

Asesoría en Uso de Redes Sociales

Diputada Camila Rojas Valderrama

Distrito 7
2018 - 2022

Asesora: Rocío Rubio Erazo.
Diputada: Camila Rojas Valderrama.
Período: Marzo 2019

AE N° 115 / 001 / 2019

Índice

1. Introducción	p. 3
2. Diagnóstico	p.4
2.1. Benchmark	p.21
4. Propuesta de uso	p. 31
5. Conclusión	p. 34
6. Referencias	p.35

Introducción

Los usos de RRSS son diversos, así como sus dueños. Cada quien sabe qué, cuando y para quien publica contenido en sus foros personales, desde su computador o teléfono móvil. En el caso de una persona que se dedica a la política, y que es representante de las ciudadanías en el Congreso, será necesario analizar con detención donde se encuentra aquella división sutil en donde la naturalidad del discurso y el uso, se mezcla con una informalidad que puede ser malinterpretada por inmadurez, o bien ser objeto de manipulación o burla.

Al existir una diferencia entre aquello que publicaría el individuo, y aquello que publicaría la autoridad popular, entonces es pertinente preguntar, ¿de quien es la cuenta de Twitter o Instagram? ¿Es de la Diputada de la República Camila Rojas Valderrama, o de Cami Rojas, sanantonina de corazón?

Por otra parte, es necesario conocer a su audiencia, en este caso a través de métodos cuantitativos, proporcionados por distintas aplicaciones y sitios web de recopilación y visualización de data. Con el fin de encausar estrategias de abordaje y diálogo, es imperante saber a quienes se les habla, donde se ubican y cómo ellos mismos interactúan dentro de las distintas plataformas.

Finalmente, es necesario comparar con otras personas que se desempeñan en labores similares, compañeras y compañeros de bancada, contemporáneos y también de veredas políticas contrarias, para tener un entendimiento más amplio de los distintos relatos que se construyen en estos nuevos medios de comunicación instantánea.

Diagnóstico

La construcción de la presencia e identidad *online* de la Diputada Camila Rojas Valderrama, no se compone tan sólo de la información que ella misma proporciona a través de sus plataformas de Redes Sociales, las publicaciones en sitios de noticias nacionales (como los canales de televisión abierta, a través de sus propios portales informativos y transmisiones de señal en vivo), blogs de contenido políticos, sitios de medios de comunicación tradicionales, sino que también se compone de recolecciones de datos en sitios de archivo, como Wikipedia. Un ejemplo de esto son los antecedentes biográficos, que desde el sitio web de la Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, versan:

Camila Rojas Valderrama (San Antonio, 11 de Marzo de 1991). Administradora Pública y política del Movimiento Izquierda Autónoma. Diputada por el 7° Distrito, Región de Valparaíso, período 2018-2022. Presidenta de la Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile (FECh) y Vocera de la Confederación de Estudiantes de Chile (CONFECCh), durante el 2016.

Ya es posible visibilizar quien es Camila Rojas, incluso desde antes de asumir como Diputada el año 2018. Siendo una persona con presencia pública desde su época universitaria, Camila ha ido amasando información relevante a su identidad personal, pero sobretodo como parte de los actores sociales que han participado de



[Portada](#) / [Reseñas biográficas parlamentarias](#) / [Reseña Biogr](#)



Trayectoria Parlamentaria	
Diputada 2018- 2022	
7° Distrito	
Independiente	
Labor parlamentaria	
Antecedentes Personales	
Nombre:	Camila Ruzlay Rojas Valderrama
Nacimiento:	11 de Marzo de 1991 San Antonio
Profesión:	Administradora Pública
Redes Sociales	
Web Personal	
Página en Facebook	
Perfil en Twitter	

En el perfil oficial de la Diputada en el sitio de la Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, existen enlaces a sus plataformas principales de redes sociales. Se observa que incluso en un contexto formal, existe la posibilidad de conectar el quehacer político con la presencia digital y el contenido correspondiente desplegado en cada una aquellos foros. Por lo tanto, el discurso construido en aquellos sitios es accesible desde toda clase de vertientes, informales, coloquiales, formales, pero también ligadas a los nuevos medios.

las discusiones políticas, en un escenario marcado recientemente por movilizaciones estudiantiles, una creciente preocupación por el cuidado del medio ambiente y la nueva ola de movimientos feministas en Chile.

Revisión General

A partir de la información recopilada tras una búsqueda en portales digitales (como el sitio de la Cámara de Diputados, la BNC, Universidad de Chile), además de información proporcionada en conversaciones por el equipo de la Diputada, y tras una revisión de sus perfiles en redes sociales, se determina que las áreas de interés y acción de Camila son:

Feminismo

Educación*

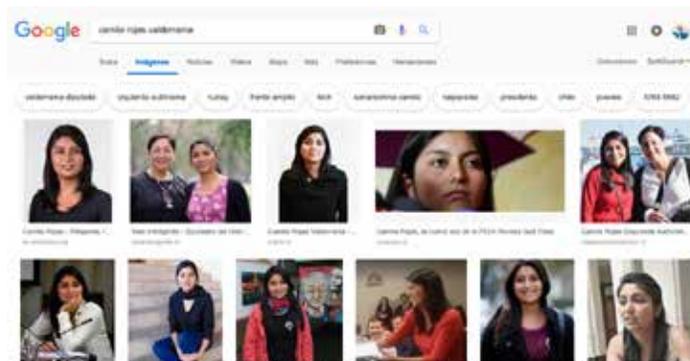
Pesca*

Territorio (su natal San Antonio)

La vida familiar y sus relaciones afectivas

La cumbia

La comida casera



Resultados de búsquedas de Imagen en Google. Pueden apreciarse otros datos asociados a su nombre, a modo de complemento o bien términos para afinar aun más el campo de búsqueda. En este caso, son términos que la relacionan con el territorio, sus pares y su historia en el ámbito político, así como también como con su imagen de mujer joven.

*La Diputada Camila Rojas participa de dos de estas dos comisiones permanentes en la Cámara de Diputados: Educación y Pesca, recientemente estando involucrada en los proyectos de la "Ley Machuca" (en respuesta a la ley de Admisión Justa) y la "Ley de la Jibia" (en defensa de la pesca artesanal y por la eliminación de la pesca de arrastre como método de extracción del molusco).

La sanantonina Camila Rojas Valderrama
@Camila_RojasV

Diputada feminista @PartidoComunes @elfrente amplio. Presidenta @la_Fech y vocera @confech 2016. Ser mujer y estar viva es una cuestión de suerte (Selva Almada)

San Antonio, Valparaíso

Tweets 4.690 Siguiendo 1.673 Seguidores 12,7 mil Me gusta 7.098

Tweets Tweets y respuestas Multimedia

Tweet fijado

La sanantonina Camila Rojas Valderrama @Camila_RojasV · 6 dic. 2018
La dieta actual no tiene justificación, ni en contexto nacional ni tampoco al comparar con otros países. Además, todo fondo público debe ser rendido. En tiempos de crisis de representación estos estándares son mínimo para q ciudadanía contile en la política

A quién seguir · Actualizar · Ver todos

- Gael Yeomans @GaelDip... Seguir
- Claudia Mix @Claudia... Seguir
- Catalina Pérez Diputada ... Seguir

Twitter

Usuaría: @Camila_RojasV

12,6 mil+ seguidores

La cuenta de Camila Rojas fue creada en agosto del año 2011, durante un período de fuertes movilizaciones estudiantiles y universitarias. Durante el año 2015 es donde crecen considerablemente el número de interacciones con los *tweets* de Camila Rojas. Para el año 2017, durante el último trimestre, el número de seguidores e interacciones ya se había multiplicado significativamente con respecto al año anterior, durante su actividad en el Senado Universitario. Actualmente, la cuenta crece a un ritmo más pausado, pero estable.

