

**FRIEDRICH
EBERT 
STIFTUNG**

**observatorio
de medios**
FUCATEL

Décadas de investigaciones permiten avalar que los medios de comunicación inciden en la percepción de los ciudadanos sobre las cualidades de los representantes políticos en cargos de elección popular, ya sea mediante el reforzamiento o cambio de actitudes frente a las diversas ofertas electorales. Este proceso –entendido también como formación de opinión– es importante seguirlo y analizarlo en forma rigurosa en el actual escenario electoral de inscripción automática y voto voluntario en Chile.

Conocer qué información y de qué manera es expuesta por la televisión a la población ayuda a entender cómo esta finalmente comprende, construye y valora la realidad, en particular considerando las temáticas de interés social y político.

Se ofrece un análisis cuantitativo y cualitativo de la exposición de los candidatos presidenciales en la televisión chilena, con el fin de extraer conclusiones relativas al tratamiento que recibe cada uno de ellos en términos de tiempo de exposición, equilibrio en el trato y temas expuestos, entre otros.

Entregamos este estudio sobre candidatos Presidenciales y su presencia en los espacios periodísticos de la TV como una forma de aportar al debate sobre el rol que debería tener este medio, que es el de mayor consumo e impacto en la formación de opinión pública.

El estudio se centró en los canales generalistas pues -aunque la mayoría de ellos son empresas privadas-, utilizan un espectro de onda que es un bien público y, por ende, tienen implícito un rol social que cumplir.

Algunas de las preguntas que se intentan abordar en esta investigación y análisis:

¿Qué actividades de campaña son más importantes para llegar a la pantalla abierta y qué candidatos, por ende, tienen mayor valor periodístico?

Comparación de los perfiles de cobertura de los canales. Calidad de horarios de exposición y tipos de intervención de los candidatos (expositiva, defensiva, de ataque, neutra, negativa, positiva).

La Fundación Friedrich Ebert Stiftung en conjunto con el Observatorio de Medios Fucatel y el apoyo logístico de la empresa Nex-OEMedios está realizando el seguimiento exhaustivo de la presencia de candidatos en seis de los canales de televisión abierta de mayor alcance o visionado en el país. Este primer informe corresponde a los meses de julio y agosto, dentro de un cronograma que culminará con nuevas entregas hasta el 17 de noviembre inclusive (jornada electoral presidencial, de senadores, diputados y consejeros regionales).

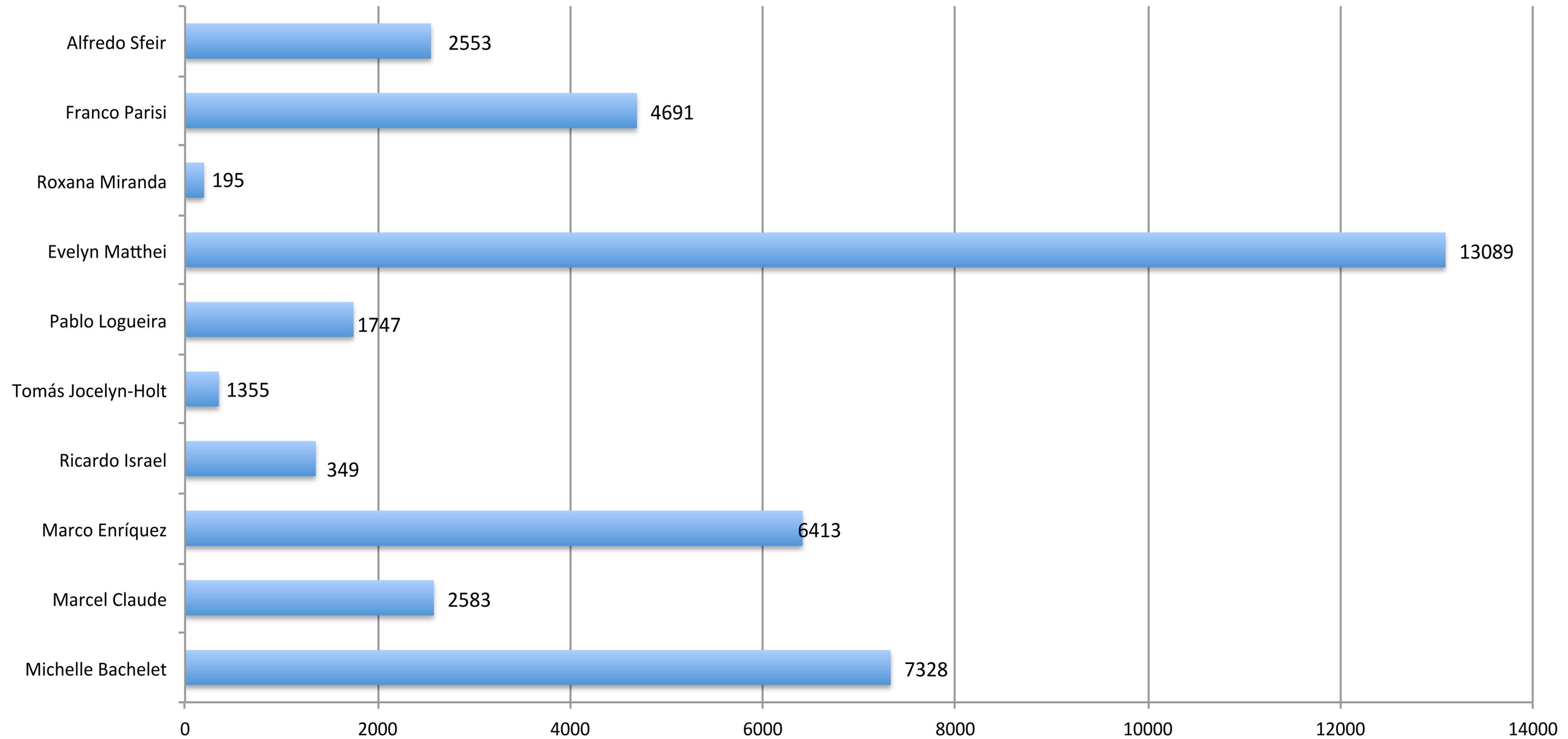
Julio fue uno de los periodos más convulsionados dentro de la política nacional en los últimos años. Desde la realización de las primeras Primarias Presidenciales legales hasta la bajada de Pablo Longueira y su reemplazo por Evelyn Matthei, la agenda noticiosa giró en torno a la política por sobre cualquier otro ítem de la contingencia noticiosa nacional. La televisión mantuvo su foco en las disputas y las alternativas de los nombres propuestos por la Alianza por Chile para suceder a Longueira en lugares preferentes de sus informativos.

Agosto significó un cambio en la exposición de los candidatos Presidenciales. Los canales de televisión abierta incorporaron en forma creciente a los postulantes fuera de los dos grandes bloques, a diferencia del mes de julio donde sólo La Red mantuvo una presencia permanente de éstos en entrevistas. La ratificación por parte del Servicio Electoral de las candidaturas sirvió como catapulta para que los televidentes conocieran los rostros de Roxana Miranda o Alfredo Sfeir, previamente fuera de la cobertura televisiva.

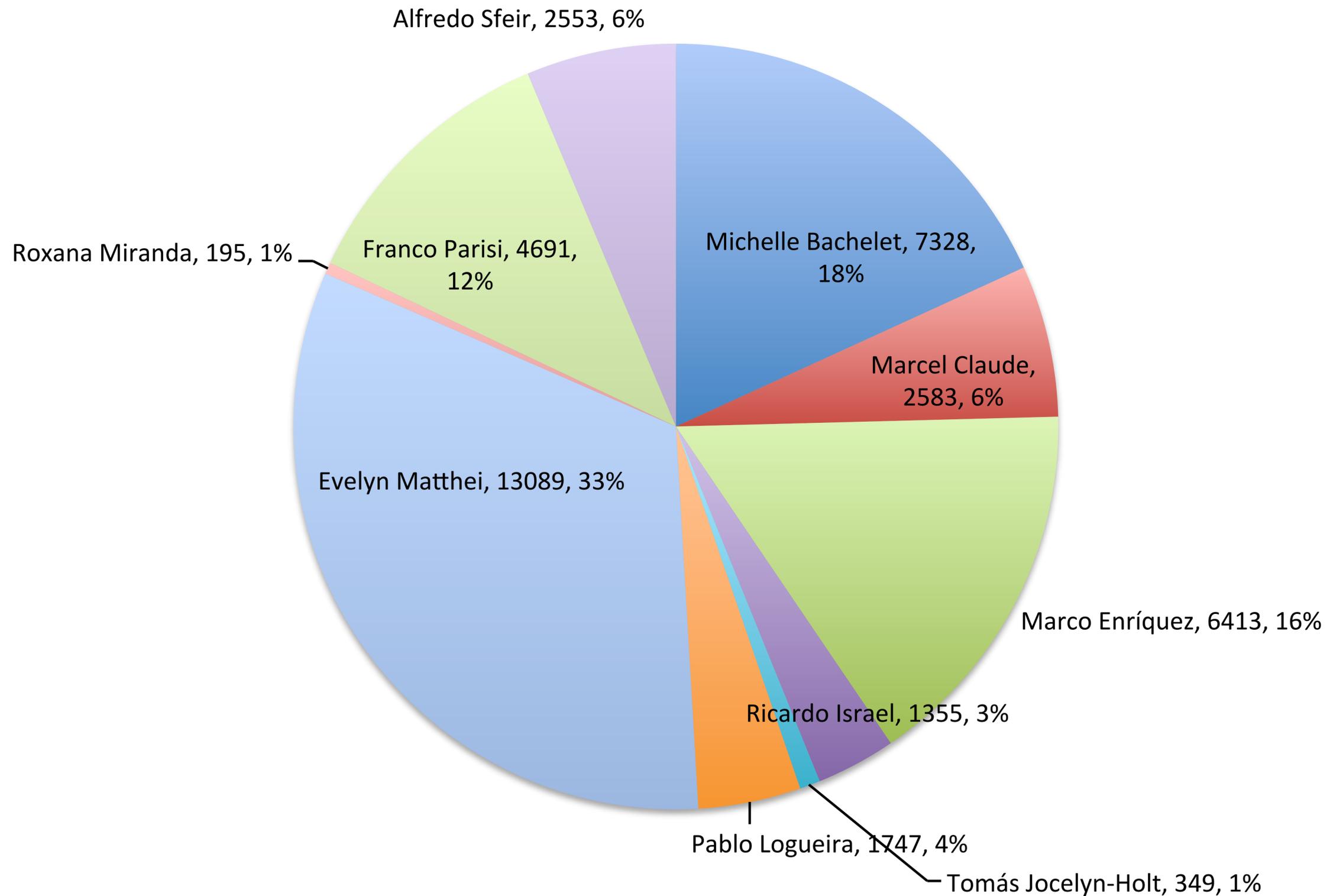
Comparar las coberturas informativas dedicadas a cada Candidato a la Presidencia de la República en los principales canales de la televisión abierta chilena, en términos de equilibrio, tipo de exposición y trato.

