



## **Panel Perception Analyzer**

### **Mensaje Presidente Sebastián Piñera**

### **Apertura Teletón 2010**

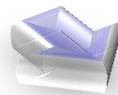
T.N° 2010 .00



# Objetivo General

Evaluar el desempeño comunicacional del Discurso Presidencial en la Apertura de la Teletón 2010, identificando:

- Los conceptos, ideas y expresiones de mayor atractivo y llegada afectiva
- Las ejecuciones de la oratoria con mayor impacto
- Los conceptos, ideas, expresiones y su ejecución, menos interesantes o con potencial de rechazo



Con la finalidad de identificar y decodificar las claves y códigos comunicacionales que incrementan la **respuesta emocional positiva**.

# Metodología

## Público Objetivo

- Hombres y mujeres, entre 25 y 50 años
- Inscritos en los registros electorales, no militantes de partidos políticos
- De nivel socioeconómico C3 y D
- Un Mix de aprobadores, desaprobadores e indecisos respecto de la forma en que Sebastián Piñera está conduciendo su gobierno.

## Técnica

Panel Perception Analyzer realizado con 25 personas y un focus group de profundización, con aprobadores y desaprobadores del Presidente Sebastián Piñera y la forma como está conduciendo su gobierno.

# Características de la Metodología

ICCOM cuenta en forma exclusiva con la herramienta Perception Analyzer, cuyo uso es parte de un modelo de trabajo que integra a los resultados de la medición, una fase de profundización cualitativa y de generación de insights comunicacionales relevantes. El modelo de trabajo es:

## 1. Medición

- A través de la herramienta **PERCEPTION ANALYZER** para la evaluación de mensajes a través de video en un panel de público

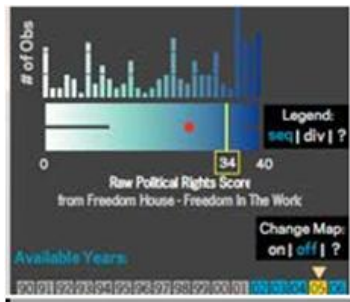
## 2. Profundización Cualitativa

- Decodificación y comprensión de los resultados del **PERCEPTION ANALYZER**
- Levantamiento del **lenguaje y los contenidos racionales y emotivos más adecuados**

## 3. Análisis e identificación de conceptos claves

- Generación de los **conceptos comunicacionales claves**, su forma de expresarlos y los **vocablos tangibilizadores**

# Características de la Metodología



- La sesión se realizó en los salones ICCOM especialmente acondicionados con salas espejo para visión y audio unilateral.
- Previo al inicio del mensaje presidencial, los participantes respondieron un cuestionario de caracterización sociodemográfica y preguntas asociadas a su percepción del gobierno y el presidente.
- A continuación, fueron expuestos a través de un TV, a la apertura e la Teletón 2010, en vivo y en directo, expresando su opinión a través de un equipo con una 'perilla' que giran según el sentido (favorable o desfavorable) de sus respuestas, en un rango continuo de 0 a 100. Esto permite dar **respuestas completamente intuitivas** que rompen la racionalidad y el control o censura mental.
- A través de un **software** se registraron y procesaron las respuestas 'segundo a segundo', obteniéndose un gráfico que ilustra, a través de una curva, el movimiento promediado de las respuestas.
- Esta grafica queda impresa sobre la imagen del discurso. Se eligió la variable sexo que quedó representada en dos líneas: color ROJO, Mujeres y color VERDE para los hombres.



## Resultados

# Desempeño General en la medición PA

La evaluación del discurso del Presidente en la Teletón 2010 revela un desempeño medio, con escasos elementos de destaque comunicacional



La estructura de la evaluación es predominantemente 'plana', sin peaks relevantes que generen quiebres en la comunicación con la audiencia C3D del panel PA convocado

La puntuación media alcanzada está por debajo de otras evaluaciones realizadas (21 de mayo y cadena Presupuesto nacional), moviéndose entre 30-55 puntos vs 70 promedio de otras mediciones, con peaks de 90 - 95

# Las razones del desempeño obtenido

La respuesta tibia y moderada frente al discurso del Presidente en la apertura de la Teletón 2010 se explica principalmente por dos motivos:

## Contenidos planos: invisibilizados en un escenario 'emotivamente saturado'

- La Teletón es, 'intrínsecamente', emotiva y movilizadora de mensajes asociados al logro y la autodeterminación, individual y nacional.
- **Todos los contactos y acciones comunicacionales previos y durante la Teletón apelan a los mismos mensajes del Presidente.**
- El mensaje y llamado de Don Francisco en la apertura logró mayor impacto y atracción (peaks de 70)

*"todos dicen lo mismo, el discurso típico"*

## LA AUSENCIA DE ANUNCIOS: quiebre de las expectativas de la audiencia

- El discurso del Presidente es retóricamente correcto pero, no logra diferenciarse ni instalar un matiz que genere un mensaje de mayor atracción e impacto.
- **La expectativa de un anuncio concreto, favorable para la Teletón estaba presente** y, en la medida que no surge en el mensaje, se castiga su ejecución como respuesta a la frustración del panel.

*"no dijo nada, ninguna ayuda para la Teletón, ningún aporte concreto"*



# El débil atractivo del mensaje provocó cuestionamientos

## Emergen críticas a la FORMA Y FONDO del mensaje y la presencia del Gobierno en la obra de la Teletón:

### EN LA FORMA:

- Lenguaje poco atractivo, falta de simpleza y sencillez para el segmento C3D
- Exceso de 'frases hechas y clichés'
- Exceso de citas de otros

*«mañana es el primer día del resto de nuestras vidas»*

*«hay hombres que luchan un día...hay hombres que luchan toda la vida: los imprescindibles»*

*«el momento es ahora, porque si no es ahora, cuándo», «hay que dar hasta que duela, nadie es tan pobre que no pueda dar»*

- Mención excesiva de los 22 Ministros al inicio: se significa como uso de la Teletón para 'exhibir' al gobierno

### EN LOS CONTENIDOS:

- Contenidos comunes, poco novedosos, profusamente utilizados en los mensajes de la opinión pública alrededor de la Teletón
- Se percibe como 'un resumen del año', conocido por todos
- Falta de foco en la Teletón, como eje central de su mensaje
- Falta de un aporte concreto del Gobierno, o de los Ministros o personal del Presidente, que le de 'sentido' a su presencia → **altas expectativas no cumplidas**

*«no dijo nada que no haya dicho Don Francisco»*

*«dijo lo que ya todos sabemos»*

*«no dio ningún mensaje, sólo dijo frases armadas, sin un foco claro»*



# CONCLUSIONES

## Ante el moderado a bajo desempeño obtenido por el Mensaje Presidencial en la Teletón 2010, su sugiere :

- Mejorar el uso del lenguaje hacia estructuras conceptuales sencillas, simples, concretas y de fácil comprensión. Por ej., en lugar de decir «es en la adversidad cuando, igual como en un espejo se refleja el alma de un niño, se refleja el alma de un país», decir directamente «el terremoto mostró la fuerza de los chilenos para sobreponerse a la adversidad...». Evitar el uso de metáforas complejas que desvían la atención y obligan a un esfuerzo de intelección y comprensión.
- Evitar el uso excesivo de frases conocidas, armadas, que parecen clichés y amenazan la percepción de sinceridad y autenticidad del mensaje. Lo mismo con las recurrentes citas a autores, tomar prestadas sus palabras en discursos masivos se significa como falta de recursos propios y falta de sencillez.
- Considerar que la presencia del Presidente en actos públicos masivos genera **EXPECTATIVAS DE ANUNCIOS CONCRETOS** que den cuenta del trabajo constante del gobierno.

- Se sugiere potenciar la naturalidad y espontaneidad en la comunicación a través de frases gramaticalmente simples, cortas, directas.
- Incrementar el contacto directo con los chilenos, cara a cara. Por ej., la conversación con los niños generó más agrado que el mensaje, porque permite ‘conocer’ al Presidente en escenarios naturales y en interacciones libres y auténticas.
- Destacar los logros del presente pero, igualmente relevante y premiado es el uso comunicacional de conceptos que gatillen identificación con los ‘sueños futuros’ y favorezcan la confianza en el trabajo de mediano y largo plazo. Por ej., «soñar con el futuro que queremos para nuestro país, para nuestros hijos...», lo mismo que apelar a la unidad y Chile como una gran familia, movilizan evaluaciones positivas y la visualización de oportunidades.



**ICCOM**   
INVESTIGACION DE MERCADO

**Fundamenta sus decisiones**