



# CRITERIA

INVESTIGAR INTEGRAR TRANSFORMAR

## “TODOS SOMOS GENERALES DESPUÉS DE LA BATALLA” EMOCIONES A LA BASE DE LA CRISIS SOCIAL CHILENA

Noviembre 2019

@criteriachile



Criteria



@CriteriaChile





# CRITERIA

INVESTIGAR · INTEGRAR · TRANSFORMAR

## ESTALLIDO SOCIAL

@criteriachile



Criteria

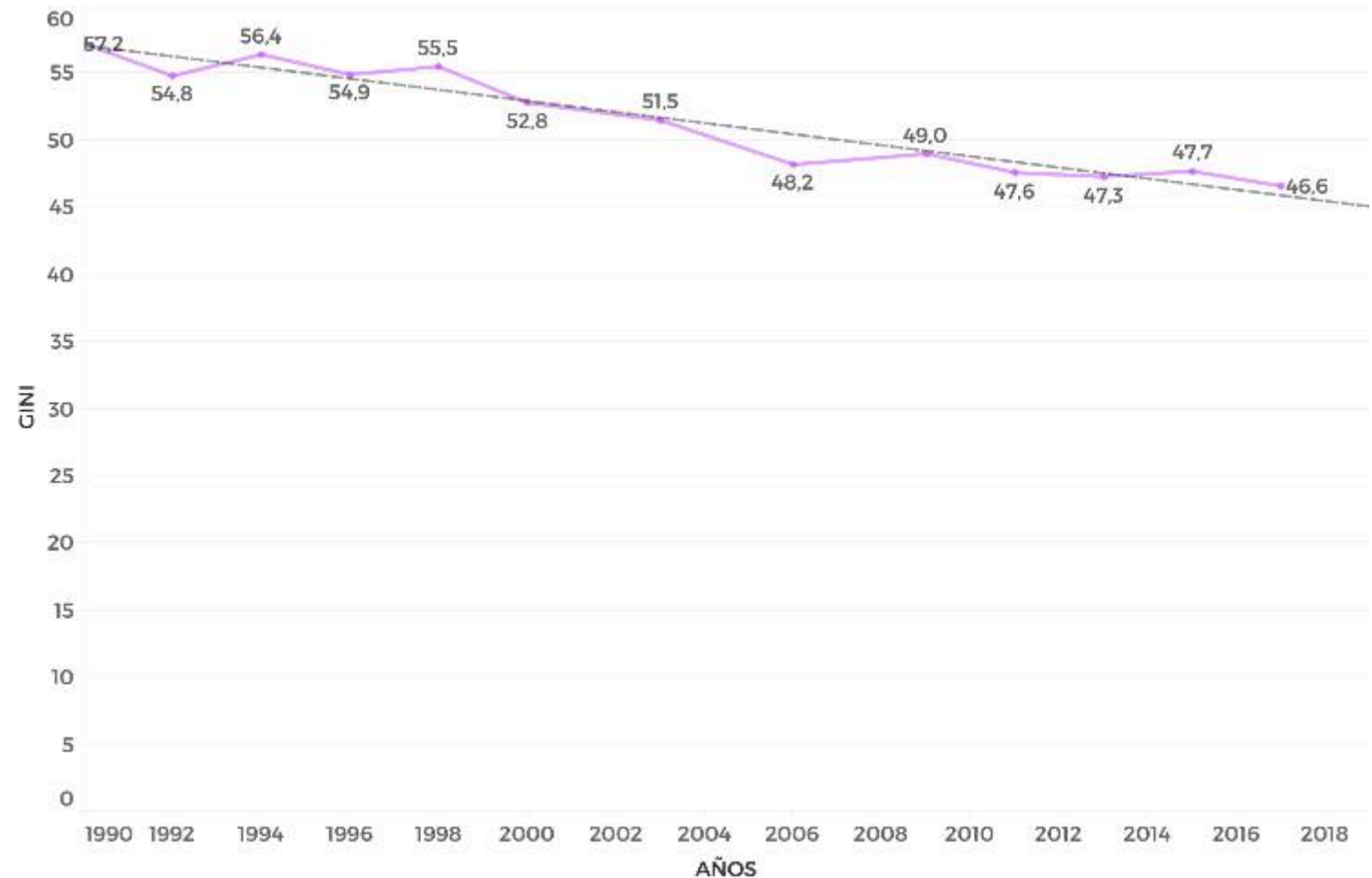


@CriteriaChile



# EVOLUCIÓN DE LA DESIGUALDAD ECONÓMICA EN CHILE (1990-2018)

- En efecto, si bien la desigualdad en Chile ha descendido sistemáticamente desde el 90 hasta la fecha, su coeficiente aún nos sigue incluyendo dentro de los países con mayor desigualdad de ingresos.
- Esto se agudiza aún más cuando nos comparamos con los países de la OCDE, en donde Chile es el país más desigual de todos (Gini Index, Banco Mundial, 2019).



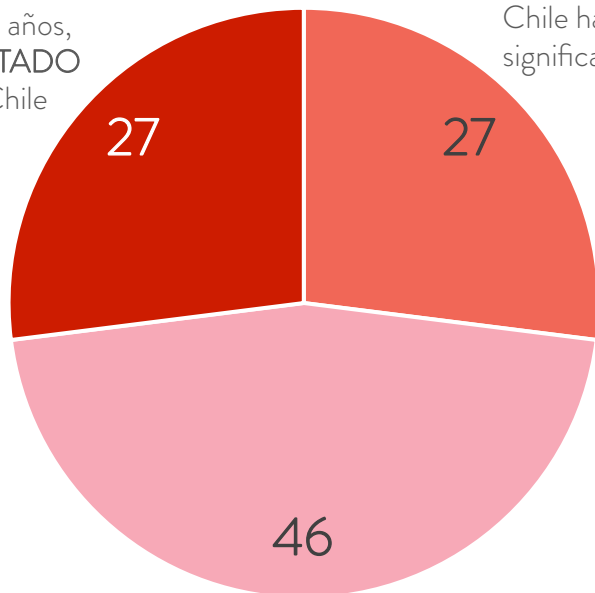
FUENTE: COEFICIENTE GINI, BANCO MUNDIAL

# POBREZA Y DESIGUALDAD EN CHILE

¿Cuál de las siguientes frases refleja mejor lo que tú crees? | Pensando ahora en la DESIGUALDAD SOCIAL, es decir en la diferencia entre las personas con más ingresos y las personas con menos ingresos, ¿cuál de las siguientes frases refleja mejor lo que tú crees? **(BASE TOTAL: 1.005 CASOS)**

## POBREZA

Durante los últimos 30 años, la pobreza ha **AUMENTADO** significativamente en Chile

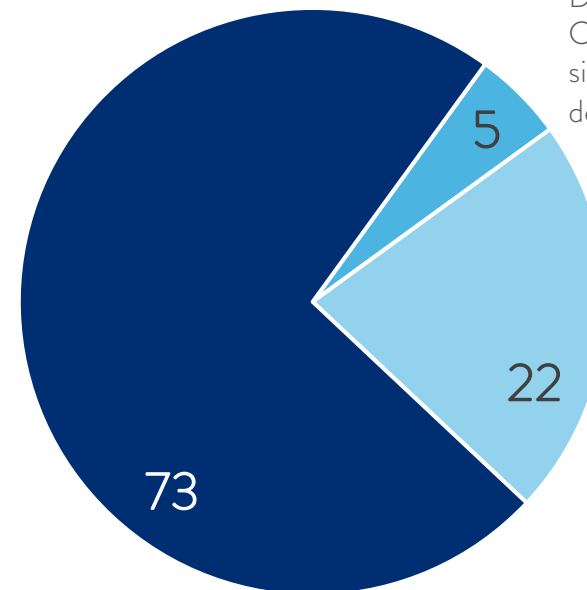


Durante los últimos 30 años, Chile ha logrado **REDUCIR** significativamente la pobreza.

Durante los últimos 30 años, la pobreza en Chile **SE HA MANTENIDO** más o menos igual

## DESIGUALDAD

Durante los últimos 30 años, Chile ha logrado **REDUCIR** significativamente la desigualdad social



Durante los últimos 30 años, la desigualdad social en Chile **SE HA MANTENIDO** más o menos igual

Durante los últimos 30 años, la desigualdad social ha **AUMENTADO** significativamente en Chile

# POBREZA Y DESIGUALDAD EN CHILE

¿Cuál de las siguientes frases refleja mejor lo que tú crees? | Pensando ahora en la DESIGUALDAD SOCIAL, es decir en la diferencia entre las personas con más ingresos y las personas con menos ingresos, ¿cuál de las siguientes frases refleja mejor lo que tú crees? **(BASE TOTAL: 1.005 CASOS)**

Durante los últimos 30 años en Chile		DESIGUALDAD SOCIAL		
		Reducido	Mantenido	Aumentado
POBREZA	Reducido	3%	10%	14%
	Mantenido	1%	13%	32%
	Aumentado	0%	1%	26%