- ▶ Comparar cuantitativamente las **apariciones de los candidatos** en los diferentes medios y programas.
- ▶ Comparar en términos cualitativos y cuantitativos (en segundos) **los temas más significativos**, asociados a los candidatos.
- ▶ Analizar cualitativa y cuantitativamente (en segundos) las apariciones de los candidatos respecto de variables que informen acerca de **la pluralidad tanto del tratamiento**, como del espacio asociado al candidato (puesta en escena, formato, horario, etc.).
- ▶ Analizar cualitativamente el discurso de los candidatos buscando **la intencionalidad de su intervención** categorizada como expositiva, defensiva u ofensiva (de ataque).
- ▶ Analizar cualitativa y cuantitativamente (en segundos) la **aparición de los actores asociados** a las notas de los candidatos (Ejecutivo, Legislativo, Judicial, Partidos Políticos, Organizaciones Sociales, etc.) consignando el enfoque presentado por dicho actor respecto del candidato o tema presentado por este.

TIEMPO TOTAL NETO DE APARICIONES DE CANDIDATOS EN TV

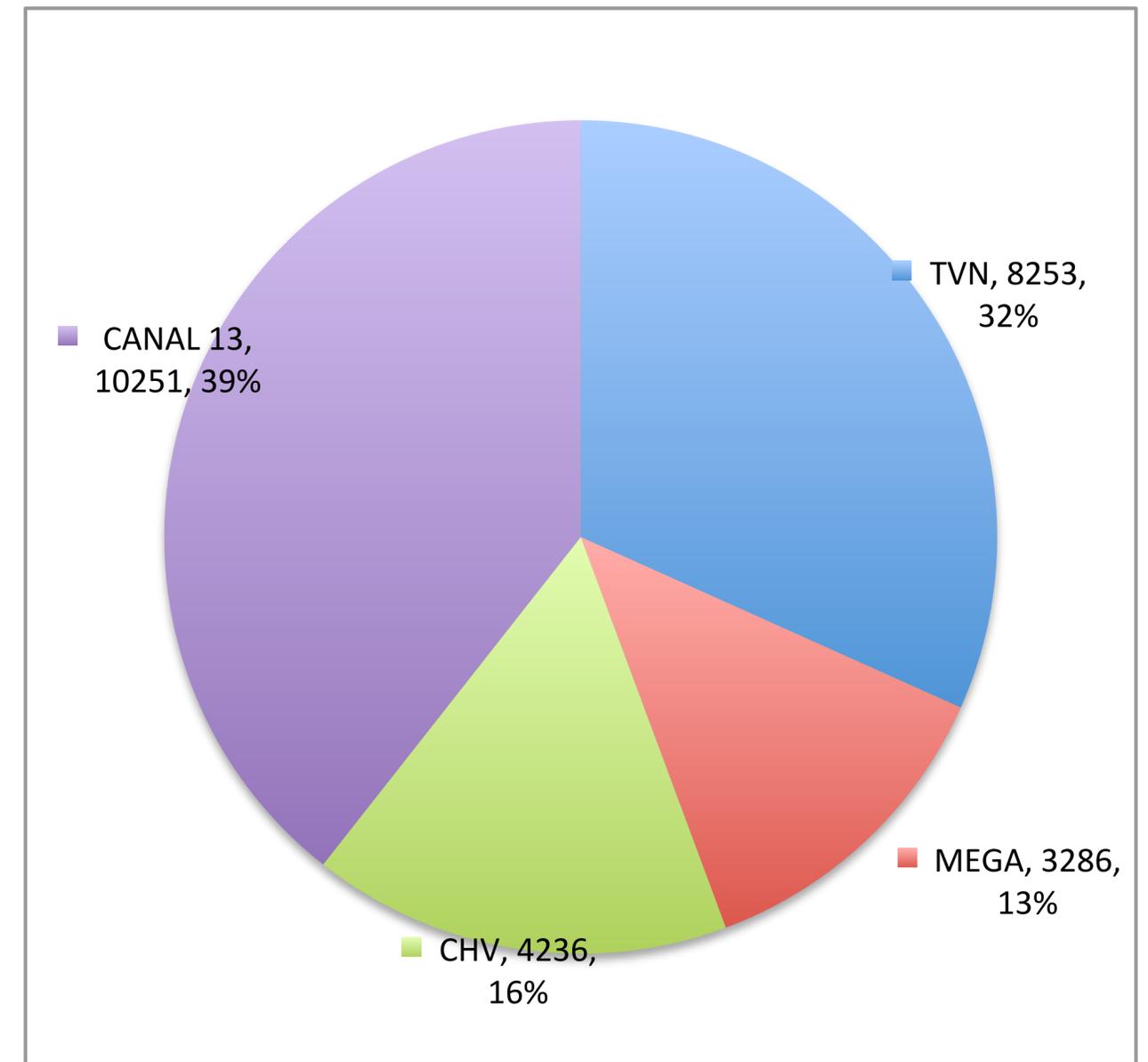
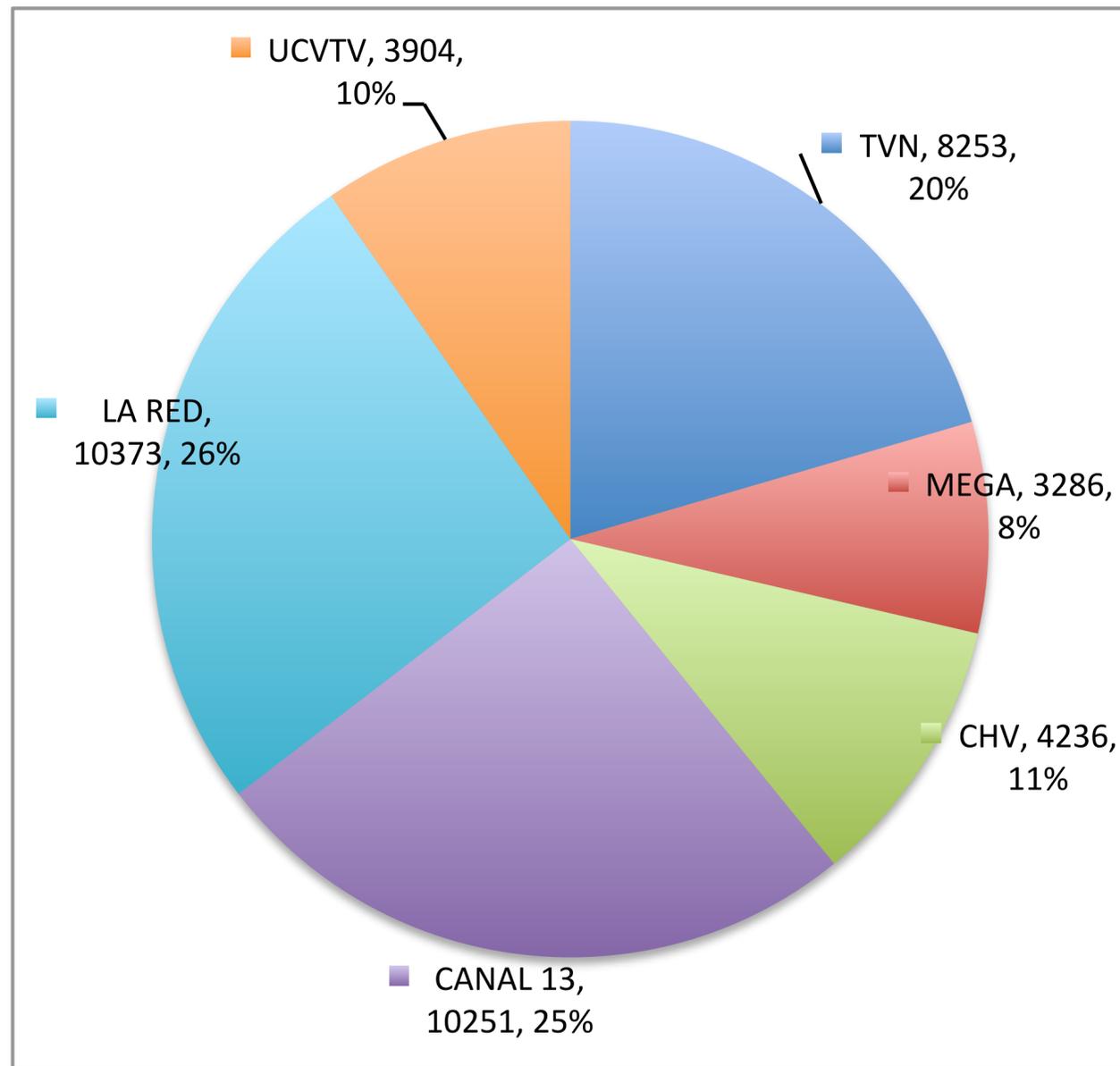


TIEMPO TOTAL PORCENTUAL DE APARICIONES DE CANDIDATOS EN TV



TIEMPO TOTAL DE APARICIONES DE CANDIDATOS EN CANALES DE TV

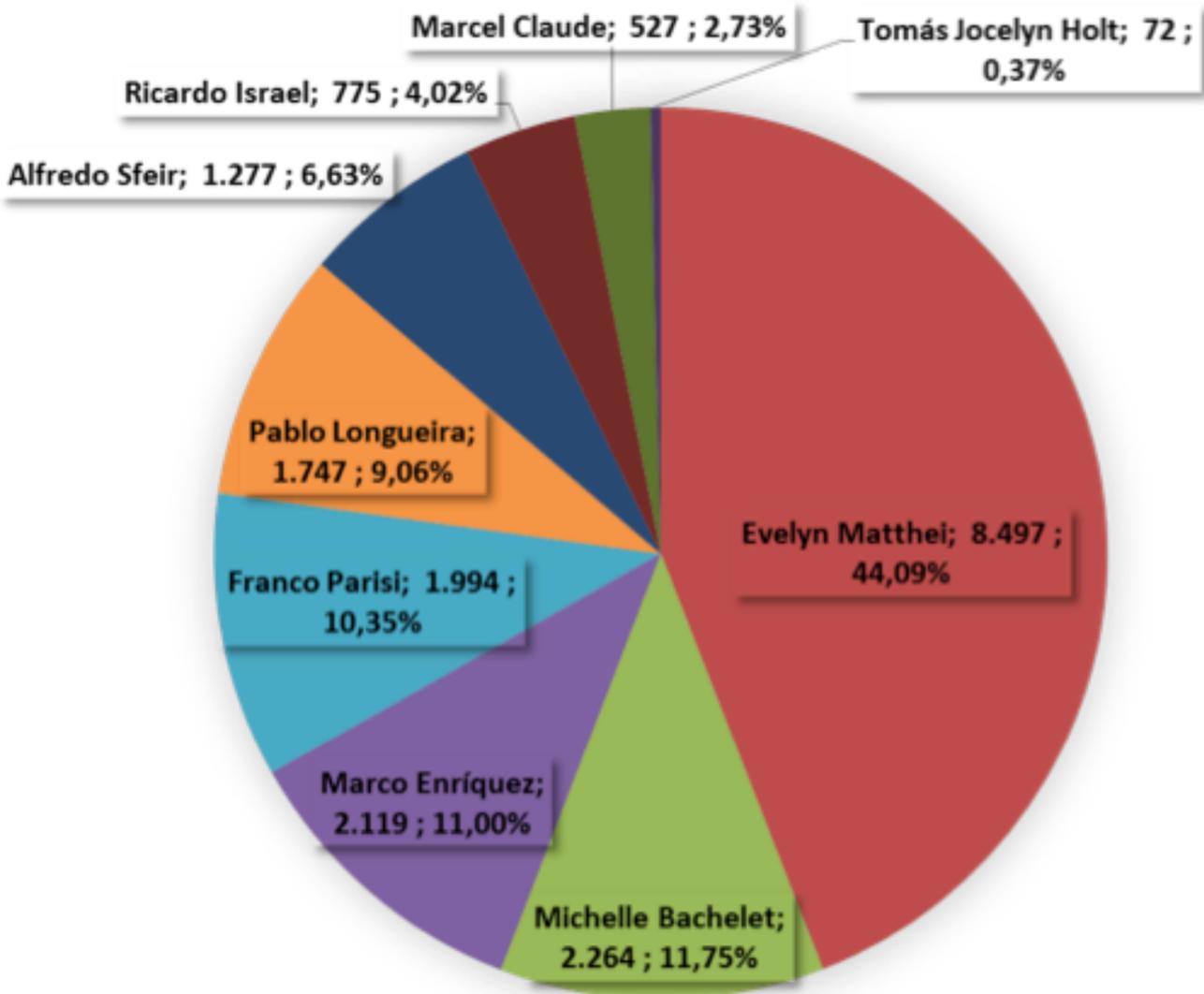
La distribución de la exposición de candidatos durante los dos meses consolidados muestra que el 51% del tiempo lo concentran dos de los seis medios analizados (Canal 13 y La Red). Y si se consideran sólo las estaciones de mayores audiencias y que compiten en los mismos horarios informativos, Canal 13 lidera el ranking y obtiene un 39% del tiempo total dedicado a la cobertura de candidatos (sea en notas, entrevistas o reportajes).