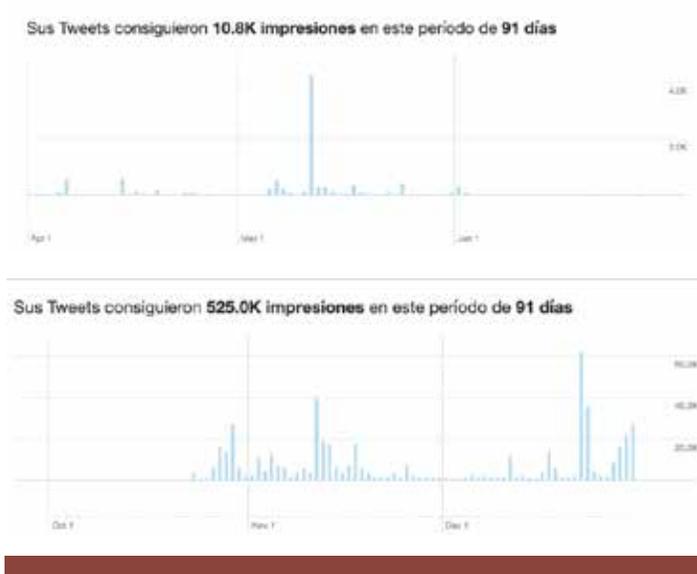
El nombre en Twitter guarda relación con su origen territorial: “La sanantonina Camila Rojas Valderrama”, sin embargo es la única plataforma que hace alusión textual a esta identidad “sanantonina”. Se aprecia como una parte importante de quien es Camila, ya que se encuentra en el encabezado de la plataforma de redes sociales con

la mayor cantidad de seguidores (casi el doble de los seguidores que tiene en Facebook), por lo tanto es donde existe mayor capacidad de repetición y por lo tanto de posicionamiento, considerando que es la plataforma que se actualiza con mayor frecuencia, sin embargo se aprecia una falta de “identidad” gráfica del logo existente, tema que será tratado más adelante.

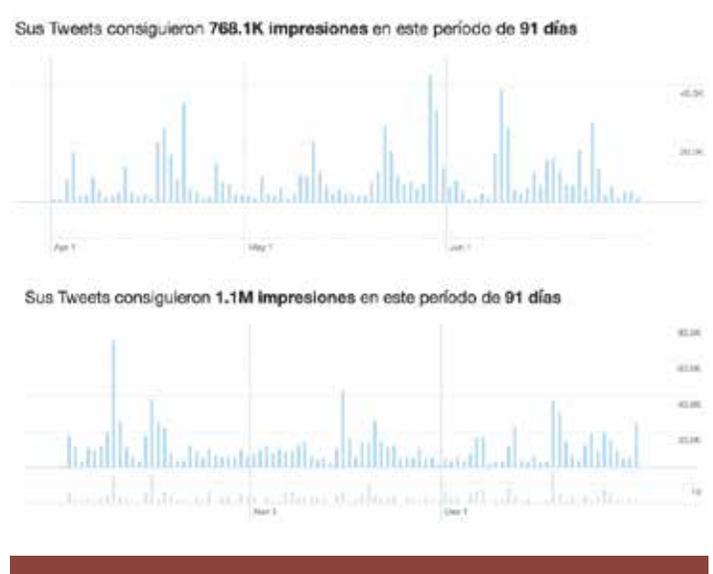
Como se estableció anteriormente, esta plataforma cuenta con la ventaja de reunir la mayor cantidad de seguidores, lo que por consiguiente requiere mayor alimentación en cuanto a contenido e interacciones se trata. Esto debe verse reflejado en las “conversaciones” mantenidas en la plataforma, pero que actualmente no son frecuentes, más bien, sólo hay *tweets* declaratorios, no propios de un diálogo (se volverá sobre este tema en el análisis del contenido y las sugerencias de uso).

Métricas

Tweets e interacciones



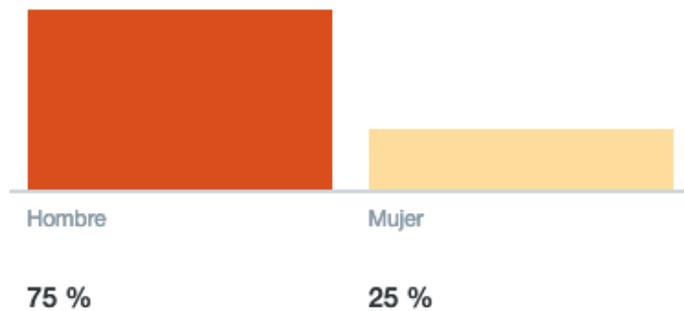
Cantidad de interacciones de los tweets de @Camila_RojasV durante dos períodos del año 2015. La imagen superior muestra el período comprendido entre abril y junio, y la imagen inferior muestra el crecimiento hacia los últimos tres meses del año.



Cantidad de interacciones de los tweets de @Camila_RojasV durante dos períodos del año 2018. La imagen superior muestra el período comprendido entre abril y junio, y la imagen inferior muestra el crecimiento entre octubre y diciembre, a un año de haber sido electa como Diputada.

Seguidores

Género



Es importante notar que la mayor cantidad de seguidores de Camila Rojas son hombres, y que del total, al rededor del 50% se encuentran en la Región Metropolitana, y que sólo el 9% se encuentran en la Quinta Región, donde está el Distrito que ella representa en el Congreso.

Intereses

Nombre de interés	% de la audiencia
Perros	99 %
Espacio y astronomía	99 %
Noticias de tecnología	98 %
Festivales de música y conciertos	98 %
Comedia (Pasatiempos e intereses)	98 %
Noticias de ciencia	94 %
Tecnología	92 %
Noticias sobre música e información general	90 %
Fútbol	87 %
Clima	83 %

Esta situación debería equilibrarse, llevando a cabo estrategias de comunicación con aquellas audiencias clave que no están siendo alcanzadas. **Es imperante feminizar y descentralizar los alcances de las redes sociales, mirando hacia el Litoral Central.**



Géneros televisivos

Nombre de género	% de la audiencia
Noticias	59 %
Drama	52 %
Deportes	47 %
Entrevistas	47 %
Comedia	17 %
Ciencia ficción	14 %
Programa de juegos	11 %
Reality	10 %
Niños y Familia	10 %
Interés especial y documental	9 %

Datos y visualización proporcionados por la herramienta Analytics propia de Twitter.com

Contenido

Seguindo las temáticas y áreas de acción principales mencionadas anteriormente, la forma del discurso utilizado en Twitter se percibe como un **foro para el llamado a la acción**, para realizar arengas, **dar opinión** (cartas publicadas en medios de prensa escrita, comentarios sobre contingencia acompañados de una noticia o columna), **expresión de descontento** y **llamado**

a la atención, tanto para sus seguidores como para quienes interpela directamente (otros representantes políticos, dirigentes, autoridades, etc). A su vez, existen **publicaciones que entregan información** (infografías, panfletos que llaman a manifestaciones sociales, enlaces a noticias, videos, etc). Al mismo tiempo, existen otro tipo de publicaciones que presentan un quiebre dentro



Los desafíos de Chile se quedan sin presupuesto

Los desafíos que enfrenta el país no son fáciles de resolver y el gobierno debe encontrar soluciones creativas para enfrentarlos.

La hora de Cubillos: Saca al Gobierno de Catrillanca y prende en Chile Vamos

El alcalde de Catrillanca, Juan Carlos Cubillos, ha anunciado su intención de abandonar el gobierno municipal y unirse a la coalición Chile Vamos.

Si bien la construcción tradicional del perfil público de una persona que se desempeña en el ámbito de la política, más aún una Diputada de la República, inspira a emplear conceptos y un imaginario de solemnidad, transparencia y consecuencia, la realidad es distinta para Camila Rojas, puesto que ella no encaja necesariamente con ciertos criterios tradicionales (o prejuicios) pertenecientes a la figura de una representante de la ciudadanía en la Cámara de Diputados.

Algo que diferencia a Camila es su edad (casi la mitad de la edad promedio en la elección pasada*, y la más joven de toda la Cámara), circunstancia que, si bien podría considerarse como una desventaja a los ojos de miradas tradicionales y desconfiadas de las capacidades de las generaciones más jóvenes, ciertamente la posiciona en un grupo con mejor manejo (o por lo menos con mayor familiaridad) de las tecnologías y canales de comunicación actuales: el uso de redes sociales digitales como foro de discusión se hace más natural, porque hay un proceso de desarrollo y madurez cognitiva paralelo entre la usuaria y el refinamiento de la tecnología y los procesos comunicacionales.