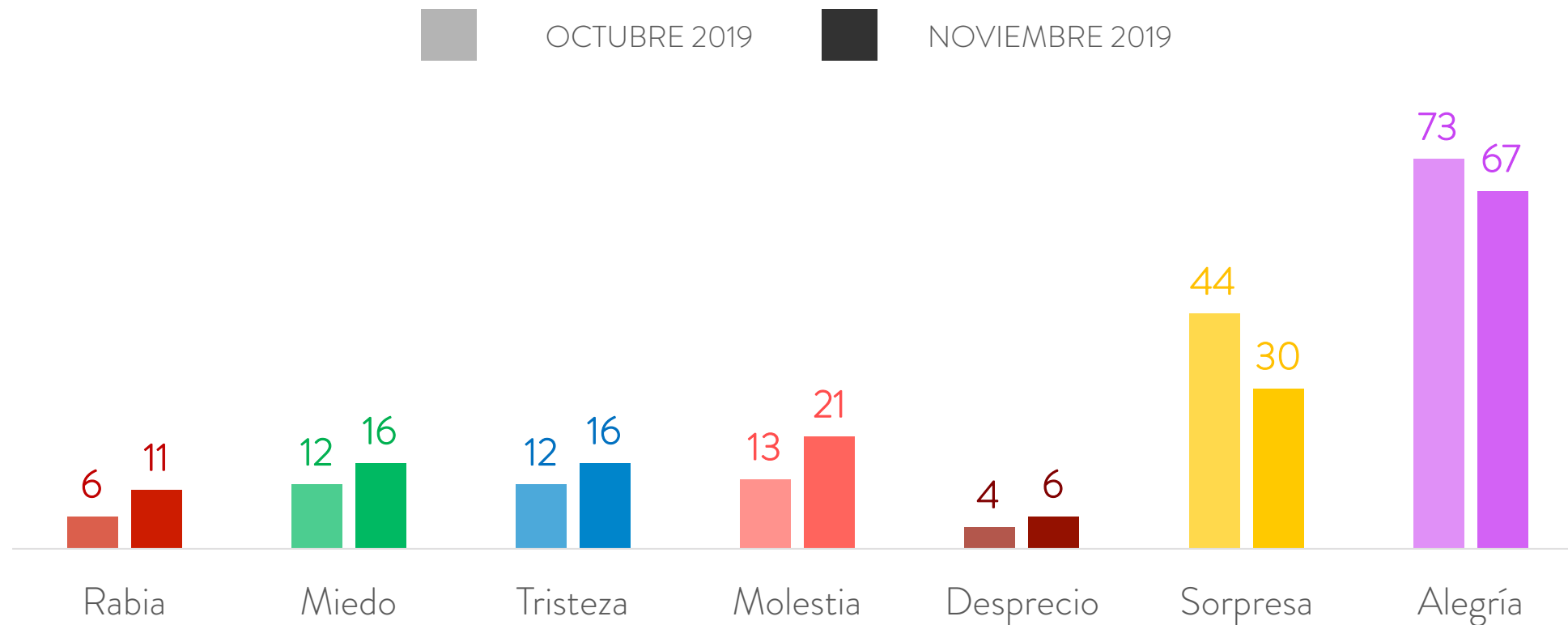


# EMOCIONES EN JUEGO



# EMOCIONES FRENTE A LAS MANIFESTACIONES

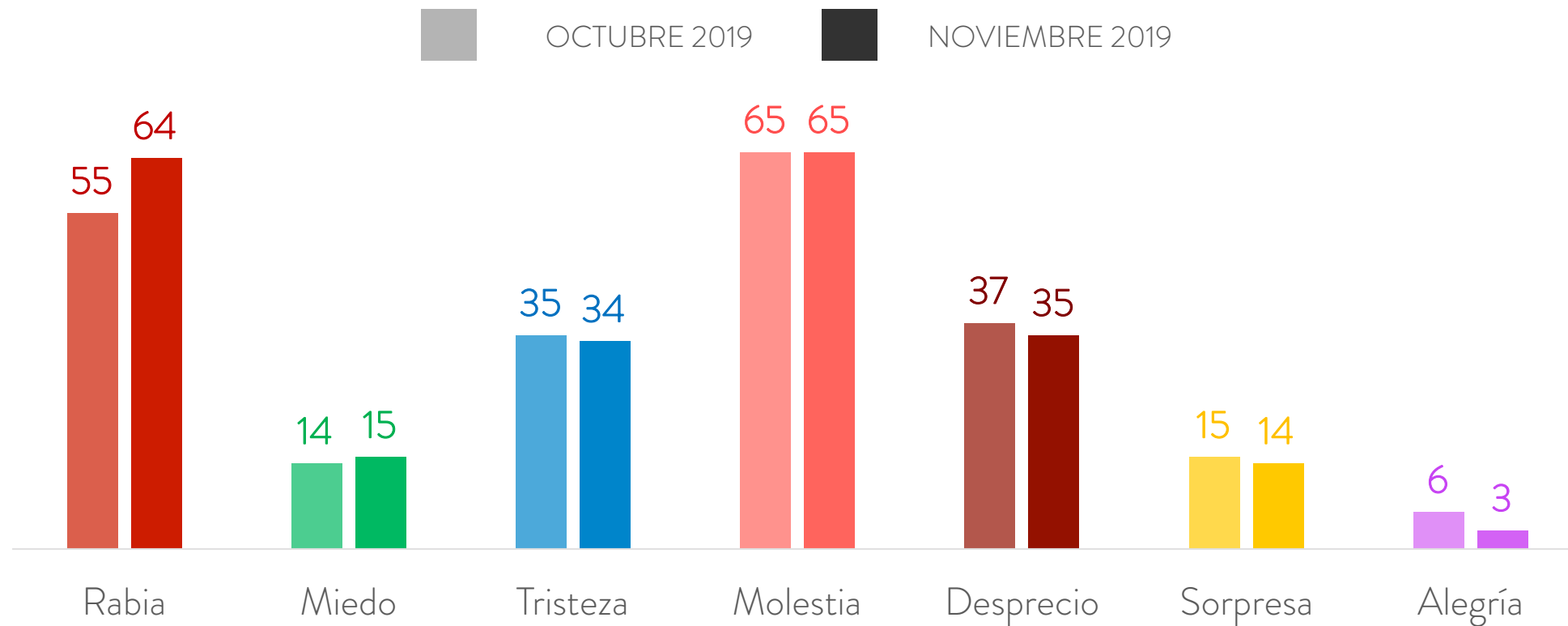
Respecto de recientes MOVILIZACIONES y acciones de protesta como cacerolazos, manifestaciones en plazas y marchas por las calles ¿qué emociones te despierta? Puedes marcar más de una emoción. (BASE TOTAL: 1.005 CASOS octubre | 1.014 CASOS noviembre)



## MANIFESTACIONES

# EMOCIONES FRENTE A LAS REACCIONES DEL GOBIERNO

Pensando en la forma en que EL GOBIERNO han reaccionado luego de las recientes movilizaciones y acciones de protesta, ¿qué emociones te despierta? Puedes marcar más de una emoción. (BASE TOTAL: 1.005 CASOS octubre | 1.014 CASOS noviembre)

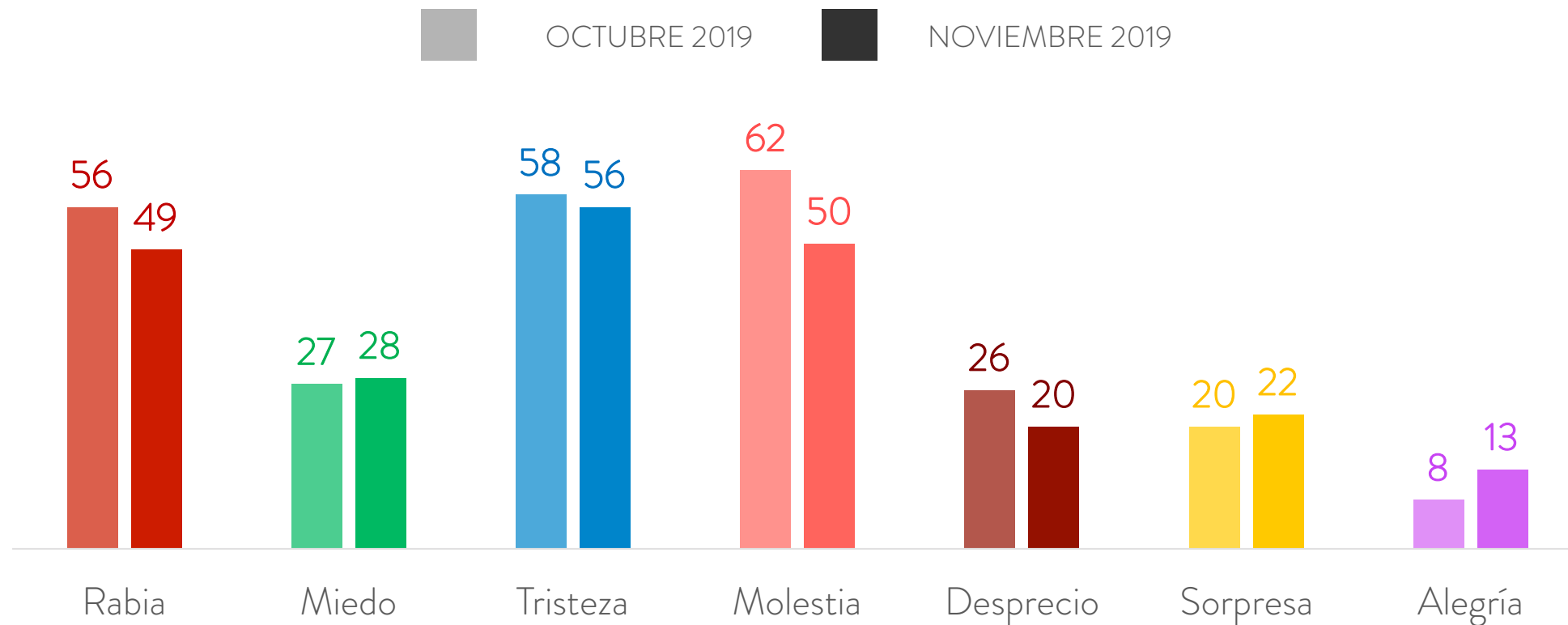


**GOBIERNO**



# EMOCIONES FRENTE A LOS DESTROZOS

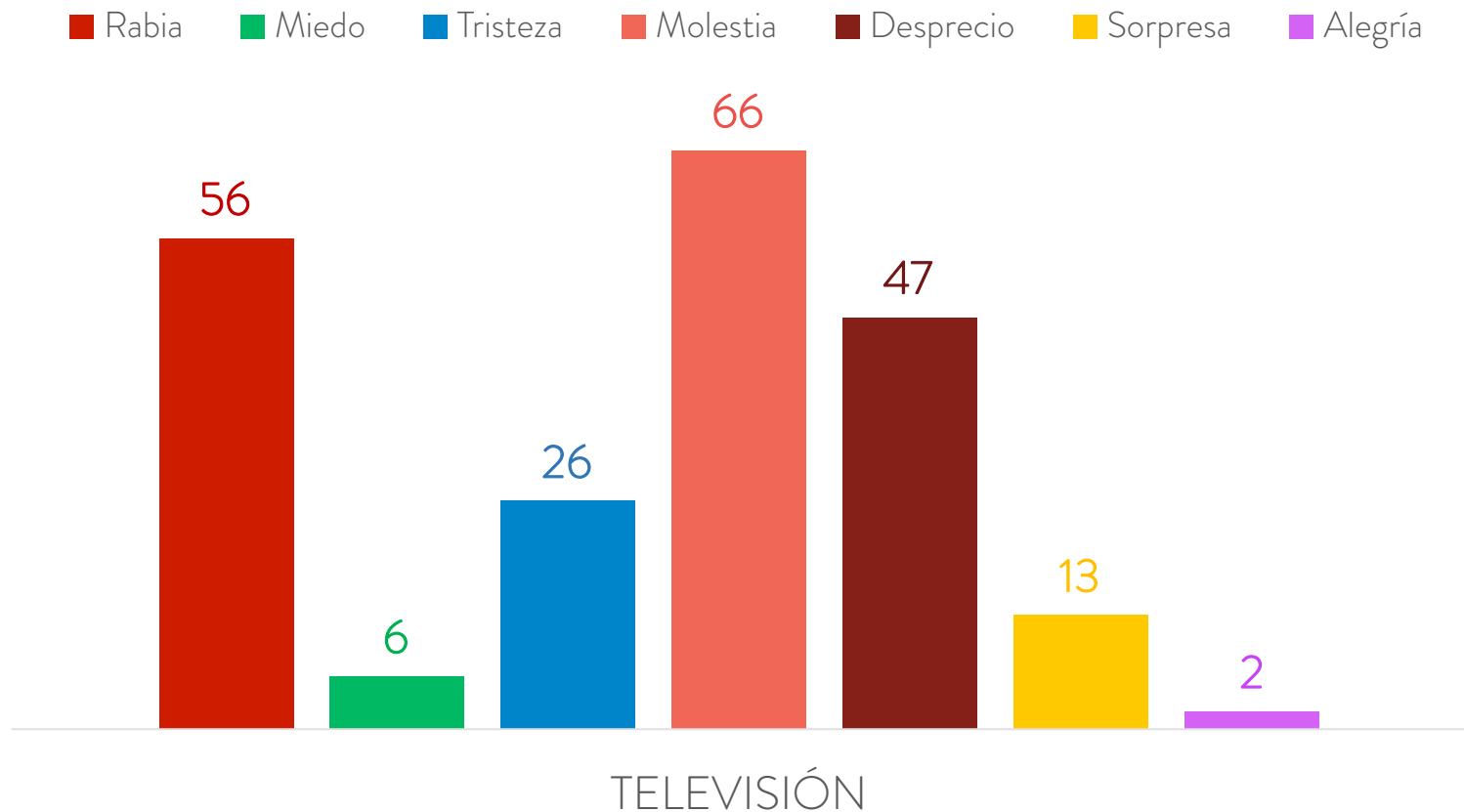
Pensando en los recientes DESTROZOS a instalaciones del metro y saqueos de supermercados. ¿qué emociones te despierta? Puedes marcar más de una emoción (BASE TOTAL: 1.005 CASOS octubre | 1.014 CASOS noviembre)