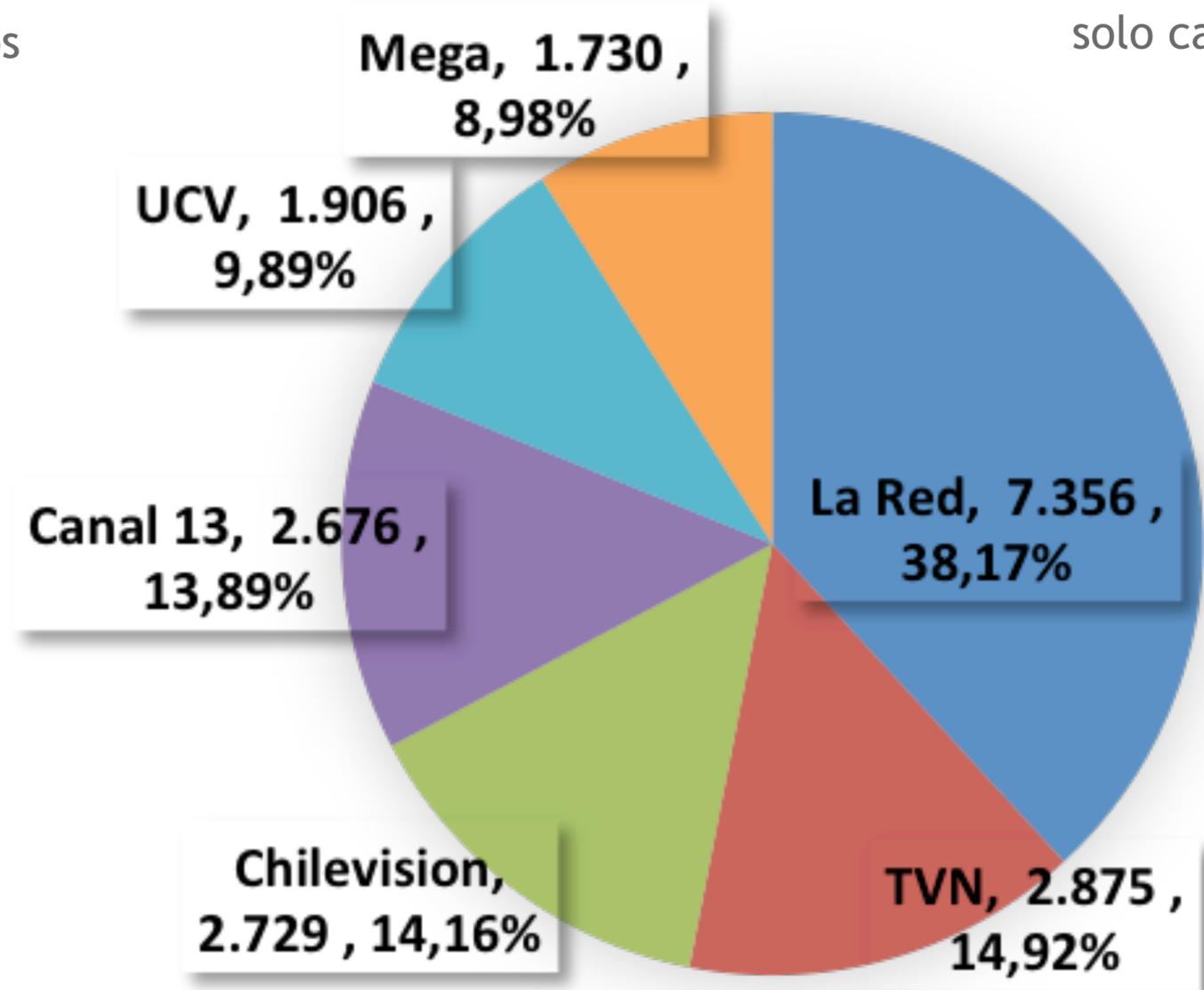
DISTRIBUCIÓN DE TIEMPO DE APARICIONES DE CANDIDATOS / CANALES DE TV

En la distribución general en la exposición de candidatos durante el mes de julio es notoria la amplia presencia de los candidatos oficialistas durante el período en estudio, destacándose también la cobertura noticiosa de La Red en esta materia, dejando al canal público en un lejano segundo lugar.

Distribución de tiempo apariciones candidatos



Distribución de tiempo apariciones según medio solo candidatos

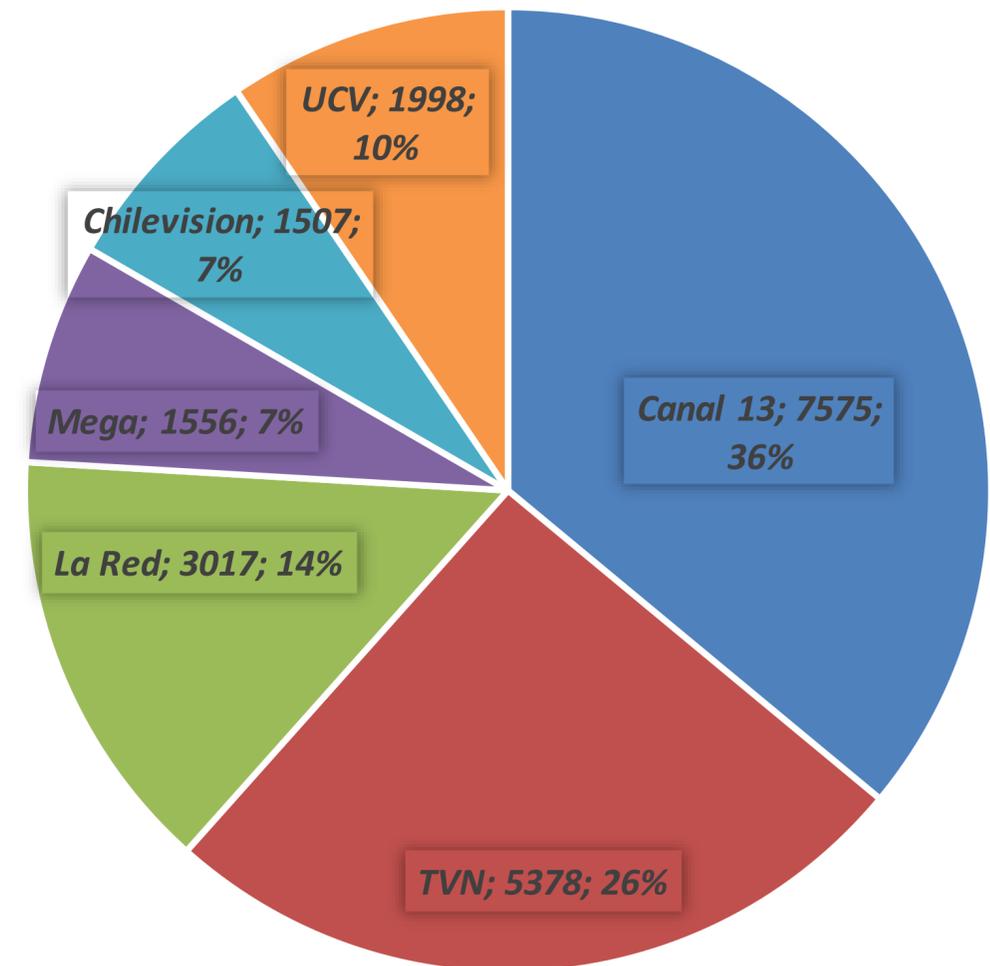
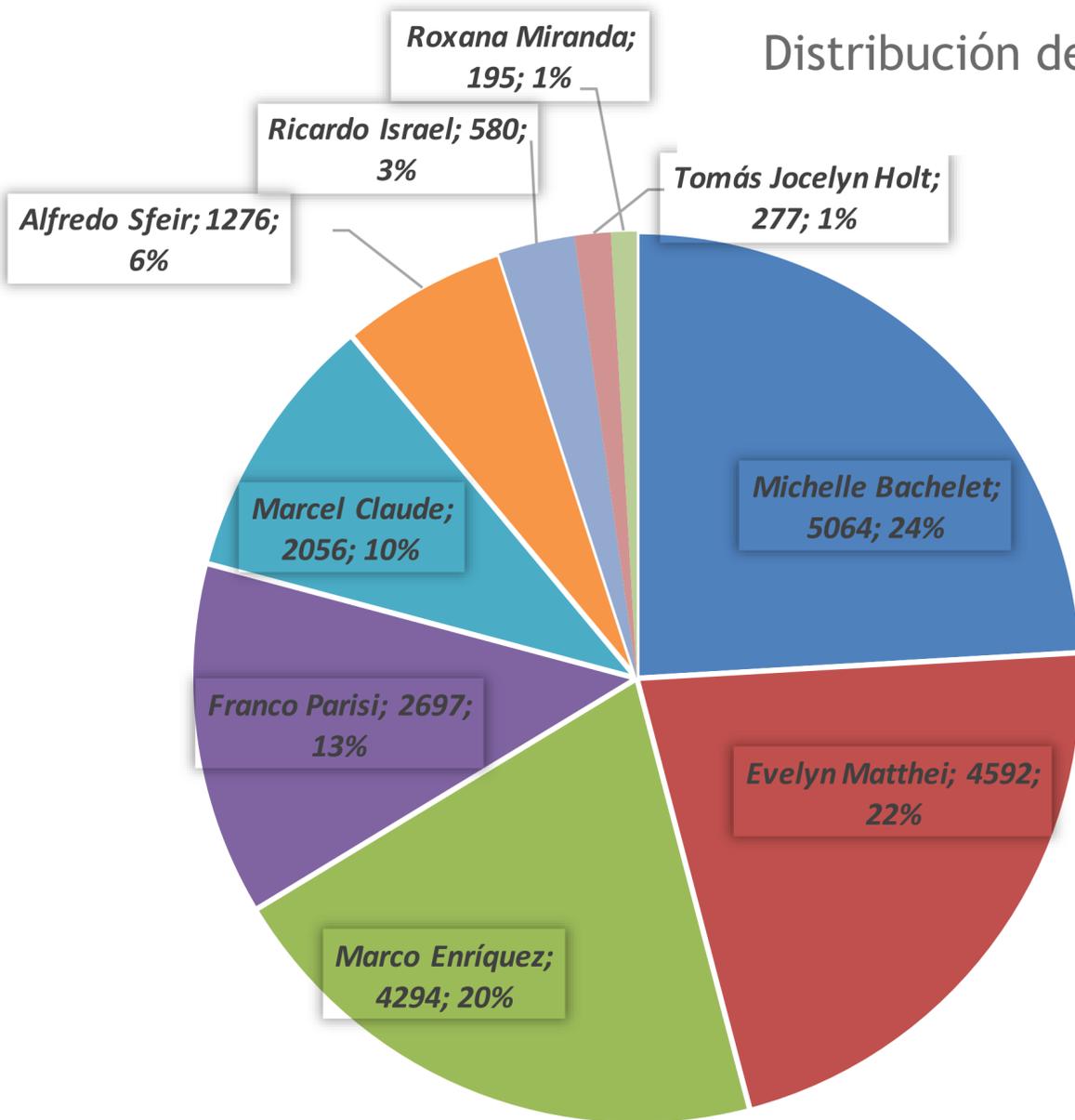


DISTRIBUCIÓN DE TIEMPO DE APARICIONES DE CANDIDATOS / CANALES DE TV

Durante agosto se amplió la distribución entre todos los candidatos, mostrando una mayor presencia de los candidatos ajenos a la Alianza por Chile y la Nueva Mayoría en comparación con el mes anterior.