El llamado no es a higienizar el uso de *Twitter* de la Diputada Camila Rojas, hasta el punto de sólo avocarse a hablar de

política dura, movimientos sociales y haber perdido todo rastro de personalidad propia y elementos diferenciadores. Más bien, la revisión de contenidos, del estado del arte, y la posterior construcción concensuada de un relato (entre Camila y su equipo) y las correspondientes estrategias comunicacionales, deberían apuntar hacia un diálogo fluido, natural, respetuoso y oportuno, entre la Diputada y sus seguidores con sus pares.

Si actualmente **existen publicaciones o tweets que desentonan** con respecto a la mayoría del contenido, la presente investigación ha permitido concluir que se debe a que el uso de Twitter es más bien intuitivo y orgánico (incluso impulsivo), tal como se espera de una persona en su rango etéreo, que posee los medios y conocimientos necesarios para comunicarse efectivamente dentro de las restricciones de 280 caracteres. Por lo tanto, es natural que el diálogo social y la acción política se mezclen con recomendaciones musicales, memes, humor, y cultura popular masiva.

Será necesario analizar con detención donde se encuentra aquella división sutil en donde la naturalidad del discurso se mezcla con una informalidad que puede ser malinterpretada y objeto de manipulación.

Camila es una de las dos diputadas nacidas tras la vuelta a la Democracia en 1990, y fue electa como Diputada con 26 años, siendo el promedio de edad 49 años, en la elección pasada. Más datos y visualizaciones relativos a la elección de Diputados de noviembre de 2017, en: <https://www.emol.com/noticias/Nacional/2017/11/19/883846/Interactivo-de-la-Camara-de-Diputados-Como-queda-conformado-el-hemiciclo.html>

Instagram

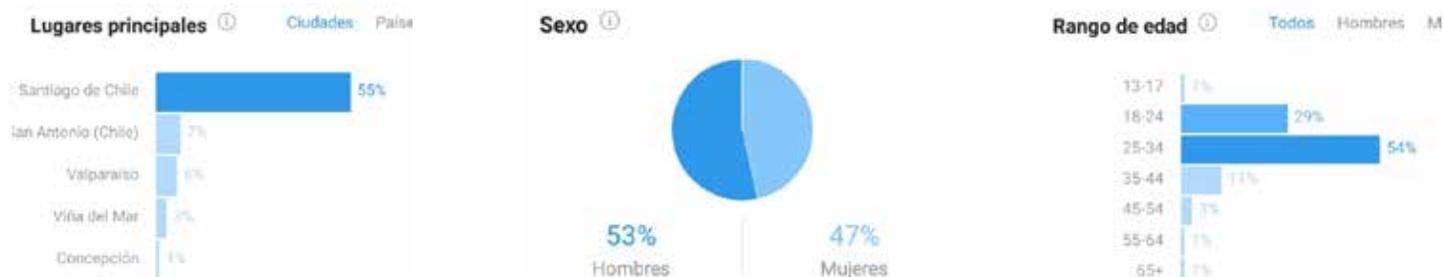
Usuaria: @cami__red

3,4 mil+ seguidores

El uso de Instagram, a diferencia de Twitter, depende casi totalmente de otro medio: las imágenes. Comunicar través de fotografías (o de imágenes creadas por otros medios) requiere otro tipo de habilidad, y ciertamente es un foro que apunta a otra audiencia. Actualmente, la

cuenta de Camila Rojas cuenta con el menos número de seguidores y de publicaciones, siendo la primera publicación disponible de 2015, sin embargo, el grueso de las imágenes han sido publicadas durante el año 2018, primera año de su ejercicio como Diputada.

Métricas



Datos y visualización proporcionados por la misma aplicación Instagram.



Datos y visualización proporcionados por la herramienta de análisis externa [Squarelovin.com](https://squarelovin.com)

Las métricas en Instagram guardan similitudes con el caso de Twitter: cerca del 50% de los seguidores se concentran en Santiago, y luego un bajo porcentaje en la Quinta Región, pero la aplicación proporciona un desglose más detallado (7% San Antonio, 6% Valparaíso, 3% Viña del Mar, 1% Quilpué). Una vez más, **la centralización de la audiencia es una preocupación.**

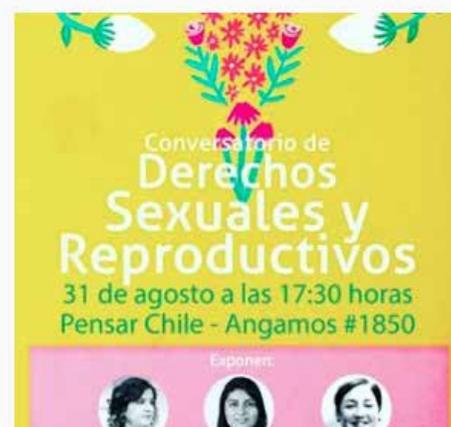
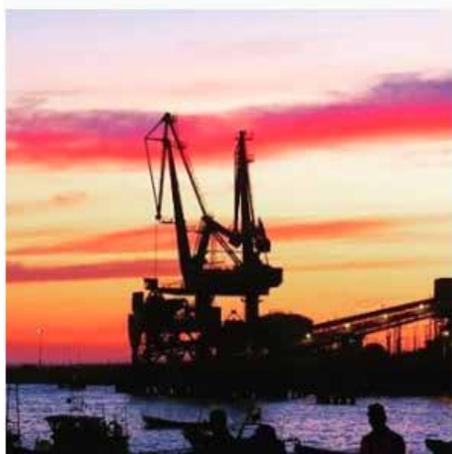
Luego, la distribución por género se vuelve más equitativa: Mujeres 47% y Hombres 53%. Y del total, el rango etéreo predominante es el mismo donde se sitúa la propia Camila: 25 - 34 años (y que corresponde a 54% del total de la audiencia).

La medición de **horarios de actividad de los seguidores** es reveladora: principalmente de **martes a viernes, entre 15 - 21 hrs.** A diferencia de otros perfiles que se dirigen más hacia la entretención, el ocio o el humor, la mayoría de los seguidores se mantiene activo y constante en un horario “post almuerzo-oficina”. Si bien mantener un horario regular de publicación puede parecer difícil (especialmente sin la labor específica de alguien encargado de esta tarea, como un *community manager*), e incluso poco espontáneo, la realidad actual indica que **apegarse a ciertos horarios de actividad incrementa las posibilidades de interactuar con los seguidores.**

La herramienta Squarelovin.com analizó el perfil de Instagram de Camila y, en base a su actividad reciente, determinó que **lunes al rededor del horario de almuerzo, de jueves a domingo, entre las 15 hrs y 21 hrs es el mejor horario para postear**. Si bien esta es una estimación basada en las interacciones de los últimos 90 días, y **no debe tomarse como una regla estricta, es una guía para comenzar a probar horarios de publicación con posibilidades de mayor interacción y reacción por parte de los seguidores.**

Como se mencionó anteriormente, no sólo bastará con tener claro una estrategia horaria para publicar contenido y generar instancias de comunicación, también se debe tomar en cuenta la intención y el deseo de colaboración de los receptores. **Hacer preguntas, interpelar, incluir las herramientas interactivas de las “Historias de Instagram” (como las encuestas), son buenos lugares donde empezar a generar ánimos de interactuar.**

Contenido



En Instagram, a diferencia de Twitter, el contenido tiene un carácter mucho más personal, una motivación mucho más íntima. Esto va de la mano con la proporción de la audiencia, pero presenta el mismo “problema” de desconexión entre la “persona pública” y las áreas más domésticas e informales de Camila.