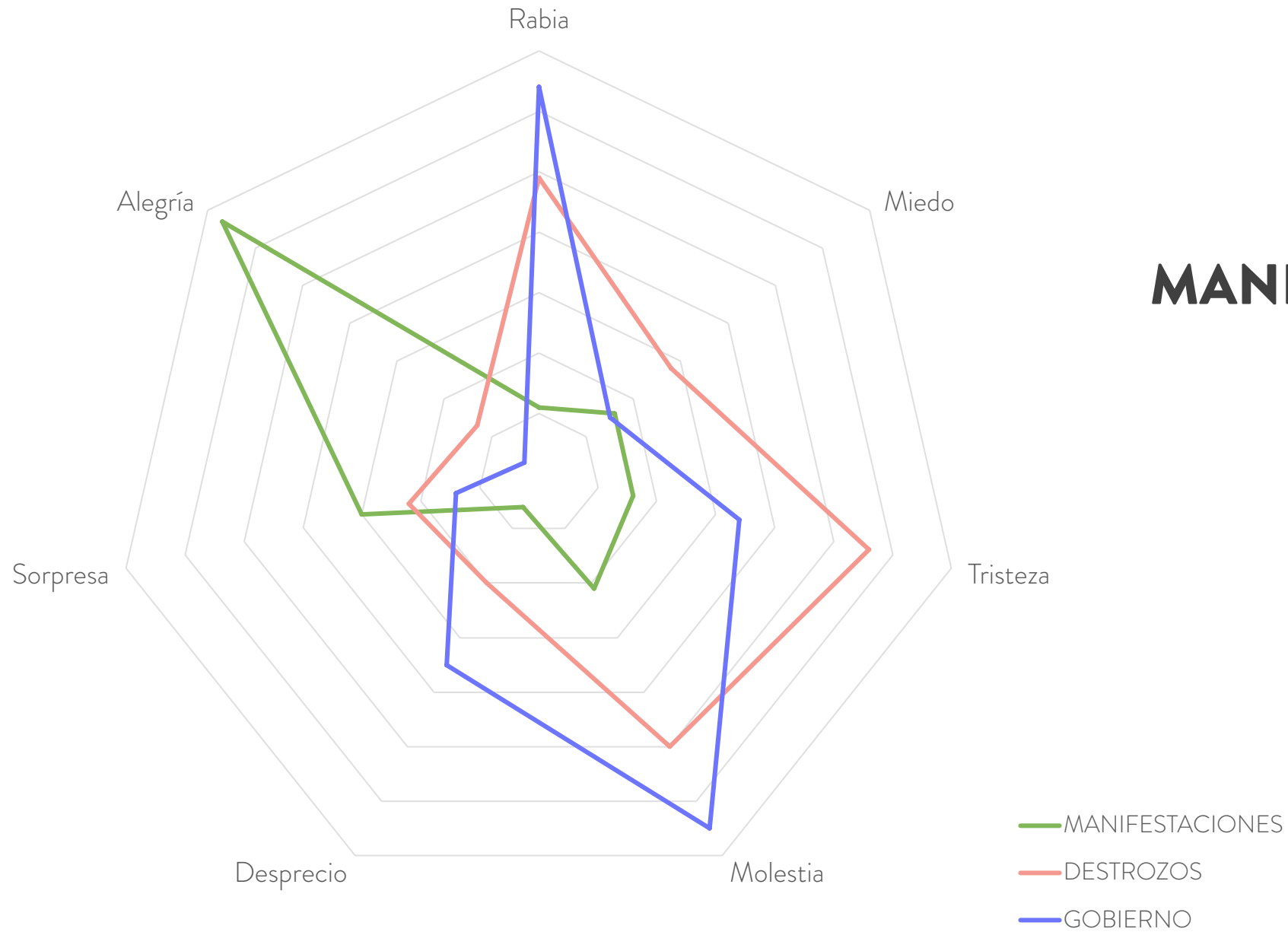
## DESTROZOS

# EMOCIONES FRENTE A LAS REACCIONES DE LA TV

Pensando en la forma en que LA TELEVISIÓN ha reaccionado luego de las recientes movilizaciones y acciones de protesta, ¿qué emociones te despierta? Puedes marcar más de una emoción. (BASE TOTAL: 1.014 CASOS)



# EMOCIONES FRENTE A LOS DESTROZOS, MANIFESTACIONES, TELEVISIÓN Y GOBIERNO

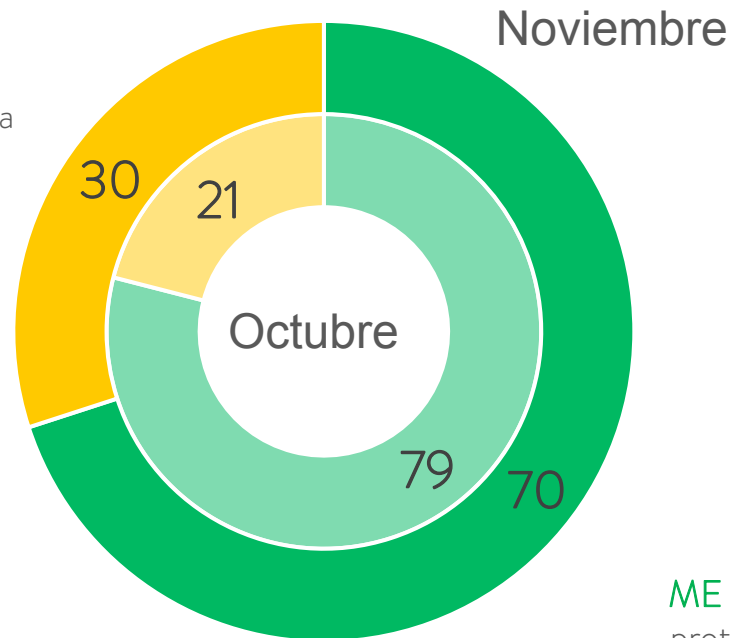


— MANIFESTACIONES  
— DESTROZOS  
— GOBIERNO

# OPTIMISMO Y PESIMISMO

¿Con cuál de las siguientes frases te sientes más identificado? | Pensando en el resultado final de estas MOVILIZACIONES, ¿con cuál de estas tres frases te sientes más identificado? (BASE TOTAL: 1.005 CASOS octubre | 1.014 CASOS noviembre)

**ME SIENTO PESIMISTA:** las movilizaciones y acciones de protesta muestran que el desorden y la falta de control se apoderaron del país



**AUMENTA 9% EL SENTIMIENTO DE PESIMISMO DESDE EL MES DE OCTUBRE**

**ME SIENTO OPTIMISTA,** las movilizaciones y acciones de protesta me hablan de una sociedad que despierta y que las cosas pueden estar mejor en el país

# PRÓXIMO PRESIDENTE(A) RELACIÓN CON EL OPTIMISMO Y PESIMISMO

	Total	Me siento <b>optimista</b>
Beatriz Sánchez	8%	11%
Franco Parisi	8%	10%
Daniel Jadue	7%	10%
Joaquín Lavín	8%	6%
Jorge Sharp	3%	4%
M. José Ossandón	4%	4%
Alejandro Guillier	2%	3%

Base: 678 casos

	Total	Me siento <b>pesimista</b>
José A Kast	8%	22%
Joaquín Lavín	8%	14%
Felipe Kast	4%	9%
M. José Ossandón	4%	6%
Franco Parisi	8%	4%
Heraldo Muñoz	2%	2%
Karla Rubilar	1%	2%

Base: 336 casos

# RABIA

Durante los últimos días se han mencionado muchas razones que producen rabia e impulsan a las personas a movilizarse. ¿Podrías indicarnos cuál de estas razones te produce a ti más RABIA? (BASE TOTAL: 1.005 CASOS octubre| 1.014 CASOS noviembre)



Otras razones ...	Oct-19	Nov-19
Los bajos castigos a los empresarios que se coluden.	9%	11%
El excesivo número de parlamentarios.	9%	8%
Los altos precios de los medicamentos.	8%	11%
La creciente inseguridad ciudadana	8%	7%
Las utilidades excesivas de las grandes empresas.	7%	6%
Los bajos castigos a los empresarios que evaden impuestos.	7%	10%
Los robos sistemáticos de generales del ejército y carabineros	6%	10%
Los altos precios del transporte público.	6%	4%
La represión constante del pueblo mapuche	3%	5%

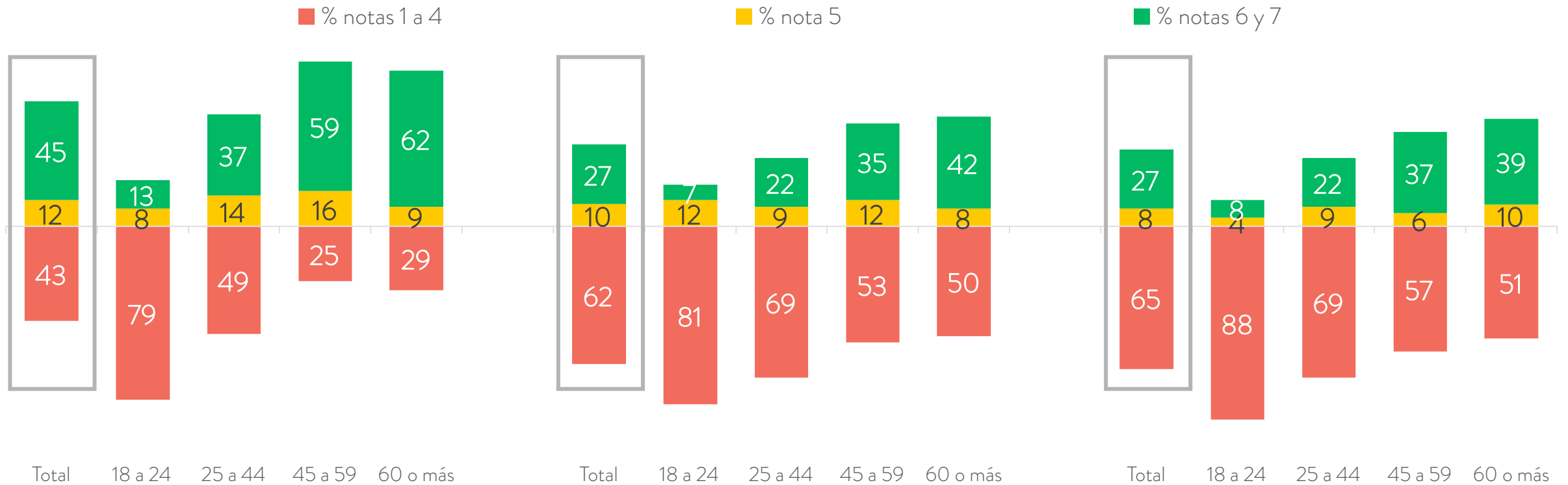


# CONTROL DEL DESORDEN SOCIAL



# MEDIDAS TOMADAS POR EL GOBIERNO PARA ENFRENTAR LOS DESORDENES SOCIALES

Usando una escala de 1 a 7, donde “1” significa “estoy totalmente en desacuerdo” y “7” significa “estoy totalmente de acuerdo”. ¿Qué tan de acuerdo estas con las siguientes medidas tomadas por el Gobierno para enfrentar los desórdenes sociales? **(BASE TOTAL: 1.005 CASOS)**



Reforzar la presencia de Carabineros en las calles.