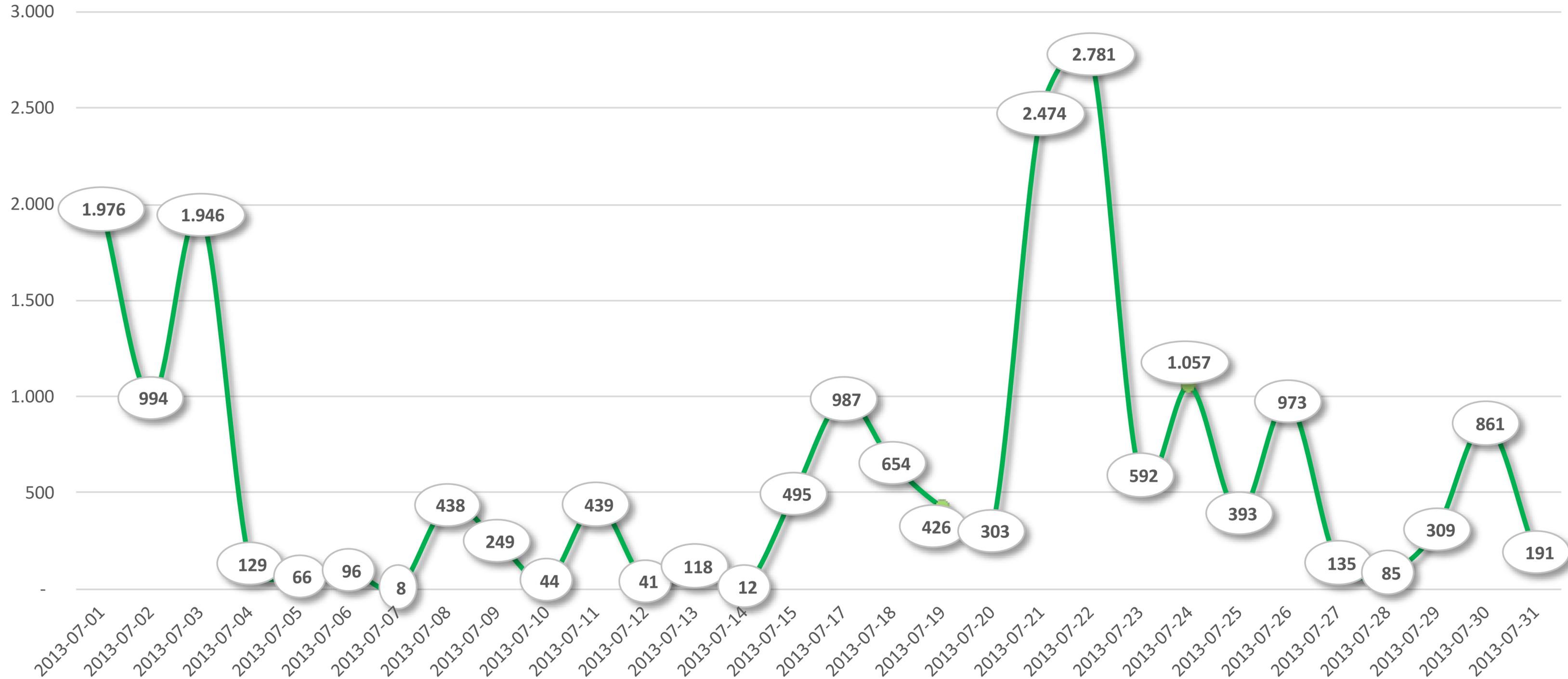
Distribución de tiempo apariciones candidatos