Es posible distinguir su personalidad, sus intereses y accionar político histórico y actual están ahí: marchas y foros feministas, su vida entre las sesiones del Congreso y el puerto, los colores del atardecer en la costa. Y entremedio, aparecen fotografías de amistades, de su pareja, de la comida que disfruta, animales y una que otra imagen de sus vacaciones. **Estas publicaciones de carácter personal representan el 40% con respecto del total.**

De la misma manera que con Twitter, no se plantea una limpieza total del contenido para sólo dejar aquello relativo a la diputación, pero en este caso sí se considera sensato sugerir un **resguardo de aspectos más sensibles, como la identidad de familiares (sobretudo menores de edad) o personas cercanas, como amistades cercanas o su pareja.** Si bien Instagram posee un público menor que Twitter, y el carácter de las relaciones de comunicación pareciera estar sujeto menos a la impulsividad y el



enajenamiento, y más en base a relaciones de respeto y cariño*, la línea que separe el contenido apropiado para Instagram y aquel que debería relegarse a una cuenta personal, deberá ser definida teniendo en cuenta las sensibilidades personales de Camila, su deseo de transparentar ámbitos personales y de compartir con naturalidad su vida privada.

Entonces, **¿el Instagram es de la Diputada de la República Camila Rojas Valderrama, o de Cami Rojas?** Si se deseara separar ambas personas, abrir una cuenta personal (privada o no) y repensar la dirección de la cuenta actual es algo que tomará una reflexión editorial, como equipo, y personal, por parte de Camila.

* En una publicación de julio de 2018, donde se menciona con estima a otra diputada del Frente Amplio, **Camila Rojas escribe en su Instagram que la red que ahí se genera “es de amor”.** Esta caracterización puede ser una pista para encausar una estrategia de contenido, ya que declara una relación entre Camila y el tipo de uso que ella está dispuesta a darle a su cuenta y el tipo de relaciones que desea establecer con sus pares.



Facebook

Usuario: @CamilaRojasxDistrito7

7,1 mil+ seguidores

Con una audiencia de casi el 50% de la de Twitter, el caso de Facebook es distinto: mantiene un contenido relativamente homogéneo, una audiencia casi equilibrada entre mujeres y hombres, y en general, se detectan

mayores esfuerzos (económicos) por impulsar contenido a modo de publicidad. Sin embargo, la mayoría de sus seguidores se concentran, una vez más, en Santiago.

Métricas



Datos y visualización proporcionados por la herramienta Insights propia de Facebook.com



Contenido

Como se estableció anteriormente, Facebook es la red social donde la temática se mantiene uniforme, sin mayores discordancias o publicaciones que destaquen por ser diametralmente distintas en tono o en contenido. Abundan publicaciones de opinión, donde la bajada comenta una noticia, otras donde se expresa descontento (literalmente, a través de “el estado de ánimo” que acompaña el inicio de una publicación), se comparten videos, se realizan transmisiones en vivo, y se re-postean tweets a modo de imagen. Esta última acción es efectiva en maximizar el alcance de un tweet, al trasladarlo de plataforma, pero haciéndolo visible al no hacerlo desde el enlace proporcionado por Twitter.

Por otro lado, es la única plataforma de las tres donde se puede ver el uso del logotipo, pero es de manera casi



Estado de ánimo que acompaña la publicación de una infografía, compartida en el pasado 21 de enero de 2019.



Sección de una fotografía de la fachada de la sede distrital en San Antonio, publicada en septiembre de 2018, en el Facebook de la Diputada Camila Rojas.

accidental. Una serie de fotografías muestran el logotipo en contextos de uso real (la inauguración de la sede en San Antonio), pero no se le menciona directamente.

No existe una publicación donde se anuncie o donde se “estrene” la nueva imagen o identidad gráfica de la Diputada. Adicionalmente, **el logotipo antiguo todavía puede verse en la portada del sitio web.**

Ya sea por falta de coordinación o desconocimiento de estrategias de posicionamiento de marca, **si el logotipo es definitivo y será usado por el resto del término, se deberá incorporar con mayor regularidad**, en distintos soportes, y en todas las plataformas de redes sociales. No es necesario “tapizar” cada rincón posible con el logotipo, pero **se recomienda comenzar por las imágenes de portada en Facebook y Twitter.**

Con respecto al relato o la voz de Camila Rojas, si bien es más consistente en su forma en Facebook, aun así **se pueden identificar 2 o 3 personas distintas que publican a nombre de ella, y esto provoca otro quiebre en la manera de comunicación con sus seguidores.** Hay publicaciones que utilizan *emojis* regularmente, otras que llaman a la acción mientras que otras sólo enlazan contenido externo con un breve comentario. **Esta variación de emisores es evidente y es necesario controlarla, limitando el número de personas que intervienen en las publicaciones, o definiendo un protocolo de publicación y lenguaje estricto y claro,** para no sobrecargar de estilos las publicaciones de Camila.

 Camila Rojas Valderrama, Diputada - Región de Valparaíso · 21 de enero a las 22:04 · 🌐

Hoy estuvimos apoyando a las trabajadoras y ex trabajadoras del Sernameg por el estado de precarización e inestabilidad laboral que viven. Precisamente mujeres que protegen a mujeres víctimas de violencia de género.

También denunciamos el desmantelamiento que está viviendo la poca institucionalidad que existe en materia de violencia en contexto de pareja a manos del gobierno del Presidente Sebastián Piñera y de la Ministra Isabel Plá. En San Antonio se cerraron los dispositivos de seguridad y la región de Valparaíso lidera las cifras de femicidio a nivel nacional.



👍❤️ 119

7 comentarios · 35 veces compartido
1,8 mil reproducciones

 Camila Rojas Valderrama, Diputada - Región de Valparaíso · transmitió en vivo. · 9 de enero a las 17:24 · 🌐

Sigue en vivo la votación de la nulidad de la ley longueira. (Primer trámite constitucional, Comisión de Constitución) Falta harto para que sea aprobada todavía.



Mira este video con tus amigos

Ver videos en grupo

👍❤️ 61

12 comentarios · 17 veces compartido
1,9 mil reproducciones



Camila Rojas Valderrama, Diputada - Región de Valparaíso **compartió un video.**
14 de diciembre de 2018 · 🌐

Es absolutamente repudiable y condenable la represión de carabineros contra las y los trabajadores portuarios. Han intentado destruir su sede, golpeado brutalmente a sus dirigentes, violentado a sus niños y niñas, como a sus familias.

Los reprimen por movilizarse por demandas legítimas en contra de la enorme precarización y desigualdad que viven, mientras el gobierno permite que Von Appen siga actuando de manera irresponsable y autoritaria.

¡Estamos con las y los trabajadores portuarios!



87.171 reproducciones

SIC Noticias

14 de diciembre de 2018 a las 12:21 · 🌐

Me gusta esta página

#VALPARAÍSO

Carabineros atacan e intentan destruir sede de #Portuarios en Paro 14/12/2018

70

8 comentarios · 44 veces compartido



Camila Rojas Valderrama, Diputada - Región de Valparaíso **compartió un video.**
22 de enero a las 19:36 · 🌐

[LEY DE LA JIBIA 🇨🇱]

Queremos que se acabe la pesca de arrastre en la jibia y se fortalezca la pesca artesanal. Esta fue nuestra postura original y no ha cambiado en nada.

Al igual que decenas de miles de pescadores artesanales en todo Chile, estamos atentos y atentas a los anuncios del Gobierno. Esperamos por el bien de los ecosistemas marinos y de la pesca artesanal que no se presente el veto y que esta ley sea promulgada.

#NoAlVeto
#LeyDeLaJibia



142

7 comentarios · 27 veces compartido



Camila Rojas Valderrama, Diputada - Región de Valparaíso **compartió un video.**
24 de enero a las 19:19 · 🌐

En reunión de trabajo con el Colegio de Profesores de Chile de la V región, los y las profes nos comparten su preocupación por el agobio laboral y económico, en particular por el no pago del Bono de Incentivo al Retiro, tema que trabajaremos este 2019.