Implementar toques de queda

Pedirle al Ejército que salga a las calles para hacerse cargo del control social

Octubre 2019

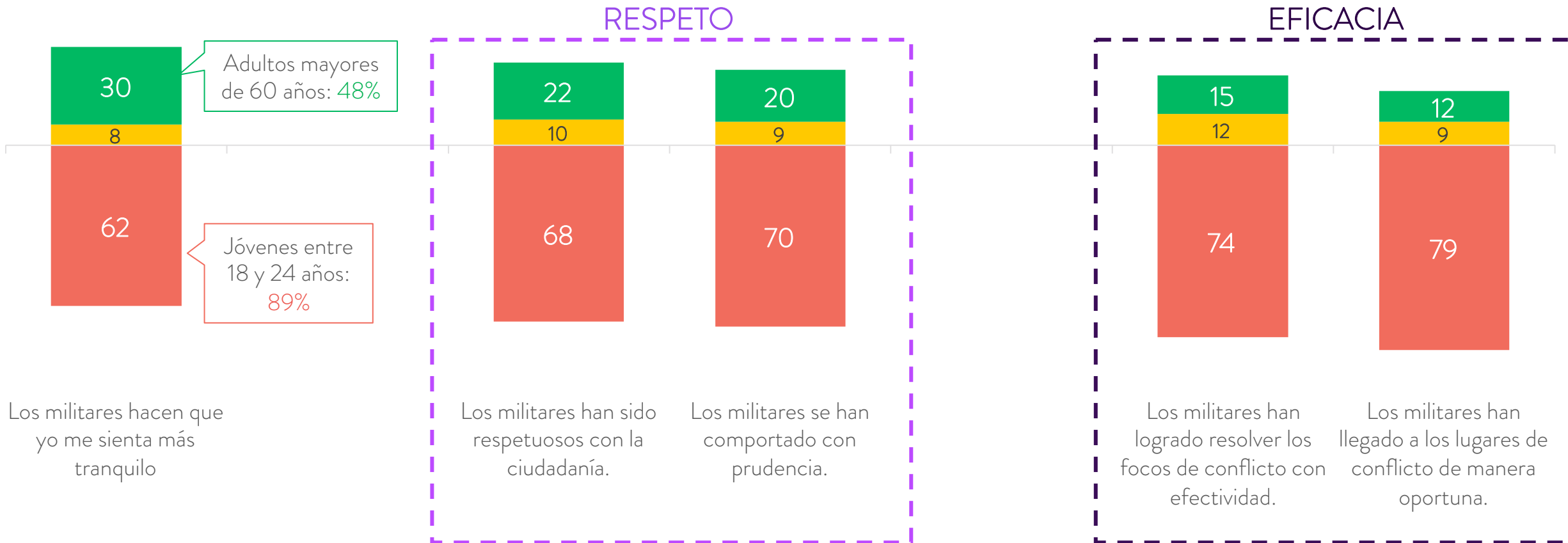
Noviembre 2019



# ROL DE LOS MILITARES

Pensando el rol que han cumplido los militares durante los últimos días, y usando una escala de 1 a 7, donde “1” significa “estoy totalmente en desacuerdo” y “7” significa “estoy totalmente de acuerdo”, ¿Qué tan de acuerdo estás con las siguientes frases? **(BASE TOTAL: 1.005 CASOS)**

■ % notas 1 a 4   ■ % nota 5   ■ % notas 6 y 7

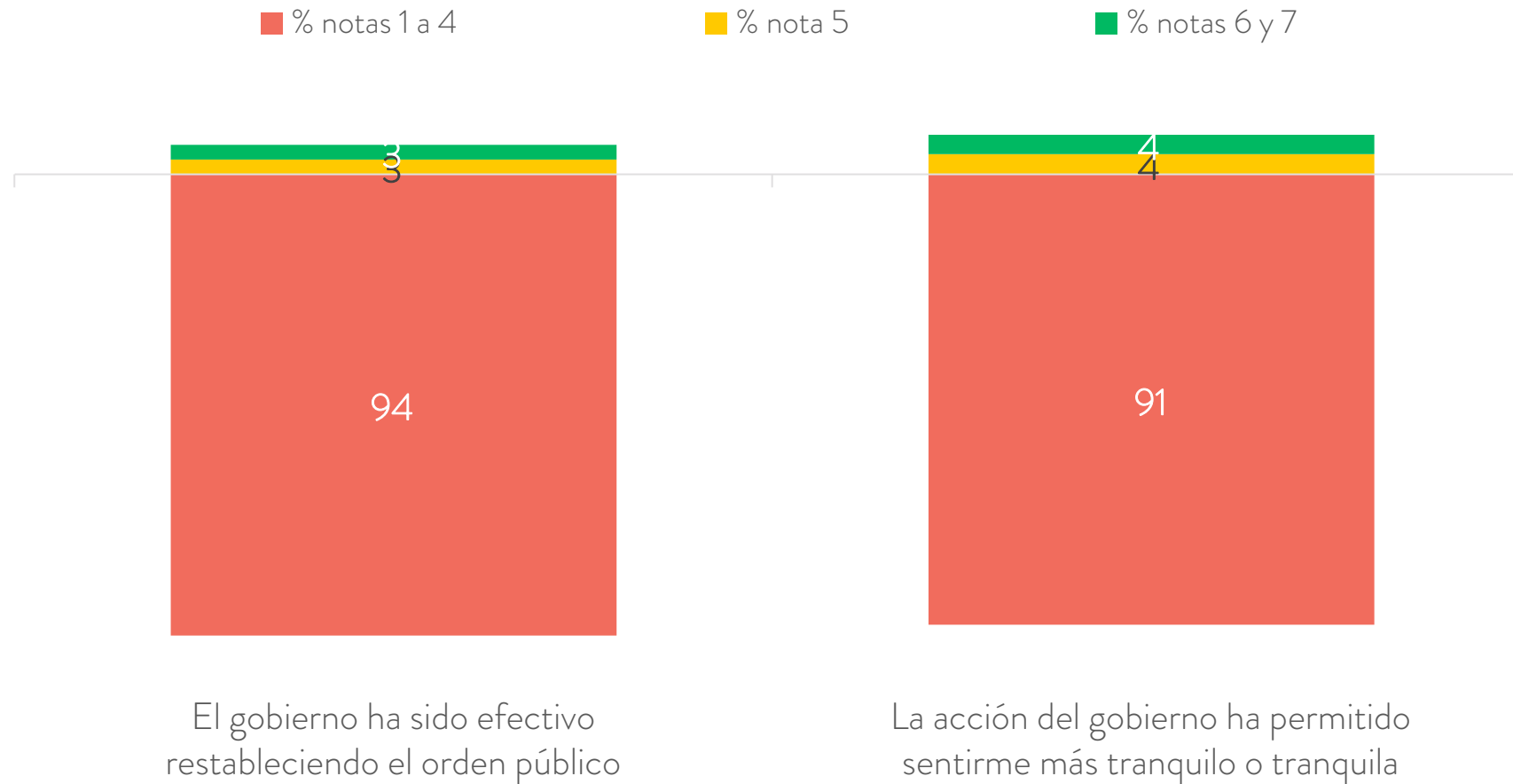


Octubre 2019

Noviembre 2019

# DESEMPEÑO DEL GOBIERNO EN RESTABLECER EL ORDEN PÚBLICO

Pensando en el desempeño del gobierno cumpliendo el rol de restablecer el orden público durante los últimos días, y usando una escala de 1 a 7, donde “1” significa “estoy totalmente en desacuerdo” y “7” significa “estoy totalmente de acuerdo”. ¿Qué tan de acuerdo estas con las siguientes frases? (BASE TOTAL: 1.014 CASOS)