Distribución de tiempo apariciones según medio solo candidatos

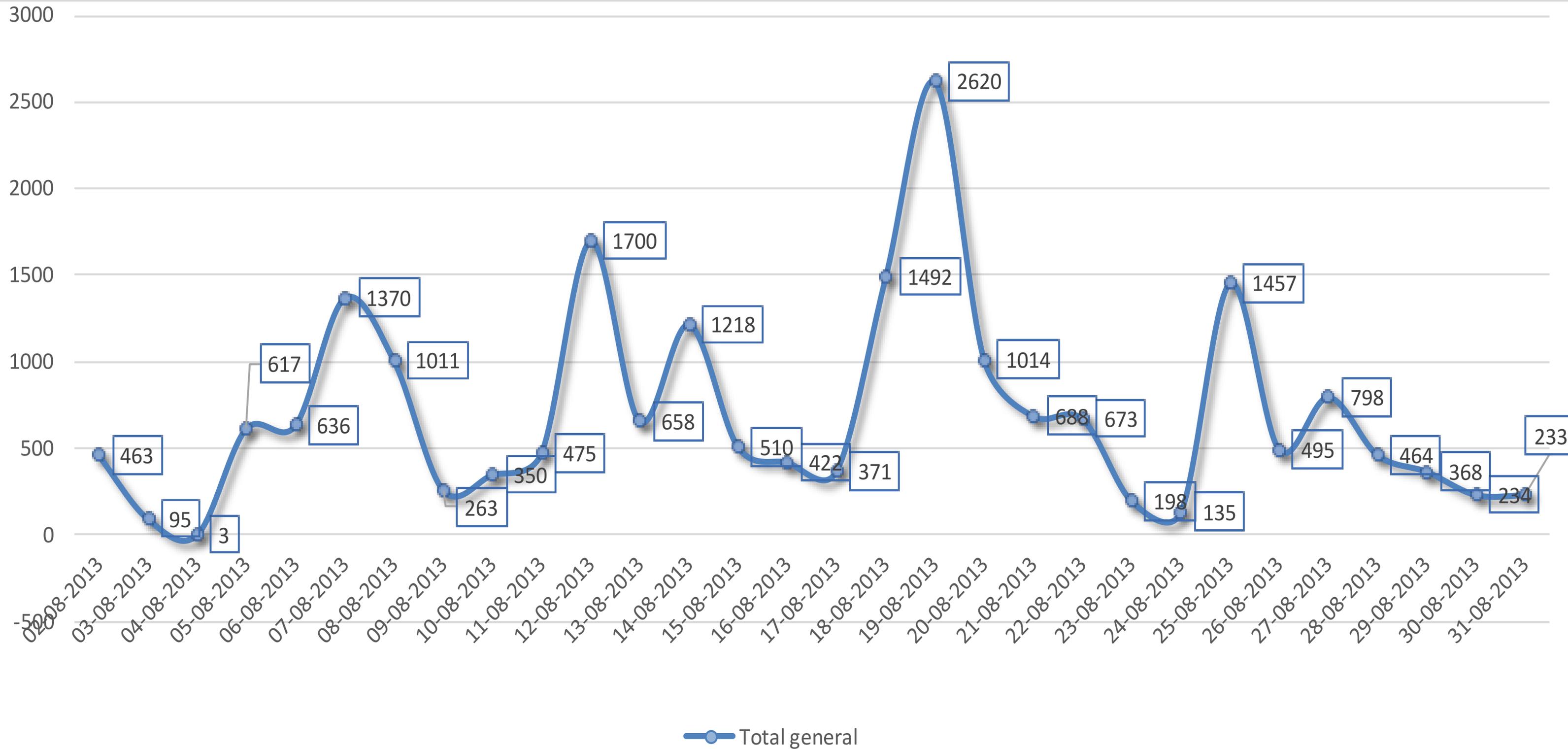


LÍNEA DE TIEMPO DE TODOS LOS CANDIDATOS

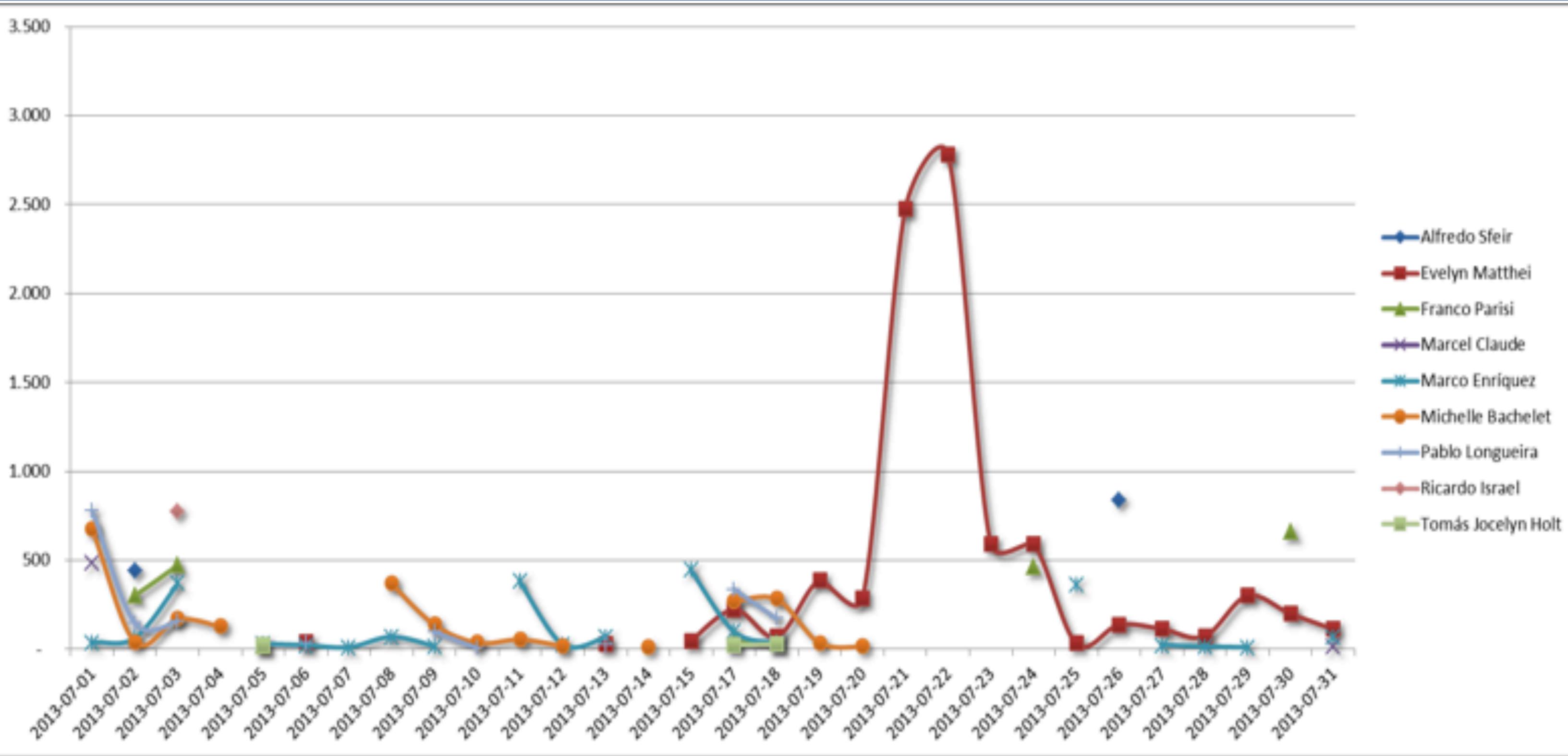
TOTAL GENERAL



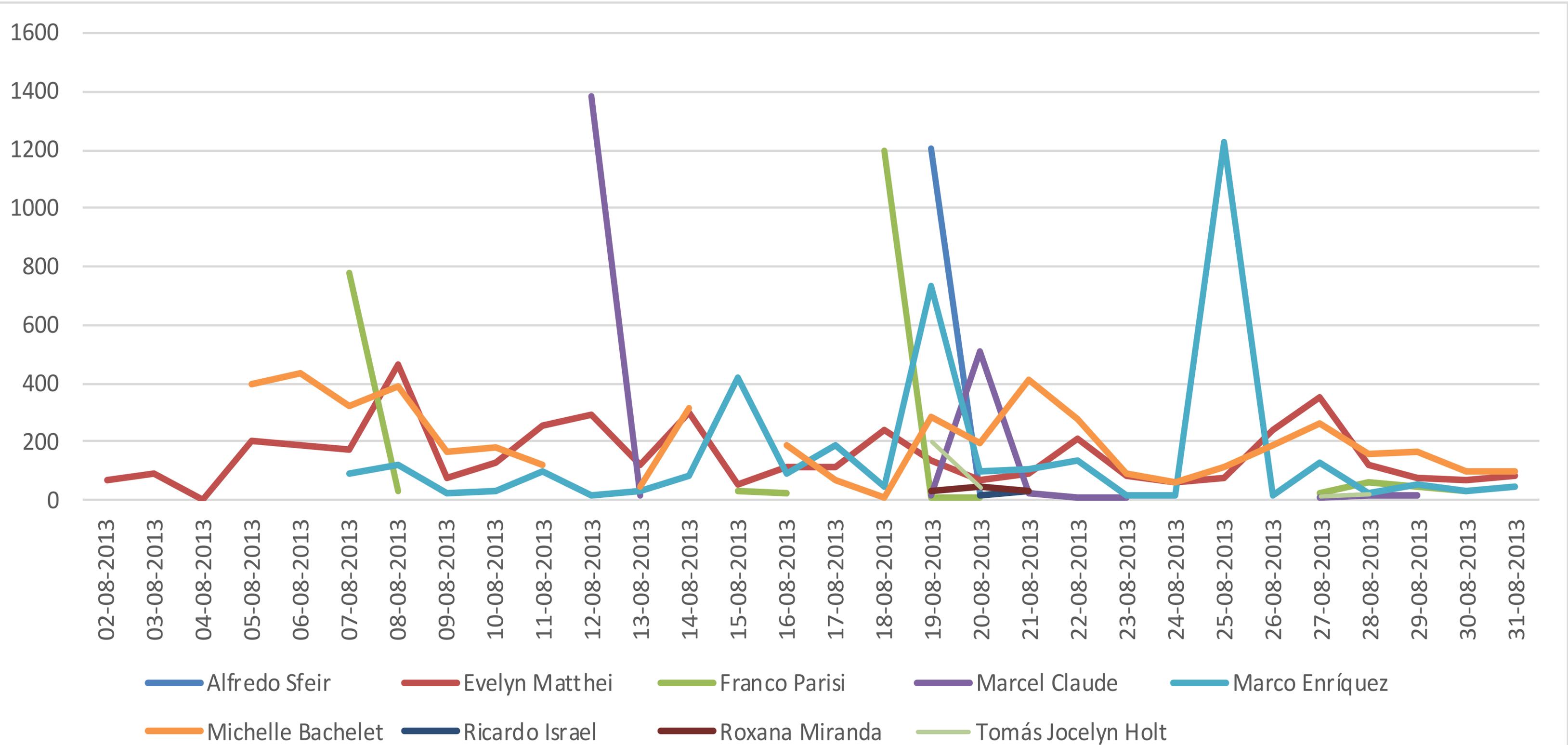
LÍNEA DE TIEMPO DE TODOS LOS CANDIDATOS



LÍNEA DE TIEMPO POR CADA CANDIDATO