31

4 veces compartido



 **Camila Rojas Valderrama, Diputada - Región de Valparaíso** ***
22 de enero a las 16:45 · 🌐

LEY MACHUCA

Cuando hablamos del sistema educacional nos parece que no puede haber vetos ni restricciones. Esta es una medida puntual que podría significar un cambio concreto en la vida de muchas y muchos niños".

Esperamos que este 2019 resolvamos cómo salir de una educación injusta, para lo que reconstruir la educación pública es fundamental"

<https://www.eldinamo.cl/.../oposicion-ingresa-el-proyecto-de-.../>



ELDINAMO.CL

Oposición ingresa el proyecto de "Ley Machuca" al Congreso

 68

19 veces compartido

Conclusiones

EN GENERAL, las redes sociales de la diputada Camila Rojas mantienen un lenguaje común, un **relato básico que está determinado principalmente por 4 hilos conectores que tejen su trama y a la vez delimitan los marcos de acción política: FEMINISMO, PESCA ARTESANAL, EDUCACIÓN, y EL TERRITORIO DEL DISTRITO** (especialmente San Antonio). Sin embargo, no hay lineamientos claros para el contenido que pertenece en cada plataforma, no se aprecia una línea gráfica clara (más bien sólo elementos externos disímiles que no guardan relación con su identidad, o con la del Frente Amplio), y tampoco hay uso constante del logotipo existente (o el antiguo).

Como se pudo determinar en apartados anteriores, **hay publicaciones que desentonan o destacan por su carácter personal**. Probablemente herencia y consecuencia de usar la misma cuenta personal de Twitter e Instagram de Camila para su campaña y posterior desempeño como diputada. A modo de clasificación, **se identifican GUSTOS PERSONALES, HUMOR, VIDA FAMILIAR, AMISTADES Y PAREJA, COMIDA y ENTRETENCIÓN**. Si bien no es recomendable extirpar este tipo de contenido de sus redes sociales (pues es lo que ayuda a formar parte del imaginario de Camila Rojas, construido durante sus años de ejercicio político estudiantil y campaña por el Distrito 7), este quiebre editorial desconecta el relato de perfil que se quiere construir de persona pública, produciendo una identidad poco clara, pues **se perciben más bien como errores o contenido que se pasó por alto, sin darle una revisión responsable y razonada antes de publicarlo (sobretudo en el caso de Twitter)**.

En el caso particular de Facebook, si bien el contenido es más homogéneo, hay un desconocimiento o prejuicio en cuanto a quién es realmente la audiencia (seguidores), ya que el segmento predominante es el mismo que en Instagram: de 25 a 34 años, santiaguino y su distribución de género es casi equitativa. Sin embargo las publicaciones se tratan como si fueran proyectadas para un público mayor o más serio.

Benchmark

El objetivo del siguiente estudio comparativo es presentar los usos y estados actuales de las mismas plataformas de redes sociales de Camila Rojas que se presentaron en el apartado anterior. Se considera dejar fuera los sitios web oficiales de cada persona, ya que pueden variar sustancialmente en formato (portada, secciones,

extensión, etc.). Las personas que se seleccionó para el estudio son las diputadas Maite Orsini, Pamela Jiles, Camila Vallejo, Camila Flores, el diputado Gabriel Boric, y el ex diputado José Antonio Kast. Son personas que actualmente comparten el espacio político, y se relacionan con Camila, ya sea por afinidad o por oposición.

I. Maite Orsini

Diputada Distrito 9

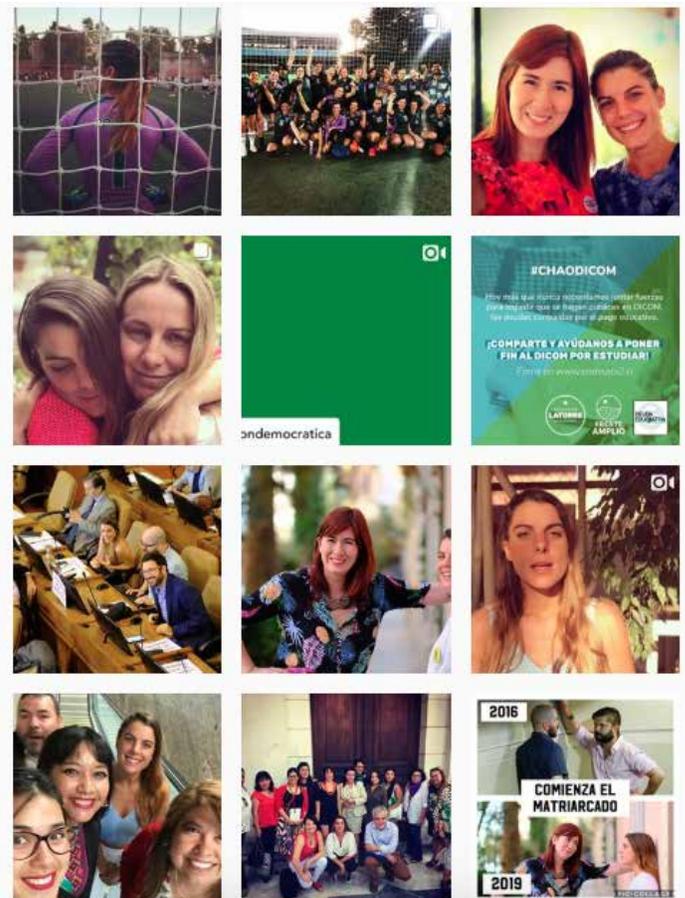
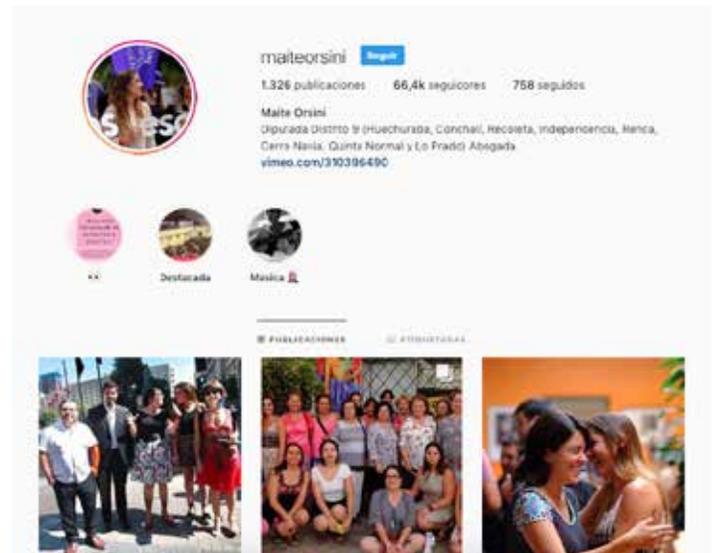
twitter: @MaiteOrsini 234mil seguidores
 instagram: @maiteorsini 66,4mil seguidores
 facebook: @rd.maite 5mil seguidores

La diputada Orsini posee una gran audiencia en Twitter, más del doble de sus dos otras RRSS combinadas. Gráficamente, existe una coherencia en la manera de situarla dentro de la Cámara de Diputados, en ambas fotografías de portada, así como también en el estilo de su imagen de perfil. El contenido es más bien homogéneo, similar al de Camila Rojas en Facebook: posición pública frente al diálogo social., y noticias relevantes a su quehacer político.



En Instagram, el uso es más libre, similar al uso que Camila Rojas le da. Fotografías relacionadas a su actividad política, pero también fotografías familiares, de amistades, de fútbol, y de humor.

Al igual que en el caso de Camila Rojas, no se aprecia una línea gráfica propia determinada y consistente; no hay un logo posicionado, elementos gráficos que por repetición se asocien a Maite Orsini, o un imaginario al que acceder y construir relaciones simbólicas. Más bien se aprecia como una plataforma personal, donde naturalmente se interconectan quién Maite es, a nivel individual, y aquello que hace profesionalmente.