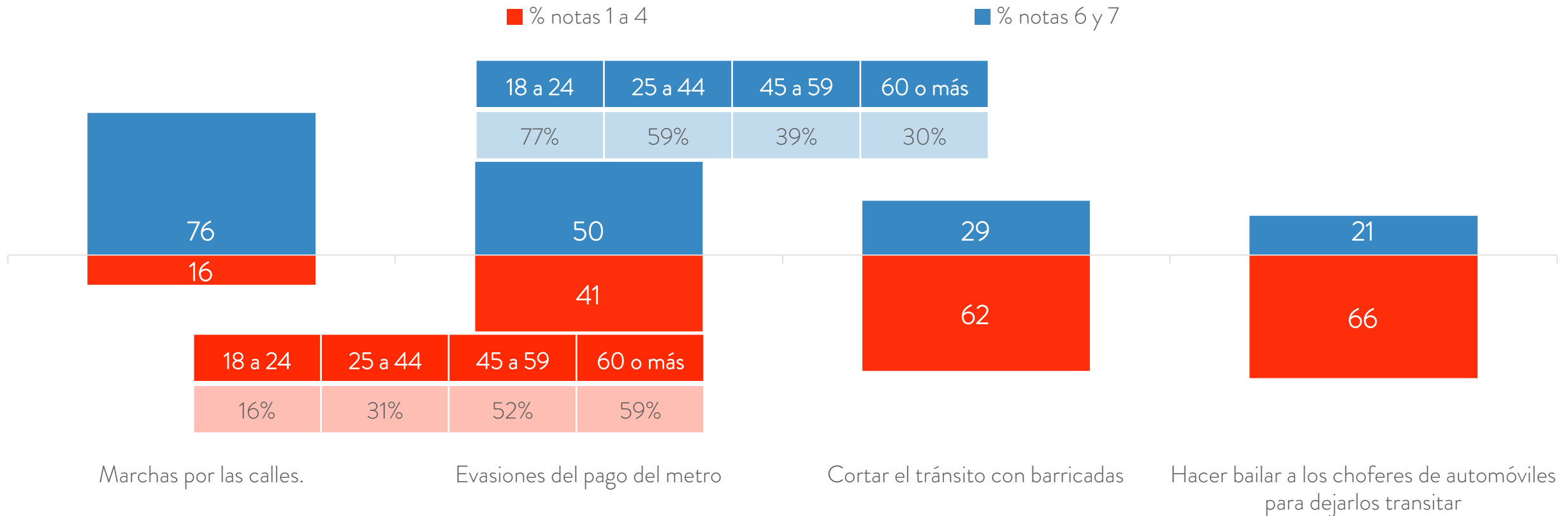




# ACCIONES DE PROTESTA

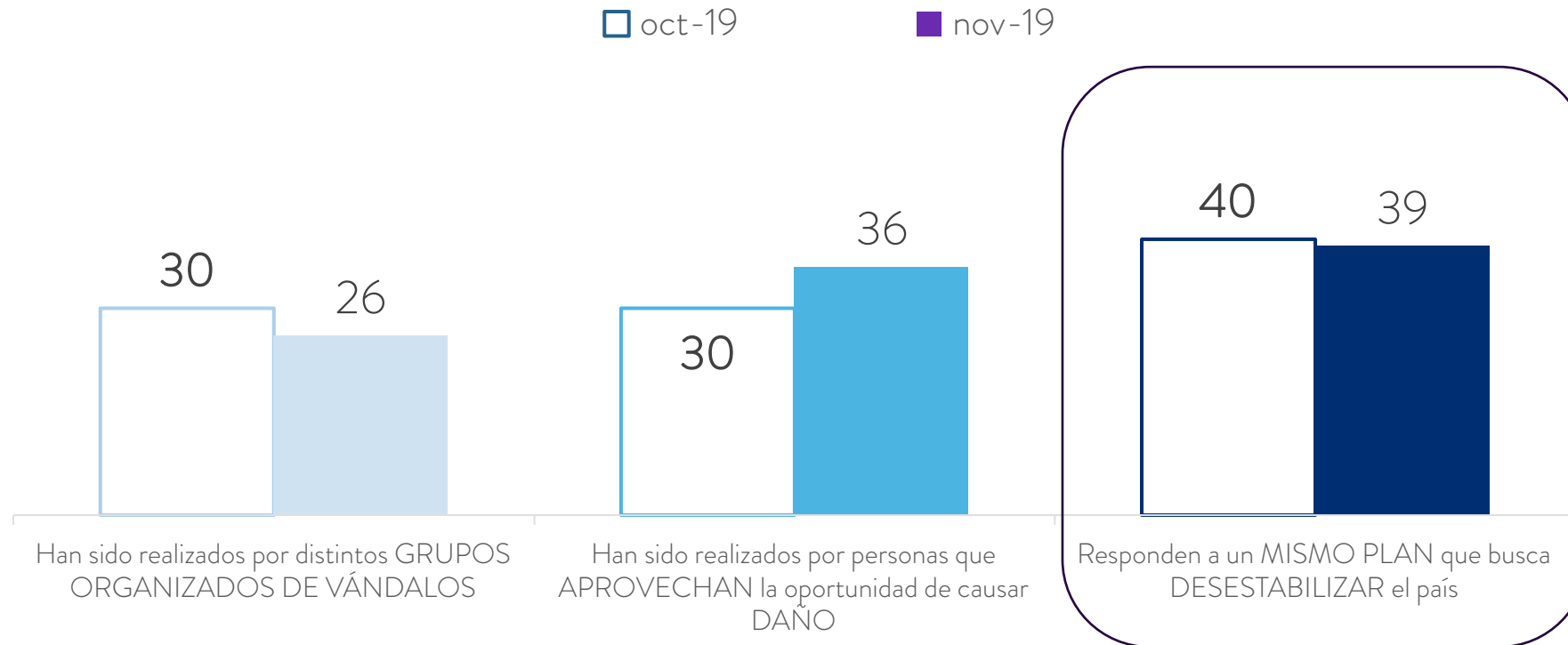
# JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIONES

Usando una escala de 1 a 7, donde "1" significa "son totalmente injustificadas" y "7" significa "son totalmente justificadas", ¿podrías decir qué piensas de cada una de las siguientes acciones ejecutadas por personas durante los últimos días en el país? (BASE TOTAL: 1.014 CASOS)



# DESTROZOS

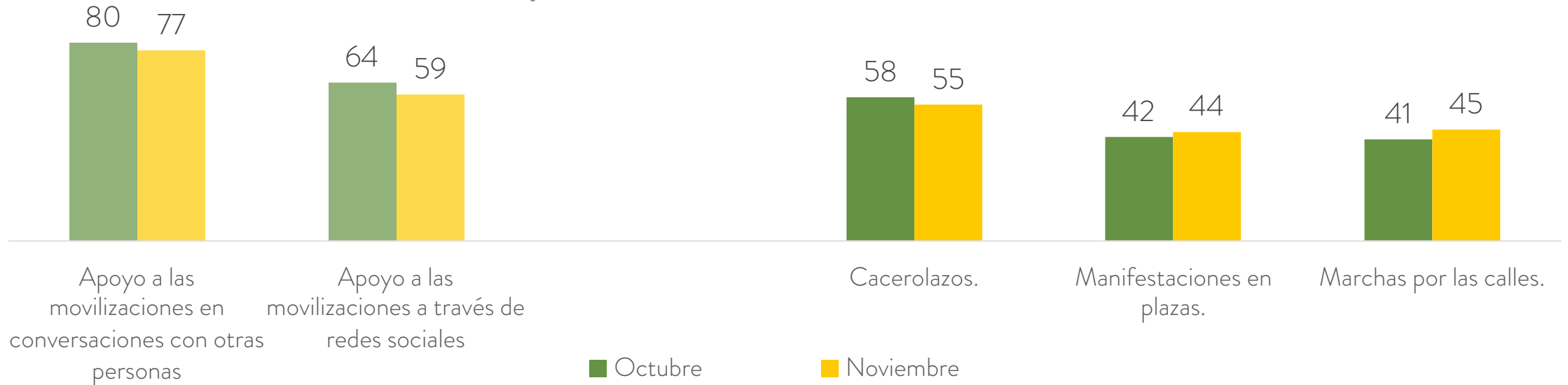
Pensando ahora en los DESTROZOS A LAS INSTALACIONES DEL METRO E INFRAESTRUCTURA PÚBLICA EN GENERAL, ¿cuál de las siguientes frases refleja mejor lo que tú crees? (BASE TOTAL: 1.005 CASOS octubre | 1.014 CASOS noviembre)



# PARTICIPACIÓN

¿Has participado en alguna de las siguientes acciones durante los últimos días? (BASE TOTAL: 1.005 CASOS octubre | 1.014 CASOS noviembre)

% que ha realizado cada acción



Edad	Apoyo a las movilizaciones en conversaciones con otras personas	Apoyo a las movilizaciones a través de redes sociales	Cacerolazos.	Manifestaciones en plazas.	Marchas por las calles.
18 a 24	92% (Oct) 89% (Nov)	87% (Oct) 77% (Nov)	73% (Oct) 72% (Nov)	59% (Oct) 66% (Nov)	55% (Oct) 67% (Nov)
25 a 44	82% (Oct) 80% (Nov)	68% (Oct) 66% (Nov)	64% (Oct) 65% (Nov)	49% (Oct) 49% (Nov)	50% (Oct) 53% (Nov)
45 a 59	77% (Oct) 73% (Nov)	58% (Oct) 51% (Nov)	53% (Oct) 50% (Nov)	36% (Oct) 35% (Nov)	35% (Oct) 39% (Nov)
60 o más	72% (Oct) 69% (Nov)	48% (Oct) 47% (Nov)	41% (Oct) 37% (Nov)	26% (Oct) 31% (Nov)	20% (Oct) 28% (Nov)

Octubre 2019

Noviembre 2019

A dramatic night scene of firefighters at work. In the center, a fire truck with its emergency lights flashing in red, blue, and yellow is positioned. Several firefighters in full gear are visible, some using tools to manage a fire on the ground. The scene is filled with smoke and the intense glow of the fire, creating a high-contrast, action-oriented atmosphere.

# PERSONAJES E INSTITUCIONES

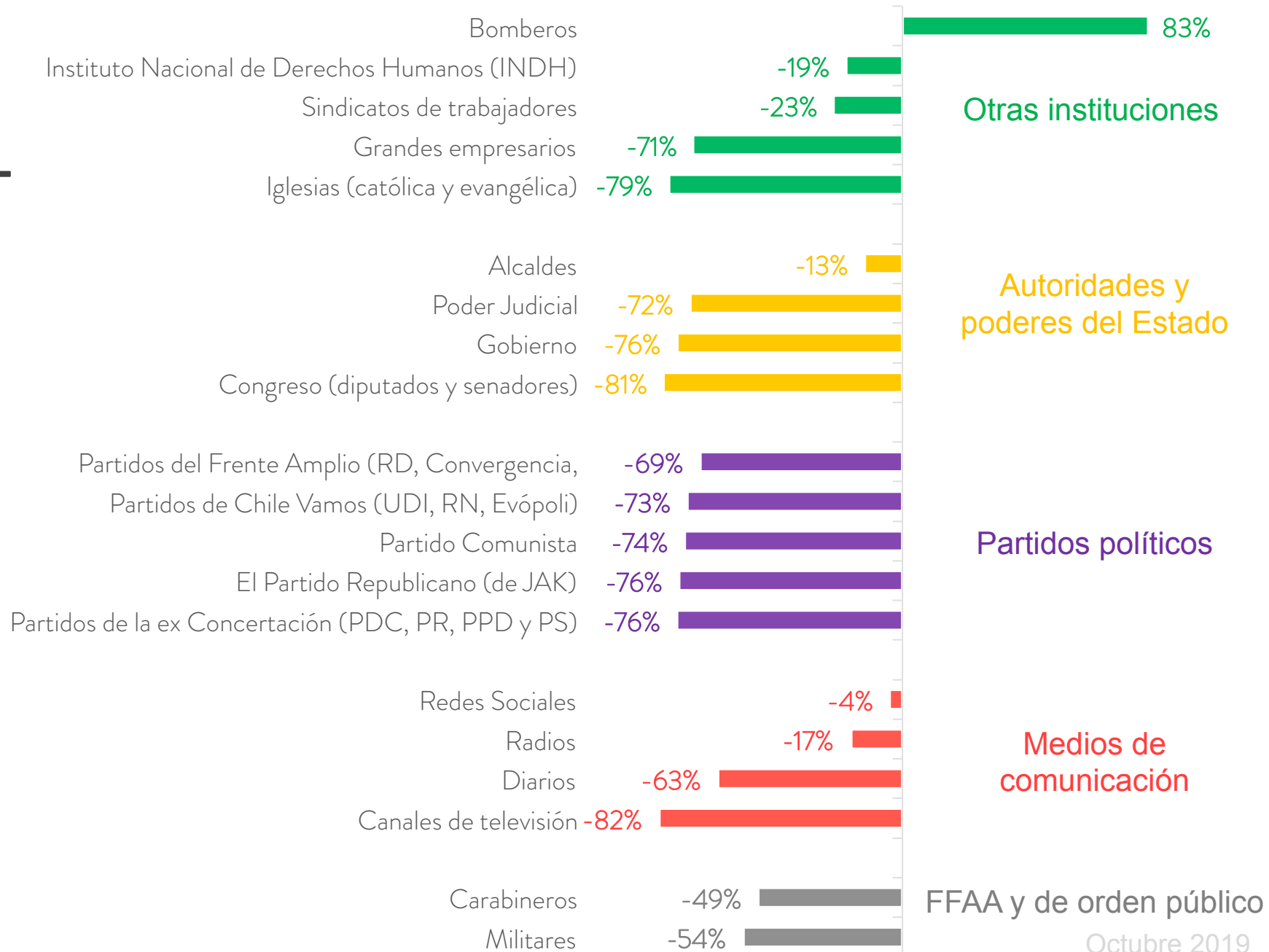
# APORTE DE LAS INSTITUCIONES A LA SOLUCIÓN DE LA CRISIS-NOVIEMBRE

Usando una escala de 1 a 7, donde “1” significa “NO han aportado a la solución de la crisis” y “7” significa “Sí han aportado a la solución de la crisis”, ¿cómo evaluarías el desempeño de las siguientes instituciones? (BASE TOTAL: 1.014 CASOS)

% SI HAN APORTADO (NOTAS 5, 6 Y 7)

MENOS

% NO HAN APORTADO (NOTAS 1, 2 Y 3)