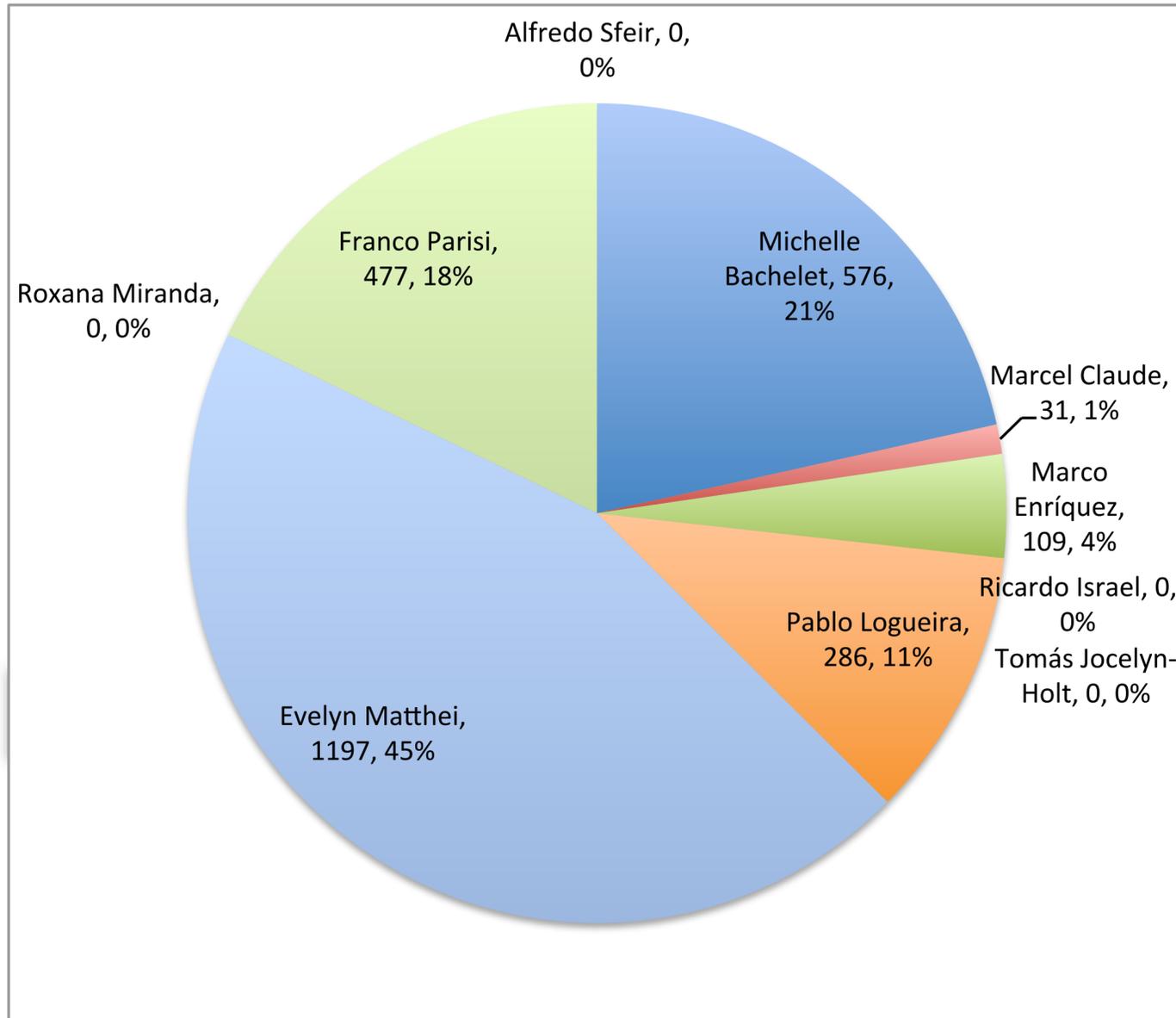
LÍNEA DE TIEMPO POR CADA CANDIDATO



PRESENCIA DE CANDIDATOS POR CADA CANAL - SECCIÓN

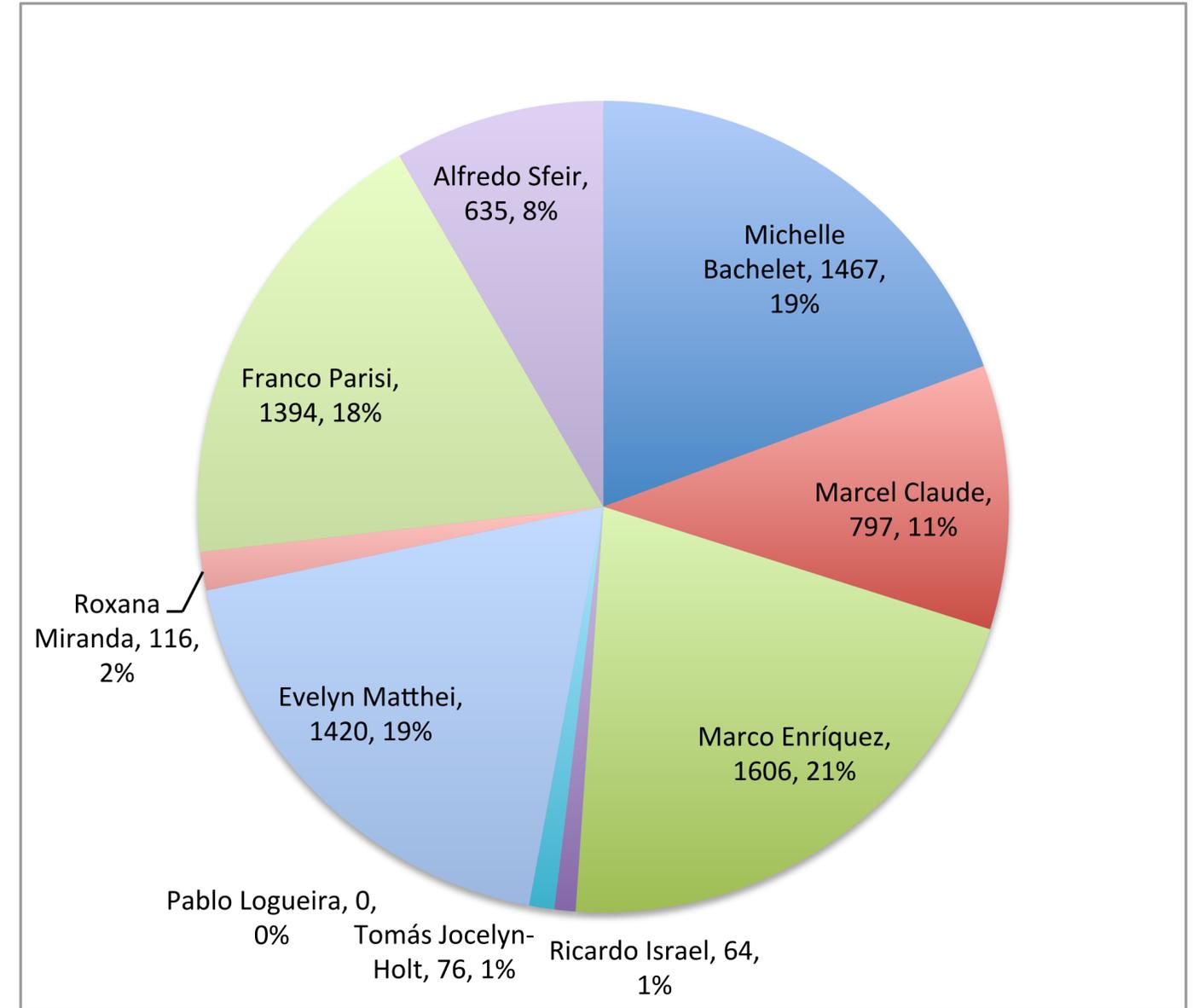


Distribución de tiempo apariciones
candidatos Canal 13

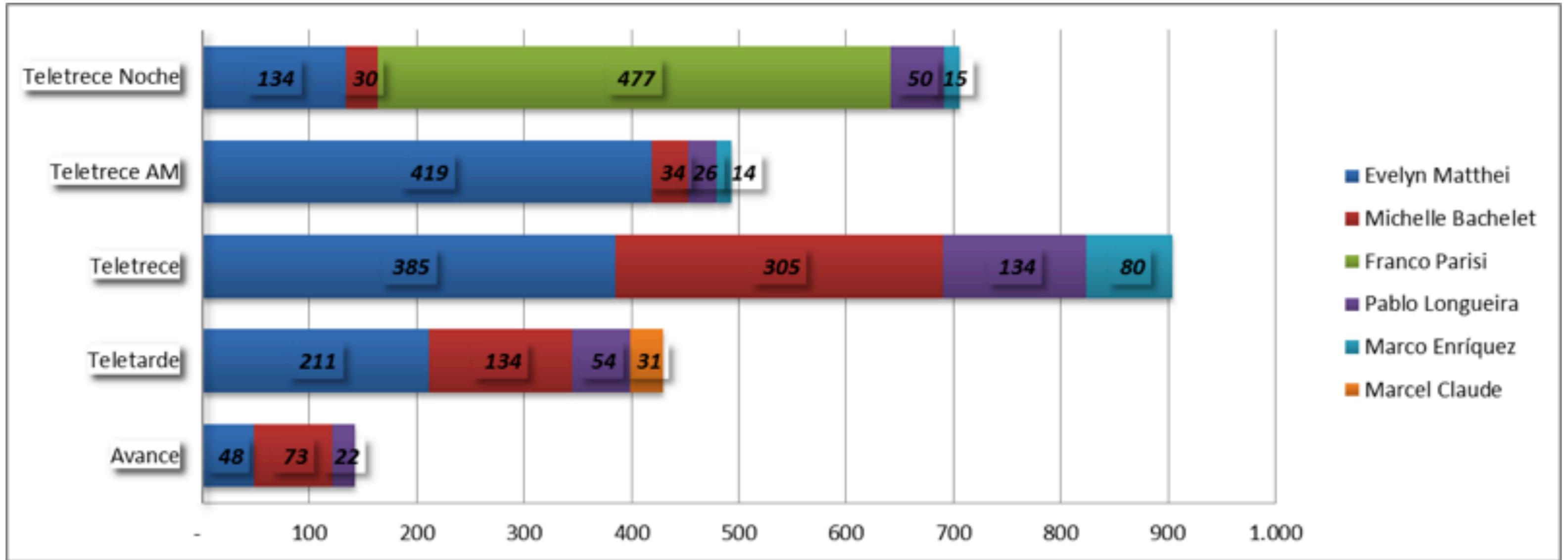


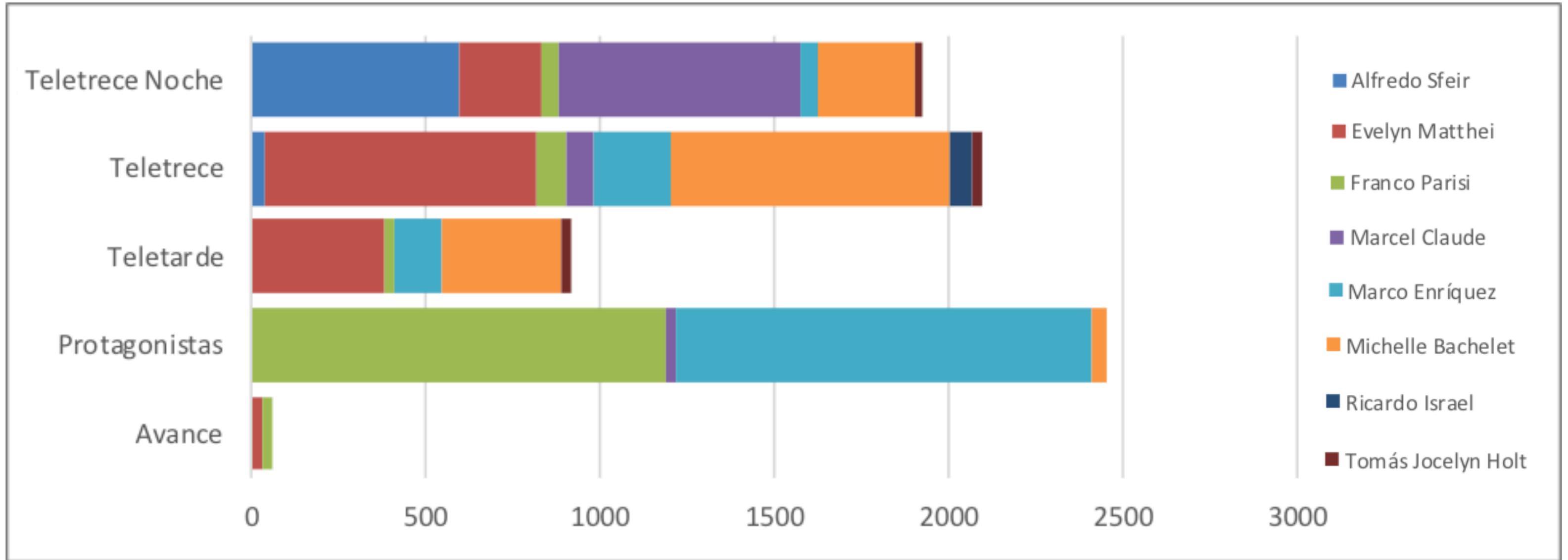
JULIO 2013