II. Pamela Jiles

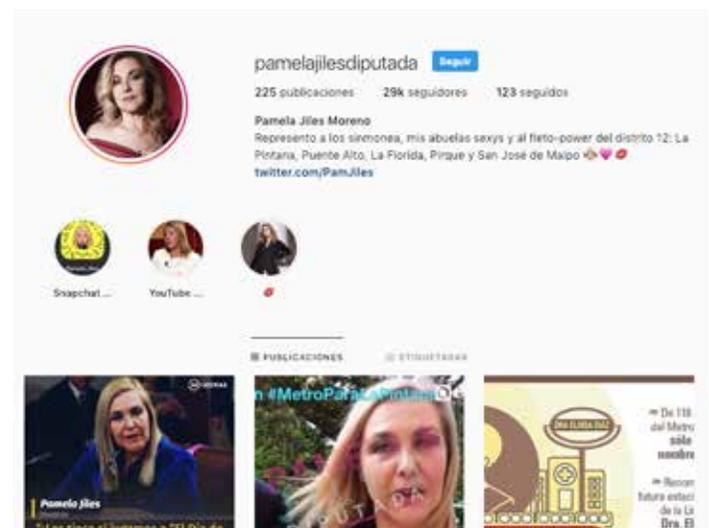
Diputada Distrito 12

twitter: @PamJiles (verificada) 195mil seguidores
 instagram: @PamelaJilesDiputada 29mil seguidores
 facebook: @pamelajilesmoreno (verificada) 73mil seguidores

La diputada Pamela Jiles, “la abuela” como lleva autodenominándose por años, tiene una audiencia considerablemente mayor, y más importante aún, **posee verificación** en dos de sus tres perfiles de RRSS. Esto es presumiblemente debido a su participación como periodista y panelista en programas de televisión abierta y por cable, anterior a su carrera política. Por lo que su construcción de persona pública, su personaje, tiene una larga data y consta de años de perfeccionamiento.

Destacable es **el segmento de Información en su página de Facebook, donde ha llenado con rigurosidad los campos disponibles**, incluso incluyendo un enlace a una reseña biográfica externa.

En su Twitter y Facebook, utiliza la misma imagen de portada, donde se puede apreciar el uso de un elemento gráfico claro, que ha llegado a constituirse como un símbolo de su identidad personal: una pluma rosada. Esta pluma ha estado presente en las apariciones públicas de Pamela Jiles por años, siendo usada en distintos contextos, como una extensión de su personalidad y su sentido del humor, pero también de sus convicciones políticas (ligadas a la defensa de las minorías sexuales). El color rosado es también un elemento importante,



que es utilizado consistentemente en las gráficas de sus RRSS, alcanzando el posicionamiento necesario para ser considerado parte de *su marca*.

Otro punto destacable es la **utilización de hashtags propios, como #LAABUELAENELCONGRESO**. Su uso es constante y deja en claro la intención de crear un discurso propio, complementado por estos elementos narrativos, así como también la manera en que ella interpela a sus seguidores, llamándolos “nietecitos”. **Este lenguaje es propio de su historia, y es coherente con su discurso.**



III. Gabriel Boric

Diputado Distrito 28

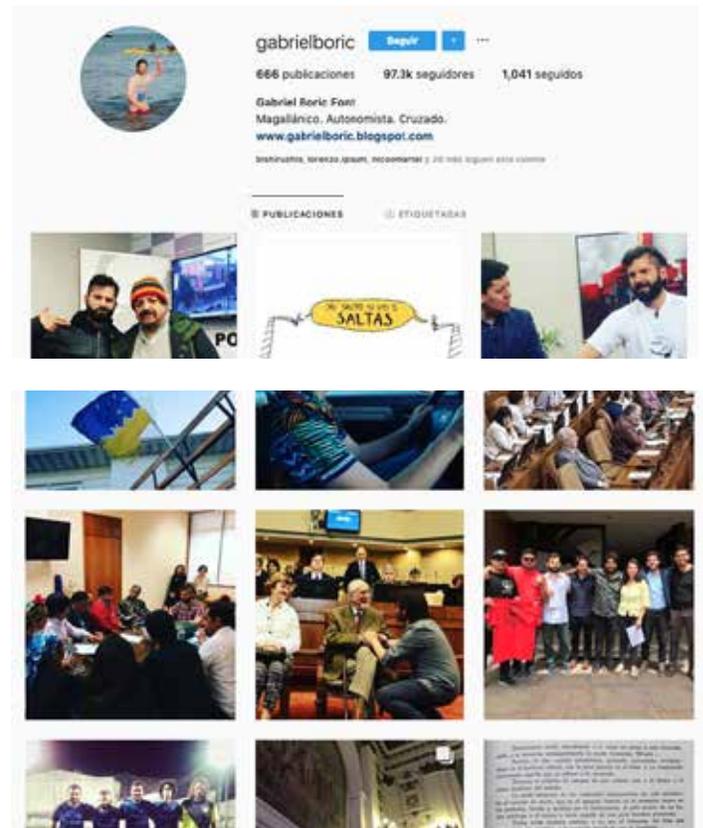
twitter: @gabrielboric 751mil seguidores
 instagram: @gabrielboric 97,1mil seguidores
 facebook: @gabrielboric 84mil seguidores

Poseedor de una trayectoria reconocida ligada a las movilizaciones estudiantiles universitarias del 2011 (al igual que Camila Vallejo), Gabriel Boric posee una gran audiencia en Twitter, donde optó por dejar un video como “tweet fijado”, de la misma manera que su portada en Facebook es un video, pero que muestra el paisaje de la zona a la que representa, la Patagonia.



Al igual que Maite Orsini, Gabriel Boric utiliza su Instagram de manera natural, saltando de fotografías trabajando en terreno, en sesión en la Cámara, y luego imágenes de Punta Arenas, su familia, y partidos de fútbol que juega. No hay una clara intención de separar estos aspectos en Instagram, no así en Twitter donde los *tweets* sobre fútbol son pocos y esporádicos, ya que predomina el contenido político.

En cuanto a alcance, en promedio, sus publicaciones obtienen entre 50 - 100 reacciones, y por otro lado hay publicaciones que superan las mil o dos mil reacciones: esto puede deberse a situaciones coyunturales, como un evento que lo involucra (por ende hay más espectadores esperando su reacción), o bien **publicaciones pagadas**.



IV. Camila Vallejo

Diputada Distrito 12

twitter: @camila_vallejo (verificada) 1,26M seguidores
 instagram: @camilantoniamaranta 53,5mil seguidores
 facebook: @CamilaVallejosD 177mil seguidores

La diputada Camila Vallejo viene cultivando sus seguidores en RRSS desde que se desempeñaba como líder estudiantil en las movilizaciones universitarias del 2011. Su audiencia es la más grande de todas las personas incluidas en este estudio *benchmark*, por lo que se pondrá especial atención al contenido que ella comparte.





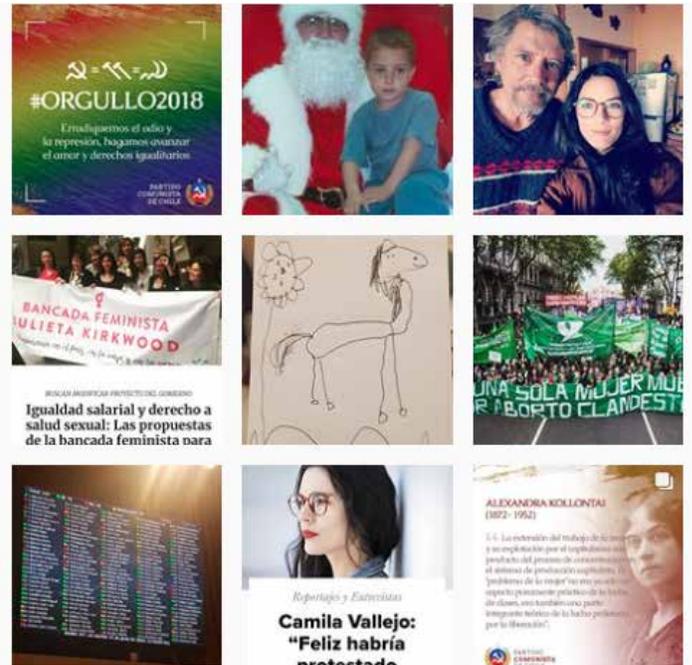
En primer lugar, usa la misma fotografía de perfil en Twitter y Facebook (en ambas plataformas su cuenta está verificada), y las imágenes de portada siguen la misma línea gráfica, y estas están relacionadas con su desempeño como diputada: comisiones de educación y trabajo. Del mismo modo, el contenido compartido se relaciona a estas temáticas. Similar al tratamiento y periodicidad de Camila Rojas y los otros diputados analizados hasta ahora, su Facebook mantiene un carácter uniforme, pero con bastantes más interacciones, posiblemente debido a la cantidad de seguidores. Es por esto que no se puede asegurar la presencia de publicaciones pagadas, ya que las con mayor exposición, reacciones y comentarios, no sobresalen tanto más que el promedio (aunque sus números sean impresionantes).