Octubre 2019

Noviembre 2019





**CRITERIA**

INVESTIGAR · INTEGRAR · TRANSFORMAR



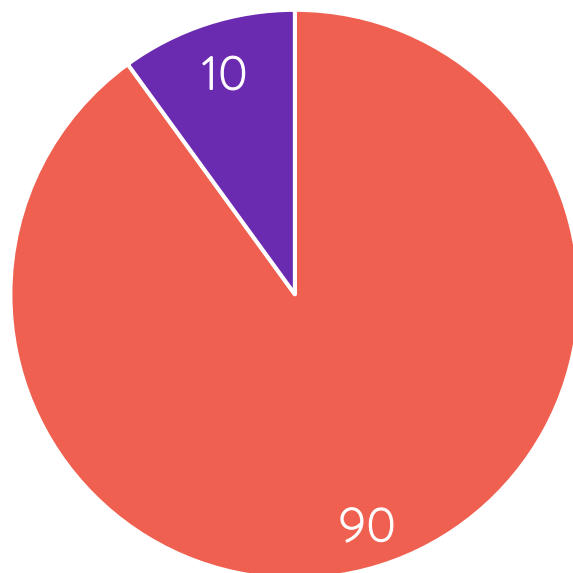
**ACUERDO POR LA PAZ SOCIAL Y LA NUEVA  
CONSTITUCIÓN**

# CONOCIMIENTO “ACUERDO PAZ SOCIAL Y LA NUEVA CONSTITUCIÓN”

¿Has escuchado hablar sobre el “Acuerdo por la Paz Social y la Nueva Constitución” firmado el 15 de octubre por presidentes de partidos políticos, en donde se inicia el proceso para una nueva constitución? PREGUNTA CERRADA (**BASE TOTAL: 1.014 CASOS**)

¿qué te pareció la aprobación del “Acuerdo por la Paz Social y la Nueva Constitución”? | Respecto a este acuerdo, ¿consideras que fue realizado considerando la voz de la ciudadanía o es un acuerdo realizado a espaldas de los ciudadanos? (**BASE QUIENES HAN ESCUCHADO DEL ACUERDO: 927 CASOS**)

NO HA ESCUCHADO HABLAR SOBRE EL ACUERDO POR LA PAZ SOCIAL Y LA NUEVA CONSTITUCION



HA ESCUCHADO HABLAR SOBRE EL ACUERDO POR LA PAZ SOCIAL Y LA NUEVA CONSTITUCION



78% Le pareció **POSITIVO** que aprobaran el acuerdo



22% Le pareció **NEGATIVO** que aprobaran el acuerdo



46% cree que es un acuerdo realizado **CONSIDERANDO** la voz de la ciudadanía



54% cree que es un acuerdo realizado a **ESPALDAS** de la ciudadanía

# PLEBISCITO DE ABRIL 2020

Si el plebiscito por una nueva Constitución fuese el próximo domingo, FRENTE A LA PREGUNTA QUIERES UNA NUEVA CONSTITUCIÓN ¿qué votarías? | Si el plebiscito por una nueva Constitución fuese el próximo domingo, ¿Por qué tipo de órgano votarías para redactar la nueva Constitución?  
PREGUNTA CERRADA (**BASE TOTAL: 1.014 CASOS**)

En un escenario de voto voluntario, esta pregunta no busca hacer una predicción a partir de votantes probables, solo reflejar las predisposiciones y actitudes del conjunto de la ciudadanía

2% NULO  
0% BLANCO  
5% NO VOTARIA  
10% NO HA ESCUCHADO  
SOBRE EL ACUERDO



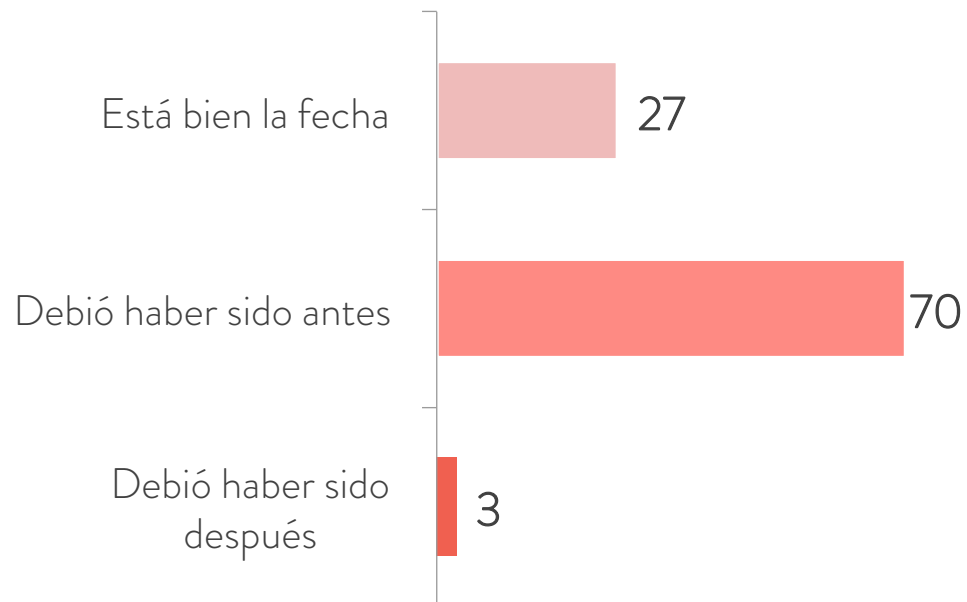
# MECANISMOS DEL PROCESO DE CAMBIO DE CONSTITUCIÓN

El Acuerdo por la Paz y la Nueva Constitución firmado por presidentes de partidos políticos el pasado 15 de noviembre consensuó una serie de procedimientos y mecanismos que le darán forma al proceso de cambiar eventualmente la actual constitución. A continuación, te preguntaremos por algunos de esos mecanismos para evaluar el grado de acuerdo que tienes con estas medidas.

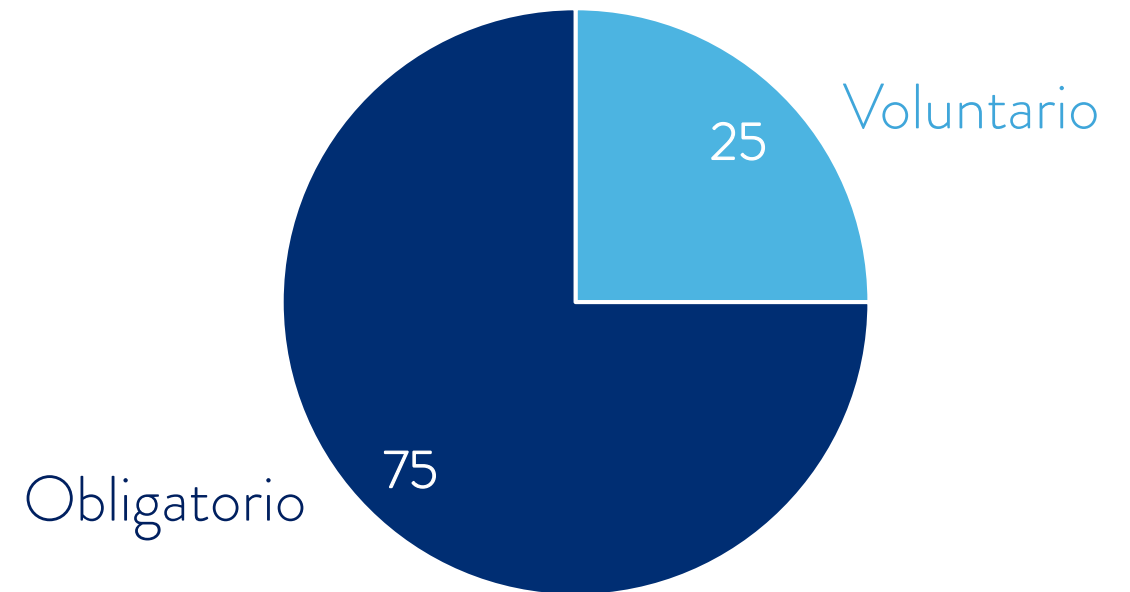
# MECANISMOS DEL PROCESO DE CAMBIO DE CONSTITUCIÓN

Respecto al plebiscito para decidir si cambiar o no la actual constitución, ¿Qué te parece que la fecha de este plebiscito sea en abril de 2020? | Se definió que el plebiscito para aprobar o desaprobado la idea de cambiar la constitución sea con voto voluntario. ¿Estás de acuerdo con que sea mediante voto voluntario o hubieras preferido que fuera mediante voto obligatorio? PREGUNTA CERRADA  
(BASE TOTAL: 1.014 CASOS)

## FECHA



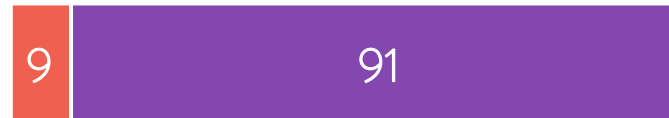
## VOTO



# MIEMBROS ÓRGANO CONSTITUYENTE

Respecto de los ciudadanos comunes y corrientes que integrarían en el órgano constituyente, ¿quiénes te gustaría que lo compongan mayoritariamente? PREGUNTA CERRADA (BASE TOTAL: 1.014 CASOS)

MILITANTES DE  
PARTIDOS POLÍTICOS



INDEPENDIENTES

EXPERTOS Y  
ACADÉMICOS



PERSONAS COMUNES Y  
CORRIENTES

PERSONAS  
JÓVENES



PERSONAS DE  
MÁS EDAD

# GRUPOS DE REPRESENTACIÓN EN EL ÓRGANO CONSTITUYENTE

¿Qué tan de acuerdo estás con que hayan cuotas aseguradas dentro del órgano constituyente para los siguientes grupos de personas? PREGUNTA CERRADA (**BASE TOTAL: 1.014 CASOS**)

Personas en situación de discapacidad



Mujeres



Pueblos originarios



Personas de segmentos socioeconómicos bajos



Dirigentes de movimientos sociales



Minorías sexuales



■ % DE ACUERDO- MUY DE ACUERDO  
■ %MUY DESACUERDO- DESACUERDO

# DESACOPLE ENTRE LA CIUDADANÍA Y EL GOBIERNO

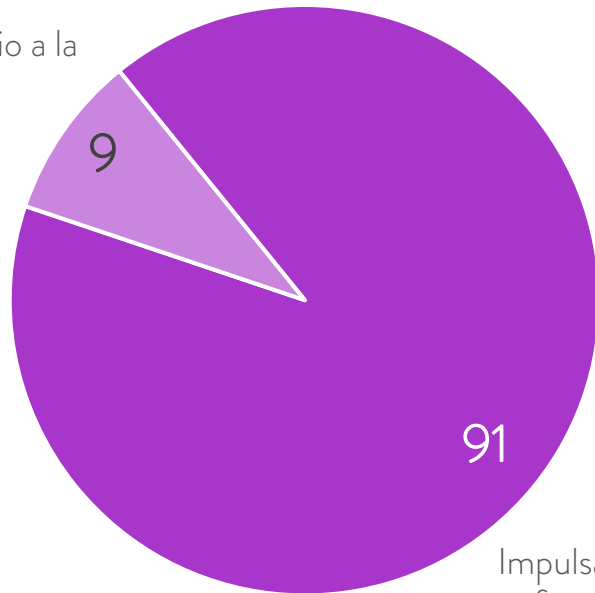
1. Crees tú que la ciudadanía se ha manifestado principalmente...