Distribución de tiempo apariciones
candidatos Canal 13



AGOSTO 2013

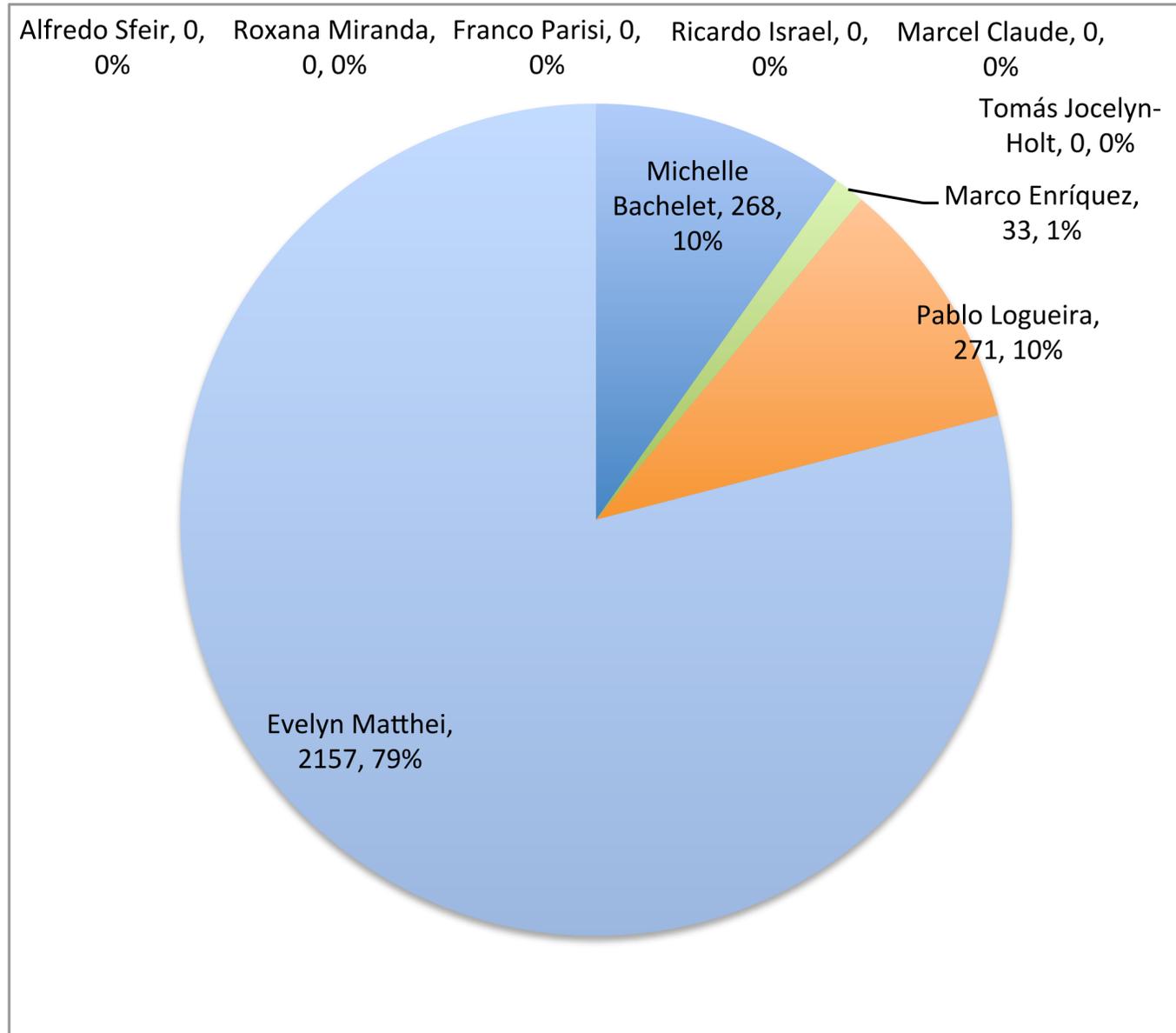






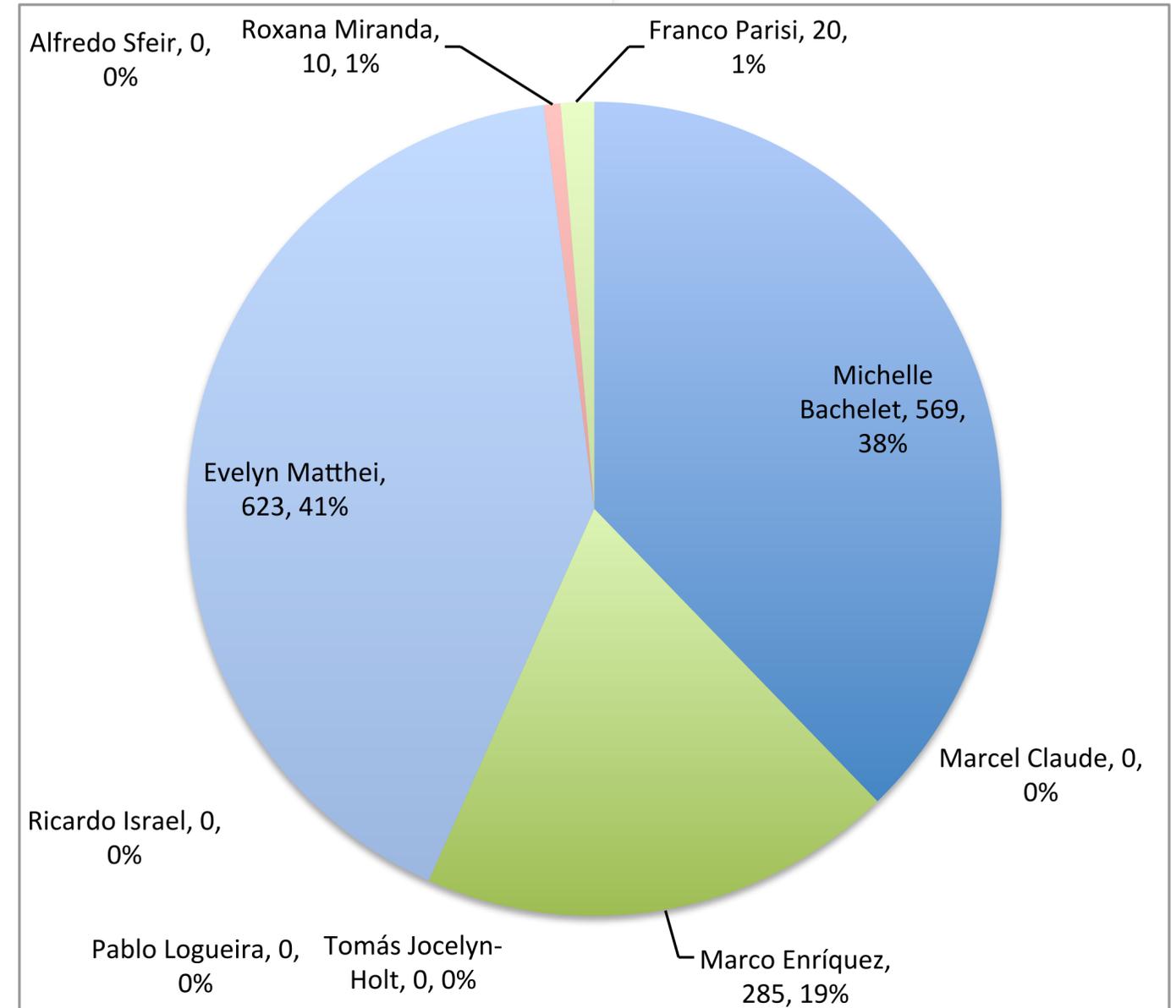
TeVe de Verdad

Distribución de tiempo apariciones candidatos Chilevisión



JULIO 2013

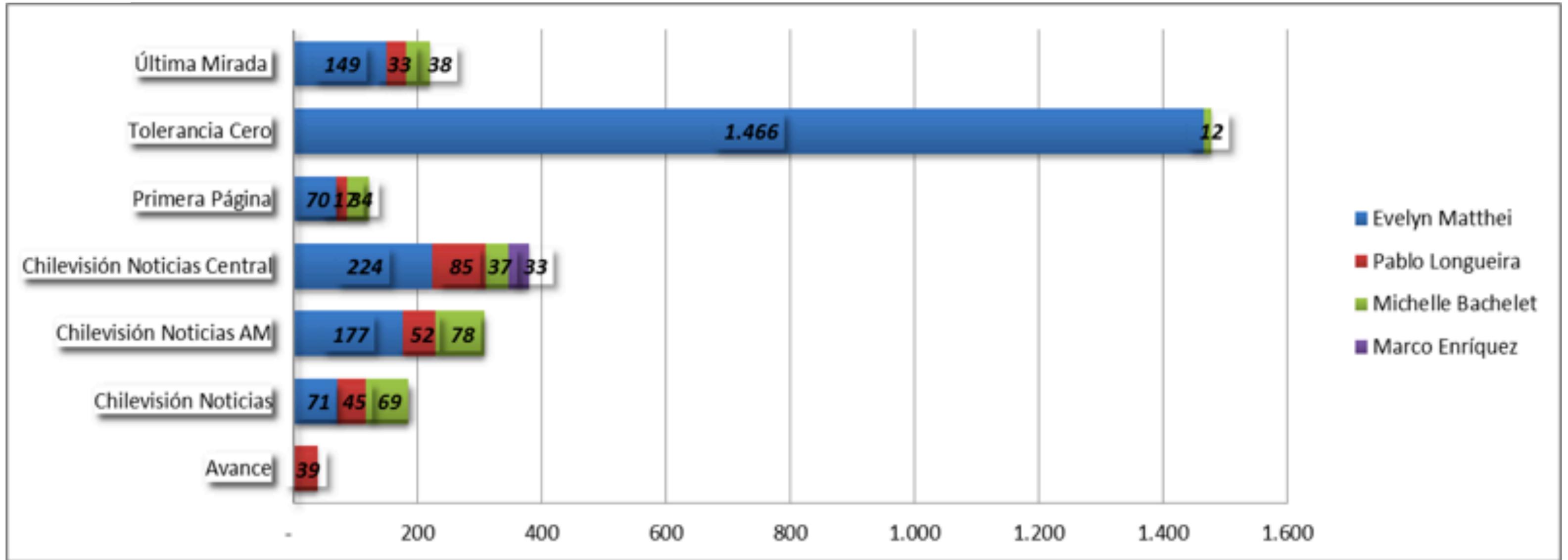
Distribución de tiempo apariciones candidatos Chilevisión