En general, el tono se mantiene serio, pero cuando lo amerita, es celebratorio y orgulloso de los logros y cambios sociales alcanzados.



A su vez, es relevante destacar la publicación que incluye un enlace a una charla TED, relativa a la duración de la jornada laboral. Es un recurso atractivo (ya que estas charlas son muy populares, y la mayoría están subtituladas), y familiar para el público con el que ella busca relacionarse. Además es una forma de iniciar un diálogo, sin apoyarse en medios de comunicación tradicionales.

Por otro lado, su Instagram se percibe como una cuenta personal, más que estar regida por la solemnidad de su labor como diputada: Camila Vallejo incluye fotografías cándidas de su hija, su pareja, sus amigas y sus intereses y pasatiempos, de manera natural y orgánica.



V. Camila Flores

Diputada Distrito 6

twitter: @Cami_Flores0 19,3mil seguidores
 instagram: @cfloreso 12,3mil seguidores
 facebook: @camila.flores.o 3,8mil seguidores



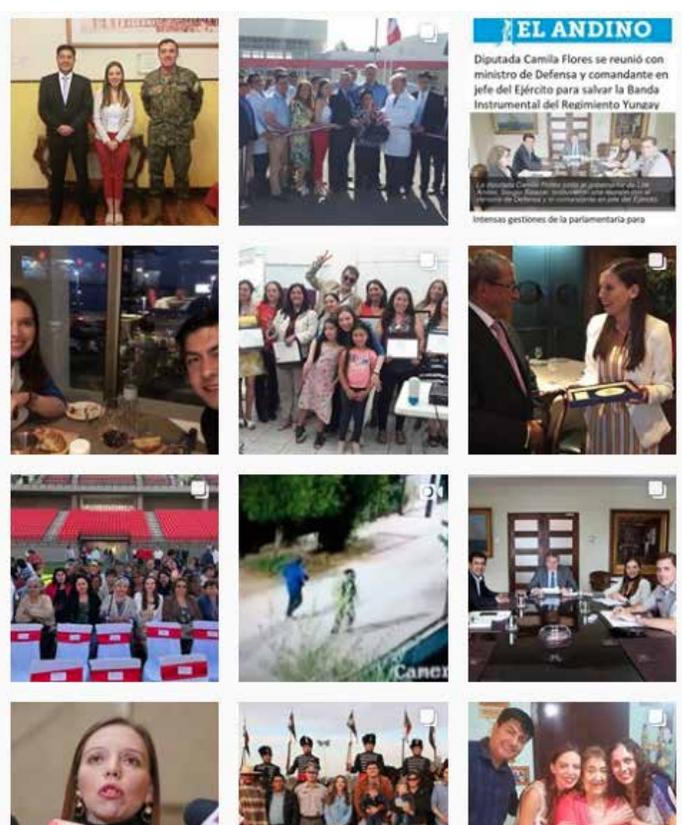
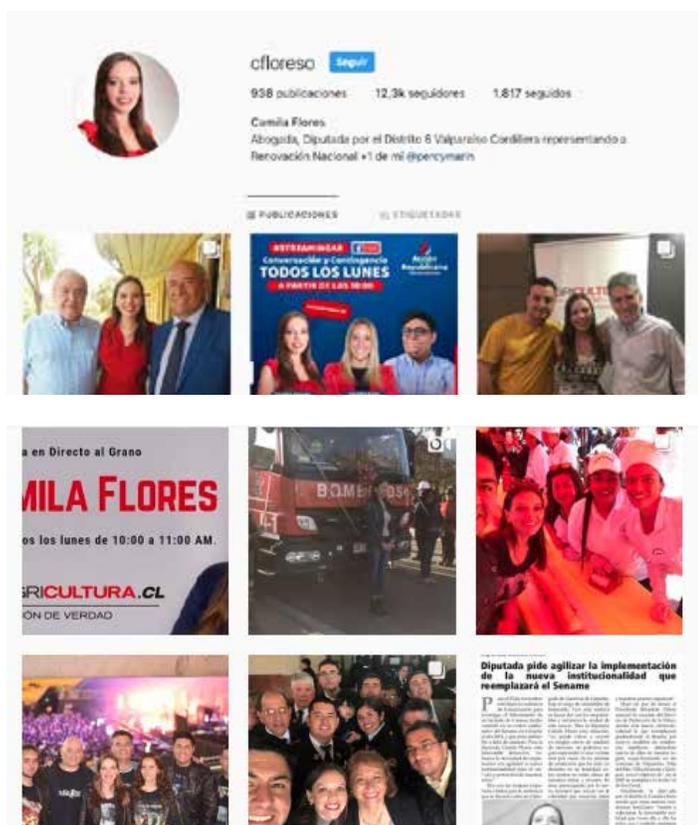
La diputada Camila Flores amasa una audiencia similar, pero levemente mayor, a la de la diputada Camila Rojas. Sin embargo, sus RRSS tienen un tratamiento gráfico mucho más conservador y medido. La misma fotografía de portada, donde se vincula a su marido y al Presidente de la República. Esta asociación es mencionada debido a que abunda en las publicaciones de su página de Facebook (que no posee un perfil de Persona Pública, como el resto



de las personas analizadas hasta ahora), Twitter y en Instagram.

Más allá de la diferencia diametral de posiciones políticas, Camila Flores comparte similitudes de audiencia con Camila Rojas, incluso tienen edades cercanas.

El uso de su cuenta de Instagram también incluye imágenes personales, más informales, pero no se despega considerablemente de la línea gráfica propuesta por su partido político. Existe cohesión.



VI. José Antonio Kast

Ex Diputado y Ex Candidato Presidencial

twitter: @joseantoniokast (verificado) 266mil seguidores

instagram: @joseantoniokast 70,7mil seguidores

facebook: @joseantoniokast (verificado) 158mil seguidores



A salvo de un par de detalles gráficos que entregan información, José Antonio Kast usa la misma fotografía de perfil en Twitter y Facebook (en ambas plataformas su cuenta está verificada), y en Instagram también. Y las imágenes de portada retratan su ocupación actual, convocando masas y expandiendo su discurso. Es importante mencionar que en Facebook, a José Antonio Kast más gente lo sigue (177mil) de la que le gusta. Eso puede deberse quizás a sus dichos y formas incendiarias de entablar discusiones políticas.

El ex diputado Kast utiliza Facebook primordialmente para publicar videos protagonizados por él mismo, que tiene una alta tasa de reacciones y reproducciones. Una vez más, no es posible determinar si el alcance de estas publicaciones se debe íntegramente al discurso presente en ellas, o si existen esfuerzos económicos para asegurar que dicho video sea visto por muchas más personas.

El uso de su cuenta de Instagram también incluye imágenes personales, más informales (por ejemplo, fotografías con su esposa o sus hijos) pero no se despegaba considerablemente de la estética conservadora característica de su color político.

José Antonio Kast
23 de enero a las 11:16

El lobby de los Diputados Boric, Orsini y Santibañez lamentablemente tuvo resultados: el asesino de #JaimeGuzmán quedará impune y no será extraditado a Chile a cumplir su condena como debe ser. Esperamos que los ciudadanos sí condenen a estos diputados no votando por ellos en las próximas elecciones #PalmaSalamanca



ELMOSTRADOR.CL

Se queda en Francia: Corte de Apelaciones de París rechazó la extradición a Chile del exfrentista Ricardo Palma...