2. Entre las siguientes dos opciones, ¿En qué crees que se enfocará principalmente el gobierno en adelante?

PREGUNTAS CERRADAS (**BASE TOTAL: 1.014 CASOS**)

## CIUDADANÍA

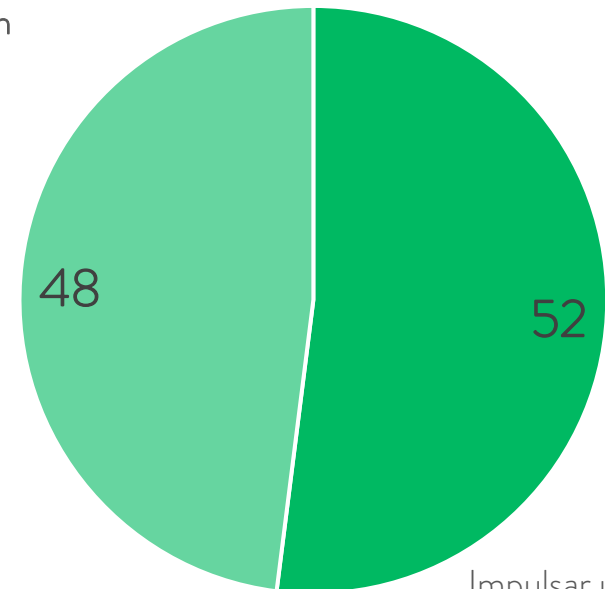
Impulsar un cambio a la constitución



Impulsar una **agenda social** enfocada en mejoras de sueldos, salud, pensiones, educación, etc.

## GOBIERNO

Impulsar el cambio a la constitución



Impulsar una **agenda social** enfocada en mejoras de sueldos, salud, pensiones, educación, etc.



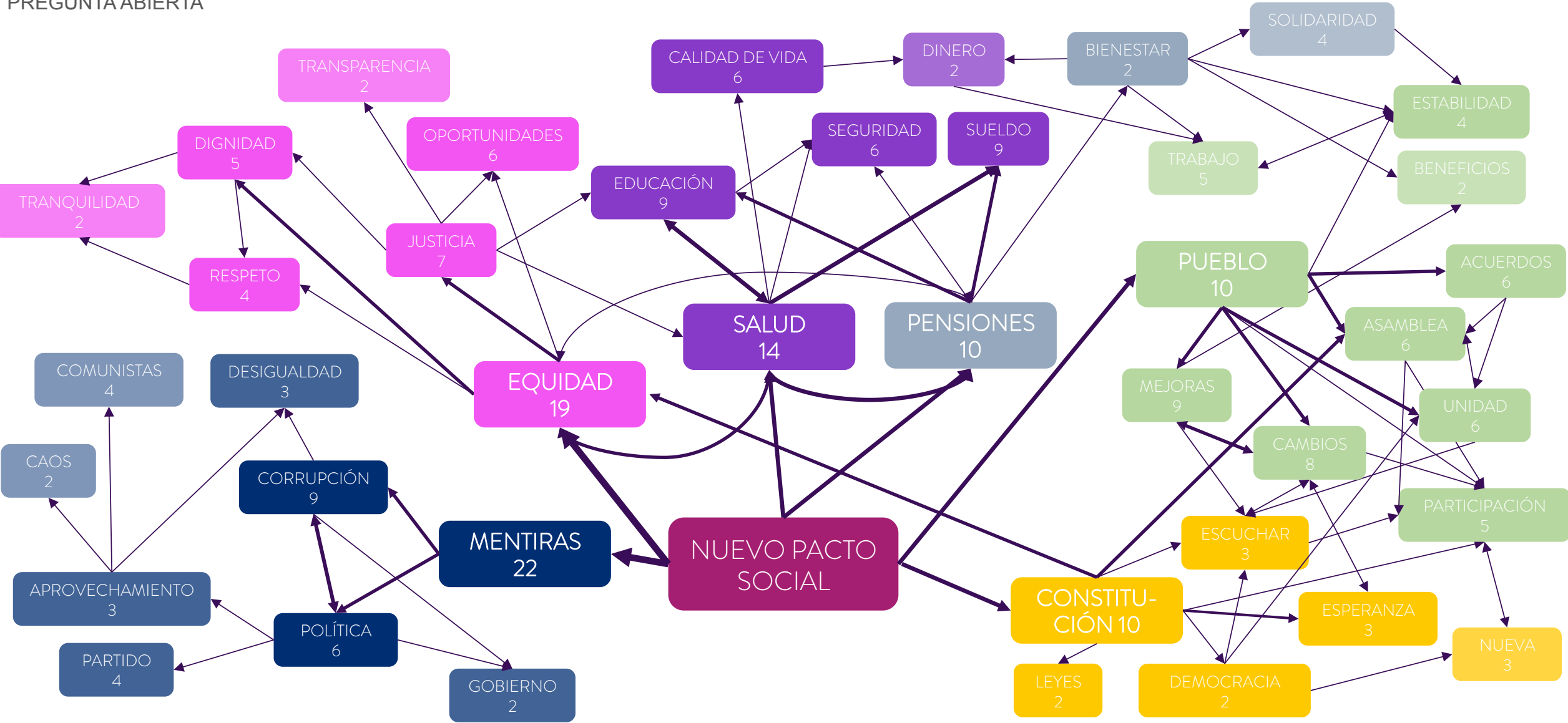


**DIGNIDAD**



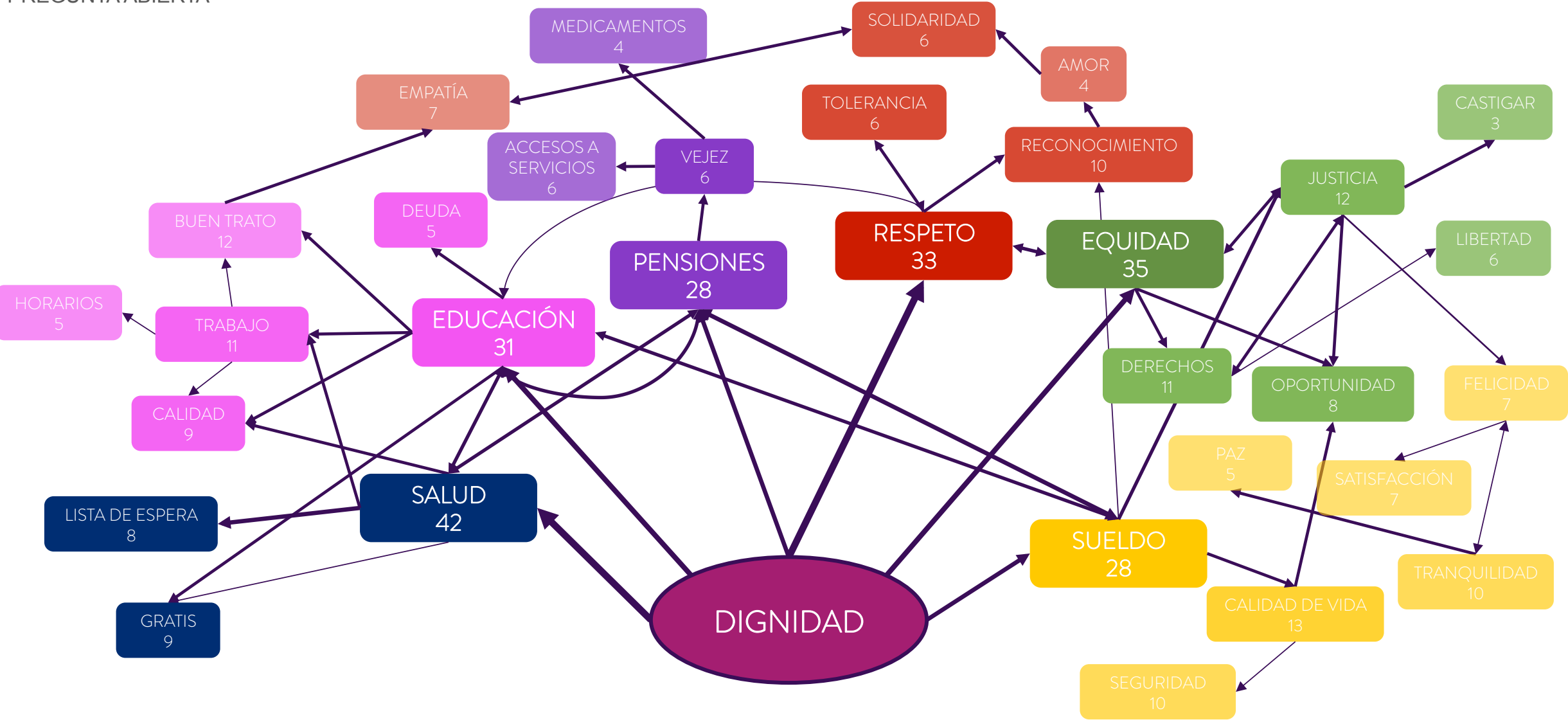
¿Qué palabras, ideas o conceptos se le vienen a la mente si le digo “NUEVO PACTO SOCIAL”?

PREGUNTA ABIERTA



¿Qué palabras, ideas o conceptos se le vienen a la mente si le digo “DIGNIDAD”?

PREGUNTA ABIERTA



SE INSTALÓ UNA CONCIENCIA TRANSVERSAL Y  
COLECTIVA DE HABER SIDO ABUSADOS...

... CHILE ANTES Y DESPUÉS DE ESTE AWARENESS  
CIUDADANO



**CRITERIA**

INVESTIGAR · INTEGRAR · TRANSFORMAR

# Estallido Social y COMUNICACIÓN DE MARCAS

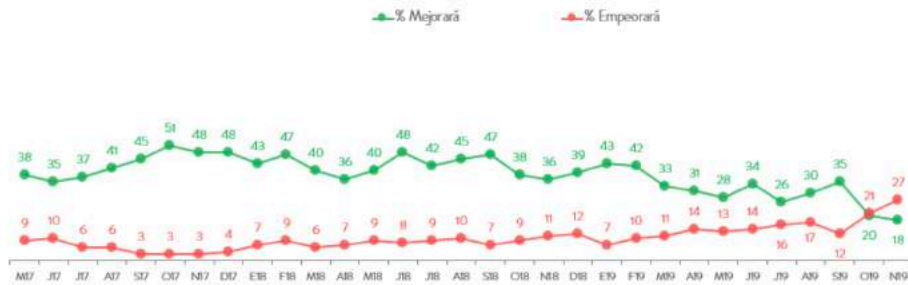
DICIEMBRE 2019



Desde la data surgen 3 campos de analisis  
fundamentales para establecer algunos alcances

## PROYECCIÓN ECONÓMICA A 12 MESES

En los próximos 12 meses piensas que tu situación económica personal... (PREGUNTA CERRADA, RESPUESTA ÚNICA)



\* No se muestra la opción "seguirá igual"

\*Valores corresponden a %

En los próximos 12 meses piensas que tu situación económica personal... (Pregunta cerrada, respuesta única)

## SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL

Respecto a tu situación económica personal, dirías que ésta es... (PREGUNTA CERRADA, RESPUESTA ÚNICA)



\* No se muestra la opción "seguirá igual"

