONTEXTO

EL FIN DEL PODER.

(MOISES NAIM, 2013)

LA REVOLUCION DEL MÁS

Más gente, países, ciudades, partidos políticos, ejércitos, inconformes, predicadores, más bienes y servicios, ordenadores y delincuentes, más clase media exigente e inquieta políticamente.

LA REVOLUCIÓN DE LA MENTALIDAD.

Mayor educación e información especialmente entre la gente joven más inquieta, curiosa y exigente, con profundos cambios en sus valores, criterios y normas

LA REVOLUCIÓN DE LA MOVILIDAD.

El fin del público cautivo. La gente se desplaza con suma movilidad a todas partes. Los inmigrantes están transformando las empresas, religiones y culturas de los países donde se establecen. El poder creciente de las redes sociales, gracias a las tecnologías de la información y las comunicaciones.

II. LA ERA EMOCIONAL

(Más de González Rubí)

Una comunicación política personalizada.

- Los datos mejoran la capacidad de segmentación de los mensajes.
- Generan lazos emocionales con la ciudadanía.

Una comunicación política desintermediada.

- Comunicación directa ¿fin de las audiencias?
- **Unas campañas electorales descentralizadas... y más creativas.**

Campañas orientadas a lo creativo desde un punto de vista ciudadano, como motores de acción.

- **CONCIENCIA.**

**“Una expresión puramente descriptiva ,
que invoca la percepción más inmediata
y segura”. Freud.**

¿Porqué?

¿Porqué?

“El capitalismo avanzado se centra en la extracción de un tipo particular de materia prima: los datos”. Srnicek