1,6 mil · 334 comentarios · 349 veces compartido

José Antonio Kast
23 de enero a las 11:27

Mate Orsini dice que no está convencido de que el terrorista Palma Salamanca haya participado en el asesinato de Jaime Guzmán. Ojalá pueda ver este video de la madre del asesino que dice que se lo confesó. Si quiere defender terroristas, díjale de frente, sin faltar a la verdad



Mira esta video con tus amigos · Ver videos en grupo

274 reacciones · 1.297 veces compartido · 36 mil reproducciones

José Antonio Kast
15 de enero a las 13:30

Seguiremos defendiendo nuestras convicciones con más fuerza que antes y rechazando el odio y la violencia que promueve la izquierda. Espero que en las próximas elecciones la gente elija bien y elija por aquellos que defienden las ideas y razones con respeto y no con la violencia



2,7 mil · 210 comentarios · 851 veces compartido · 25 mil reproducciones

José Antonio Kast
11 de enero a las 15:05

La #Gira345 nos ayuda a conocer dura realidad que viven miles de chilenos y que no son tema de debate político. Los habitantes de #Queven son más de un año y medio sin agua potable y deben abastecerse en estancos. #SantiagoNoEsChile

Llegaremos a cada rincón de nuestro país, las urgencias sociales y las personas no pueden seguir esperando. Con Acción Republicana seguiremos trabajando por Chile



2,2 mil · 222 comentarios · 721 veces compartido · 40 mil reproducciones

joseantoniokast [Seguir](#)

541 publicaciones · 70,7k seguidores · 3.305 seguidos

José Antonio Kast
Papá de 9 hijos. Casado con @piaadriaxola Ex Candidato presidencial y Ex Diputado, Abogado y Fundador de Acción Republicana @arepublicana #Despierta!
www.accionrepublicana.cl

Concurso ... AR Destacada Destacada Destacada Destacada Destacada

PUBLICACIONES · ETIQUETADAS




Propuestas de uso

El siguiente listado es resultado del estudio exploratorio expuesto en el presente informe. Son sugerencias justificadas, que buscan apuntar hacia un uso racional, enfocado, y estratégico de RRSS. Su implementación total o parcial dependerán de una reflexión y posterior consenso por parte del equipo responsable y la diputada Camila Rojas.

Perfiles / Cuentas de Usuario

- Aunar las cuentas de RRSS bajo el mismo @. Sugerencias:

@camilarojas_diputada

@cami.rojas_diputada

@diputadacamilarojas

- Conseguir verificación en todas las plataformas (tomar en consideración: el proceso de verificación en Twitter se encuentra pausado momentáneamente, por lo que se deberá estar atento a la reanudación de la recepción de solicitudes).

- Cambiar a perfil de Persona (Persona Pública o Político) en Instagram y enlazarla con el perfil de Facebook y Twitter.

- Separar cuentas personales de los contenidos de la diputación.

En Instagram: Migrar/*re-postear* el contenido de carácter personal existente, a una nueva cuenta con el nombre de usuaria que Camila quiera, para dejar la cuenta actual como cuenta oficial y el @ de la Diputada Camila Rojas (con el fin de preservar los seguidores). Esto cuidará la privacidad de Camila y mantendrá la cuenta oficial exclusivamente relacionada al quehacer político.

- Mantener seguimiento semanal de las métricas entregadas por las plataformas y otras herramientas afines, para determinar cursos de acción con respecto a futuras publicaciones e interacciones con los seguidores.

Relato

- Limitar la cantidad de administradores en cada plataforma, manteniendo en cuenta el relato/voz de Camila lo más uniforme posible.

- Establecer una forma de escritura/voz que sea transversal a las 3 plataformas: definir lenguaje, uso de *emojis*, aproximación al diálogo social, llamado a la acción/atención. A su vez, definir el tipo de contenido que se priorizará en cada plataforma (videos en Facebook, infografías en Twitter), o si es que se compartirán transversalmente.

- Crear un set de *hashtags* propios para soportar el relato y reforzar la identidad y los campos de acción de Camila (pesca, educación, feminismo, descentralización, tanto de Santiago como de Valparaíso)

Contenido / Línea Gráfica

- Utilizar la misma imagen de perfil en las tres plataformas. Variar y diferenciar la imagen de portada en Facebook y Twitter, de acuerdo a la contingencia. Incorporar el logotipo en la imagen de portada (esto va de la mano con la creación de una línea gráfica).

- Siempre incluir créditos: enlazar las infografías y/o citar desde donde salen.
- Cuidar la pulsión de *tuitear* vs. mantener un uso razonado de la plataforma.
- Cuidar el uso de memes o viñetas de humor, teniendo cuidado del uso de lenguaje informal o vulgar (“para que no parezca *chacota*”).
- El contenido en Facebook es correcto, serio, pero *fome*, a pesar de compartir una demografía de indicadores similares a los de Instagram. Se deberá incorporar elementos que rompan la monotonía del contenido político, siguiendo la línea de lo compartido y los diálogos generados en Twitter.
- Pagar por publicidad en videos de intervenciones dentro de la Cámara, post de opinión+noticia, etc. para alcanzar a más personas.
- Impulsar publicaciones dirigidas especialmente a la población ubicada en el territorio de la diputación: involucrar esfuerzos económicos por alcanzar a la audiencia objetiva de la labor política de Camila, pagando por publicidad específica en Facebook y Twitter. La experiencia en terreno debería ir acompañada de una campaña digital enfocada a mostrar los resultados y las luchas que se llevan a cabo, no sólo visibilizarlas automáticamente para el público Metropolitano.

Conclusiones

Para finalizar, las RRSS de la diputada Camila Rojas mantienen un lenguaje común con las de sus pares y contrapartes. Existe un consenso tácito de utilizar más libremente Instagram, y Twitter más combativamente. Pueden ser características inherentes de las plataformas, que escapan a la manipulación de sus dueños, tratándose simplemente de la manera en que culturalmente vemos el uso de imágenes y palabras.

En base al estudio comparativo, es posible concluir que no existen reglas ni expectativas rígidas para el uso de RRSS, y que los usos son diversos, así como los son sus usuarios. Lo importante es entender que las interacciones con las audiencias no se generan solas: hay que crearlas o forzarlas, haciendo preguntas, *tuiteando* “buenos días”, invitando al diálogo, con una actitud positiva, un poco cargada hacia el humor (o incluso el sarcasmo soterrado), e interpellando con fuerza a quien sea necesario. Tampoco debe desconocer la importancia y la eficacia de las publicaciones promocionadas, o pagadas. Si las plataformas ofrecen esta posibilidad, pagar por alcanzar ciertas audiencias elusivas puede ser una solución rápida y efectiva.

Con respecto a la cohesión gráfica, se expusieron casos donde es posible construir identidad transversalmente en RRSS, implementando un logotipo consistentemente, creando un lenguaje común en gráficas propias con elementos simbólicos específicos, o en el estilo fotográfico de Instagram, sin ver sobrecargado el espectro digital donde se crean los diálogos que tanto se desean establecer entre actores sociales.

Referencias

https://twitter.com/Camila_RojasV

https://www.instagram.com/cami__red/

<https://www.facebook.com/CamilaRojasxDistrito7>

<http://www.camilarojas.cl/>

<https://www.frente-amplio.cl/parlamentarios/camila-rojas-valderrama>

<http://www.uchile.cl/portal/presentacion/senado-universitario/integrantes/104873/camila-rojas-valderrama>

https://www.camara.cl/camara/diputado_detalle.aspx?prmid=1068

https://www.bcn.cl/historiapolitica/resenas_parlamentarias/wiki/Camila_Ruzlay_Rojas_Valderrama

https://es.wikipedia.org/wiki/Camila_Rojas

<http://www.eldesconcierto.cl/2017/11/20/camila-rojas-ia-se-transforma-en-diputada-tras-imponerse-en-estrecha-votacion-a-jorge-rauld-en-la-quinta-region/>