\*Valores corresponden a %

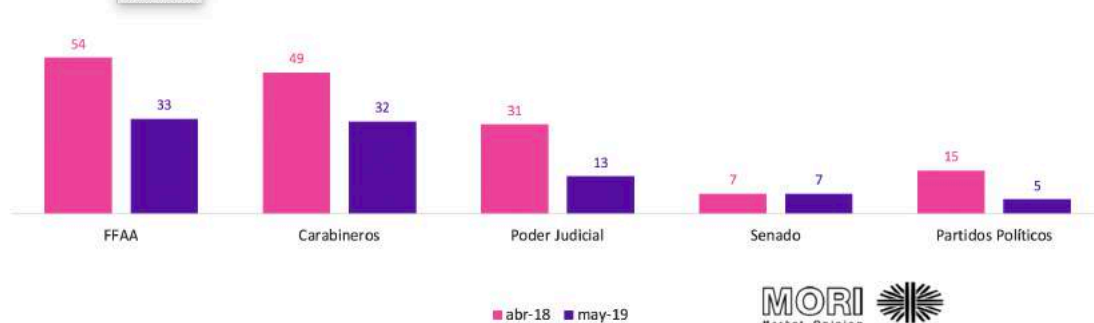
En los próximos 12 meses piensas que tu situación económica personal... (Pregunta cerrada, respuesta única)

- La percepción de la situación personal de las personas ha empeorado
- Cuesta visualizar que las cosas puedan mejorar en el corto y mediano plazo
- Esto le pone una carga importante de dificultad obviamente al estado anímico
- Y además coloca una dosis no menor de incertidumbre...sensación con la que no es fácil convivir

## CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES DE LA DEMOCRACIA

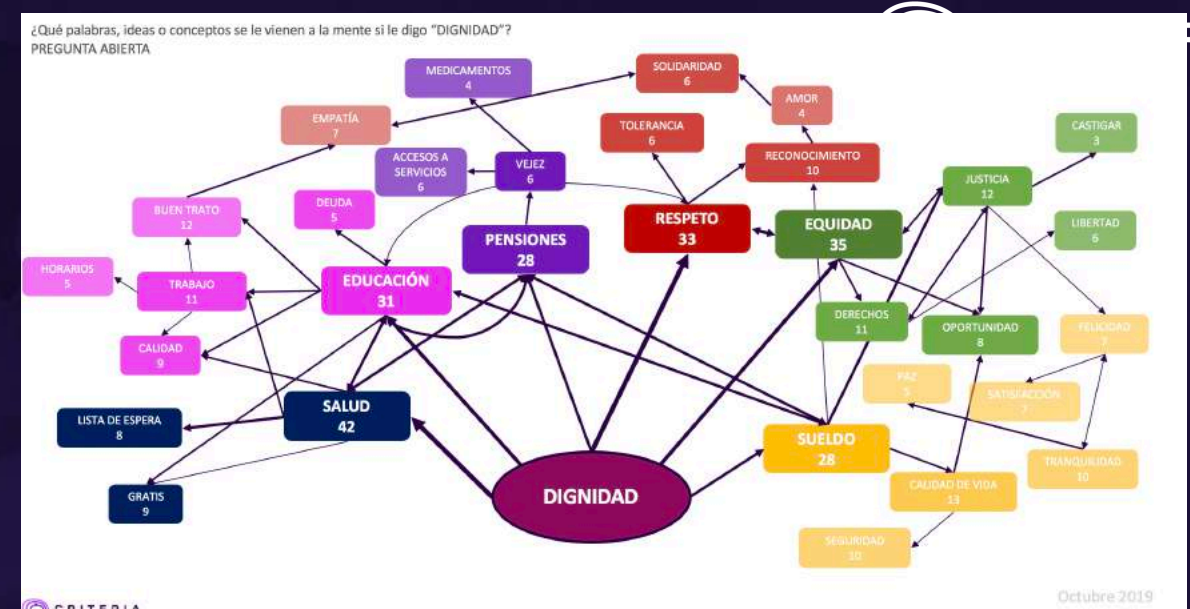
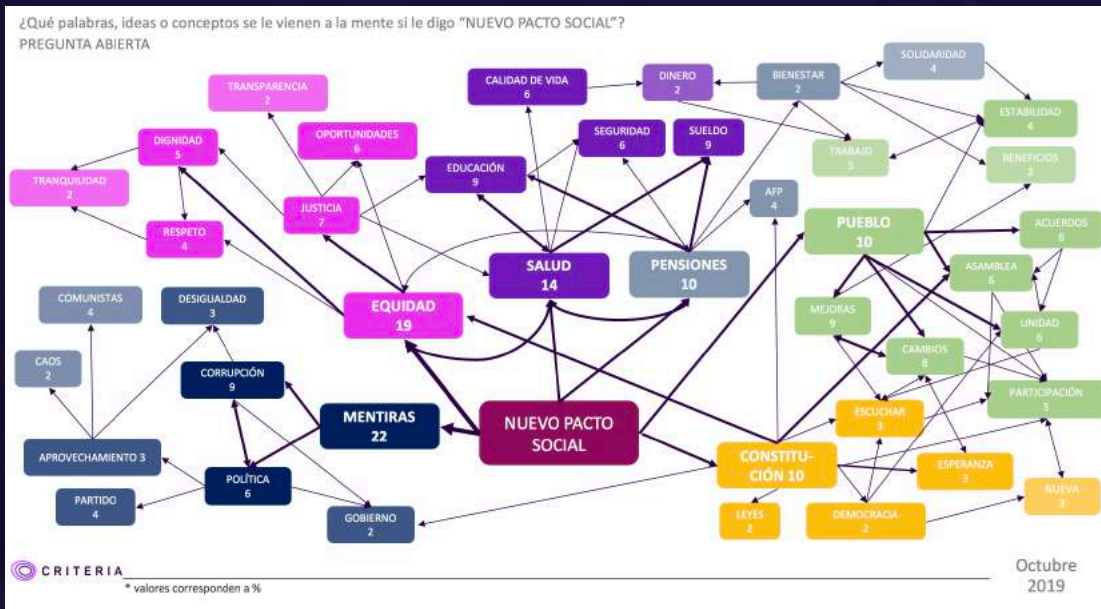
¿Cuánta confianza tiene usted en...?

% MUCHA CONFIANZA + ALGO DE CONFIANZA



- Junto a lo anterior, y obviamente relacionado, tenemos un **derrumbre en las confianzas**...una crisis profunda....transversal
- Porque en **muchas instituciones** en las cuales antes era posible aferrarse, hoy ya no se ven como depositarias de las mismas monedas de confianza
- Esto hace que las personas en sus sentimientos puedan **sentirse desamparadas** y que en su visión de construcción de futuro todo se hace más complejo





- Y finalmente ...desde el entendimiento de lo que debe traer el nuevo Pacto Social y la idea de Dignidad
- Precisamente esto es lo que pone en una encrucijada a la comunicación
- De aquí se desprenden 4 vectores de análisis esenciales

### Mentiras

El escenario es de mucho más sensibilidad al tema del engaño

### Demanda de igualdad

Ser tratados en forma horizontal, con empatía creíble  
Respeto

### Acceso

El nuevo trato implica el poder tener un mejor mundo de posibilidad

### Ser Escuchados

Hay una necesidad de ser protagonista...de ser escuchados  
"Power to the people"

Por lo tanto hablaremos de comunicación de marcas y su comunicación pero desde los insights surgidos en el contexto del nuevo Pacto Social

## Si lo miramos desde los impactos previsibles...

- El estallido social ha tocado fuertemente nuestro mundo relacional:
  - Relación con los otros
  - Relación con la autoridad
  - Relación con el poder
  - Relación con las comunidades
  - Relación con las empresas
  - Relación con las marcas
  - .....etc, etc...

La demanda social habla de un nuevo trato



**Marcas....miradas en un plano de tratamiento más equitativo  
más horizontal**

## Hasta antes del 18 de Octubre

- Si bien siempre ha existido una cierta **mirada crítica del rol de la publicidad y la comunicación de marcas** (fomentan el consumismo, mienten, es engañosa, no es transparente)...esa mirada lograba quedar eclipsada bajo el manto de acceder a mejores bienes y servicios....por ende, mejor vida – calidad de vida
- Sin embargo, a la luz de todo lo acaecido seguir sosteniendo que las personas van a mantener esta posición más bien **Crítico / Pasiva** es prácticamente imposible

## Primera mirada

- El entorno de receptividad de comunicación de marcas se ha movido bruscamente. En encuesta recientemente realizada por GFK un 30.2% declara no querer recibir cualquier comunicación comercial de marcas
- Es posible pensar que se ha producido un deterioro dramático de por ejemplo la “candidez” frente a la comunicación
- Porque el tema que aparece como menos aceptable es ver a marcas que aparezcan hablando de la situación de crisis actual, haciendo diagnósticos y aprovechándose del momento

## Dado esto

- Hoy se ha abierto una particular sensibilidad hacia los **discursos de marca**...no sólo desde quién es el emisor, sino también acerca del contenido, del grado de empatía....de sensibilidad....tono y manera
- Hoy no es trivial el planificar desde donde hacer apelación, la elección del contenido, el estilo del mensaje y el tratamiento que se le quiera dar
- Desde esta coyuntura, se configura un escenario de planificación que debe mirar desde cómo comunicar en el corto plazo y desde ahí mirar hacia un trabajo más de largo aliento

## Para ilustrar lo anterior...Campañas de navidad?

- Cómo se hace una apelación navideña hoy?...
  - Desde la fantasía de la felicidad?
  - De un viejo pascuero que trae objetos que dan alegría?
  - Cómo en este contexto con tanta inestabilidad polaridad e incitaciones al odio se pueden articular mensajes para niños con el imaginario de que es una noche de paz?
  - Cómo decir a la gente que compre en cuotas?...cuando todo esto aparece hoy como parte de la inequidad
  - Quizás es el momento de una navidad menos cargada de objetos...menos invasiva del llamado al consumo / compra...
  - Quizás es el momento de mensajes que más bien hagan una apelación a la paz...al encuentro...a la conversación...al diálogo, al parecer tan necesario actualmente



## Qué aparece como relevante?

- Volver a poner el foco en las personas, porque en el fondo no estaban tan inconscientes
- Hay que trabajar para restituir progresivamente el capital de confianza
- Honestidad y empatía en la comunicación es un must...y hablamos de honestidad, porque la mera transparencia ya no es suficiente
- La empatía apunta a salir de la creación de realidades paralelas, que más que generar identificaciones, sólo segregan
- Y si se trata de comunicación segmentada...que sea segmentada de verdad

## En consecuencia...

- Lo más probable que muchas plataformas de comunicación deban ser re-pensadas....re-diseñadas....y aún más....re-fundadas
- Contenidos que surgan desde apelaciones a la superioridad, felicidad sólo por el hecho de consumir, adquisiciones de identidades desde marcas, rol de los influencers, intentos de generar comunidades en torno a valores desintonizados con la ciudadanía pueden poner en riesgo la imagen de marcas...y sobretodo las vinculaciones
- Nuestra visión es un poco “back to the basics”, en el sentido de la importancia y necesidad de volver a revisar los fundamentos de relatos y líneas editoriales de marca
- Al final, el qué, desde donde y cómo se comunica vuelven a ser preguntas pivotaes en la relación con la ciudadanía



**CRITERIA**

INVESTIGAR · INTEGRAR · TRANSFORMAR