AGOSTO 2013

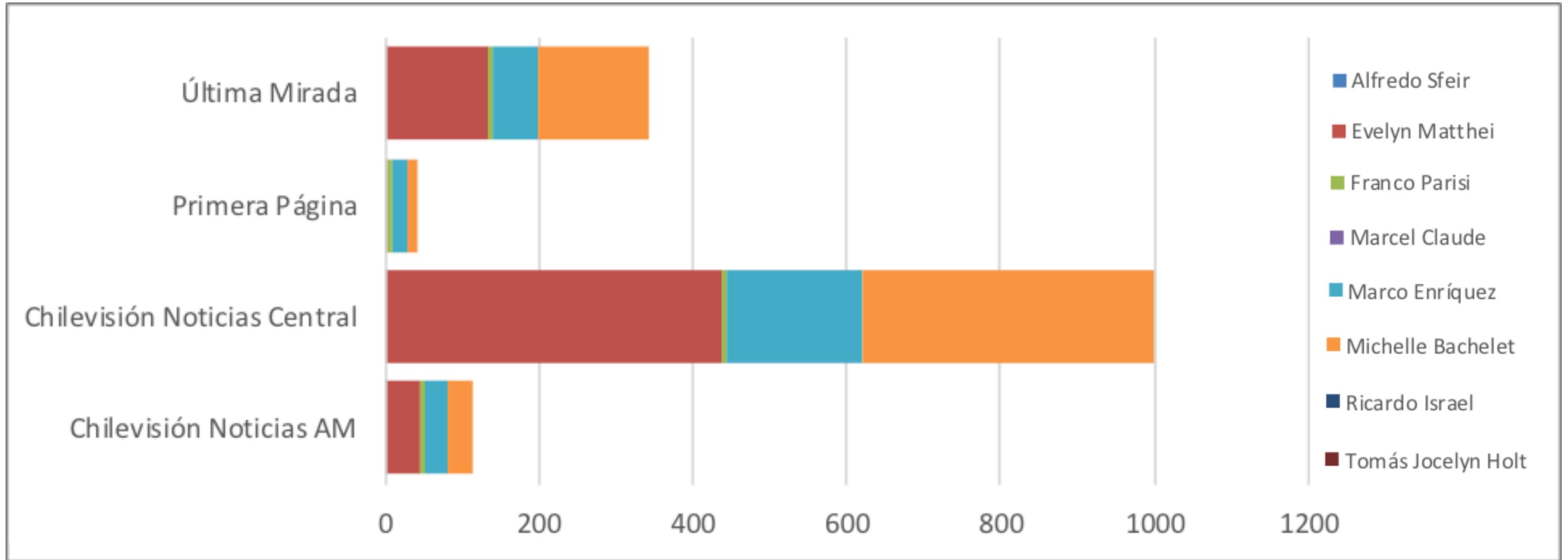


TeVe de Verdad



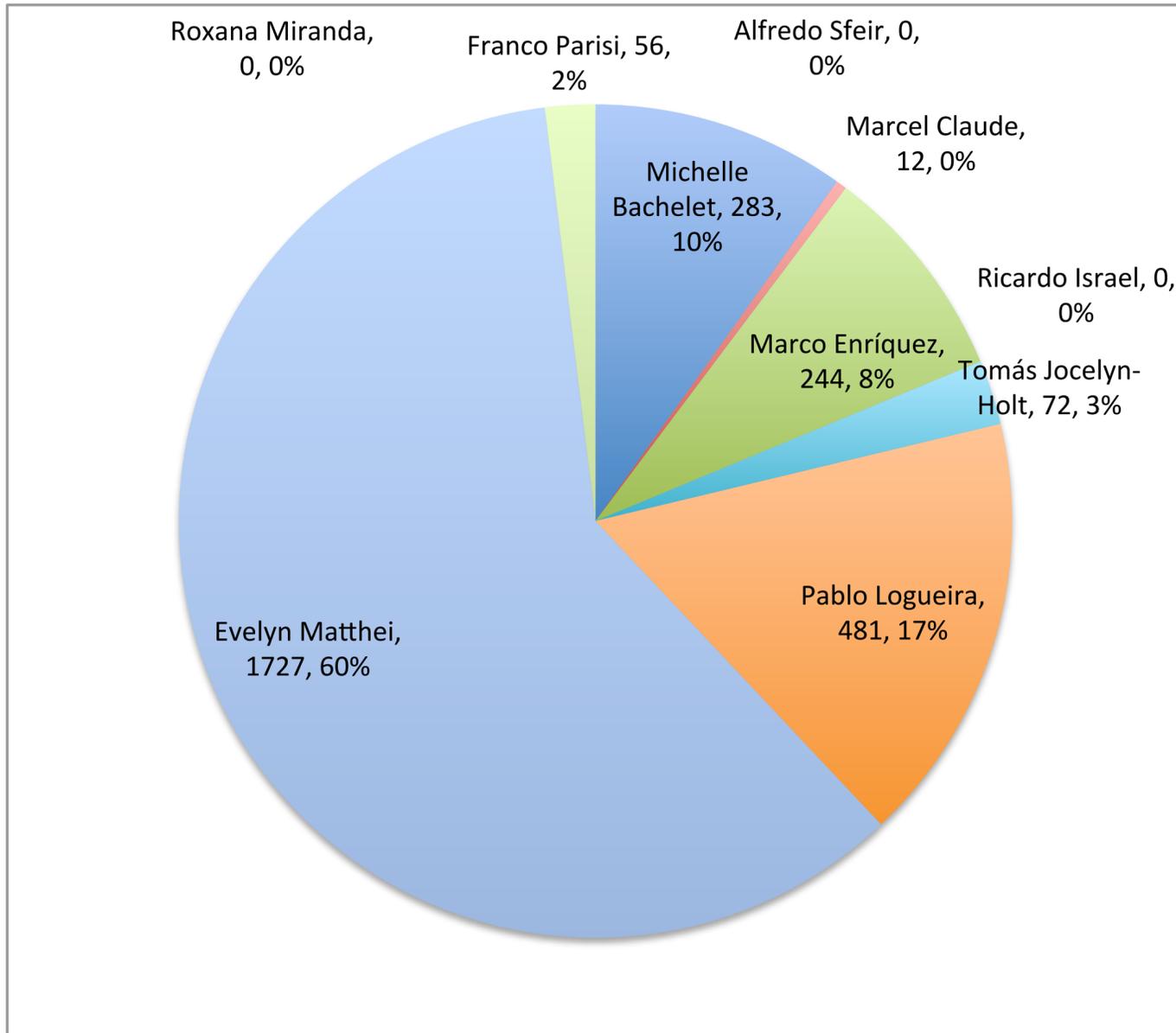


TeVe de Verdad



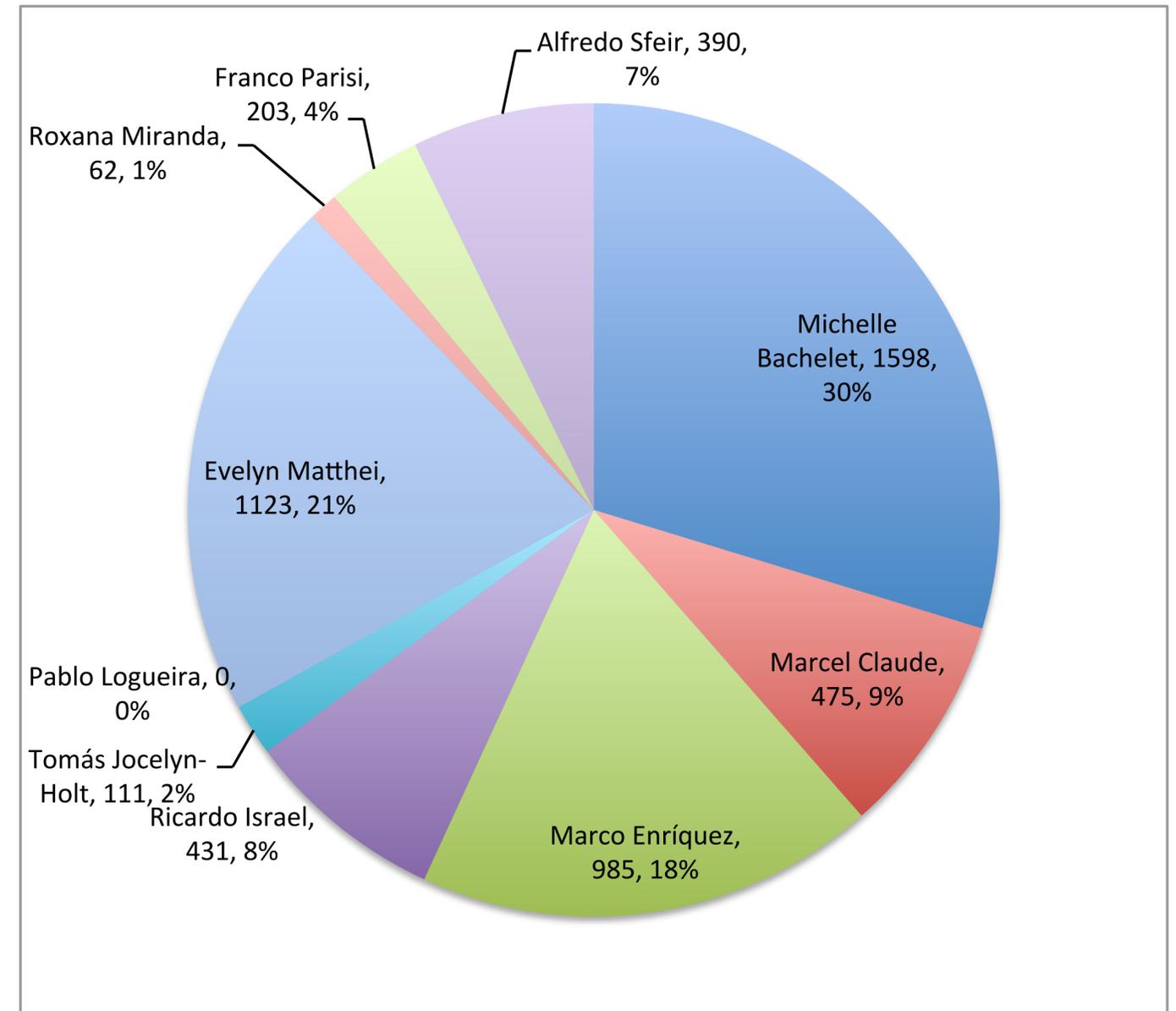


Distribución de tiempo apariciones candidatos TVN

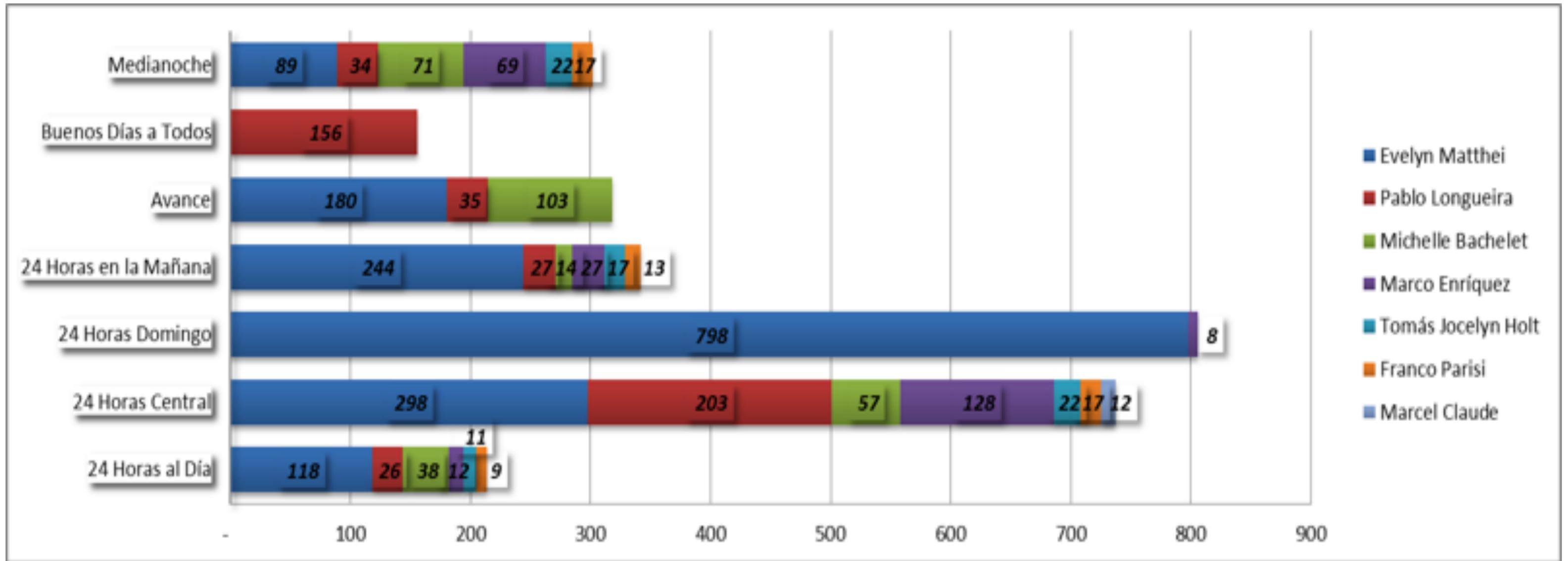


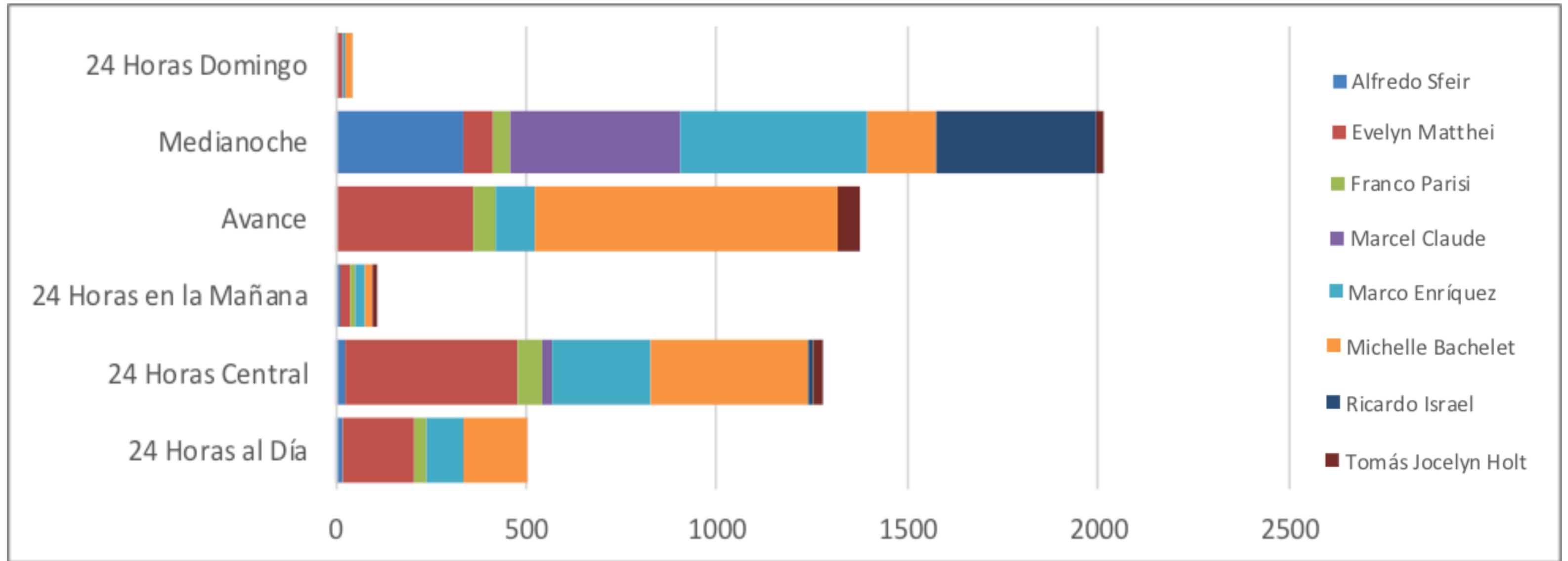
JULIO 2013

Distribución de tiempo apariciones candidatos TVN



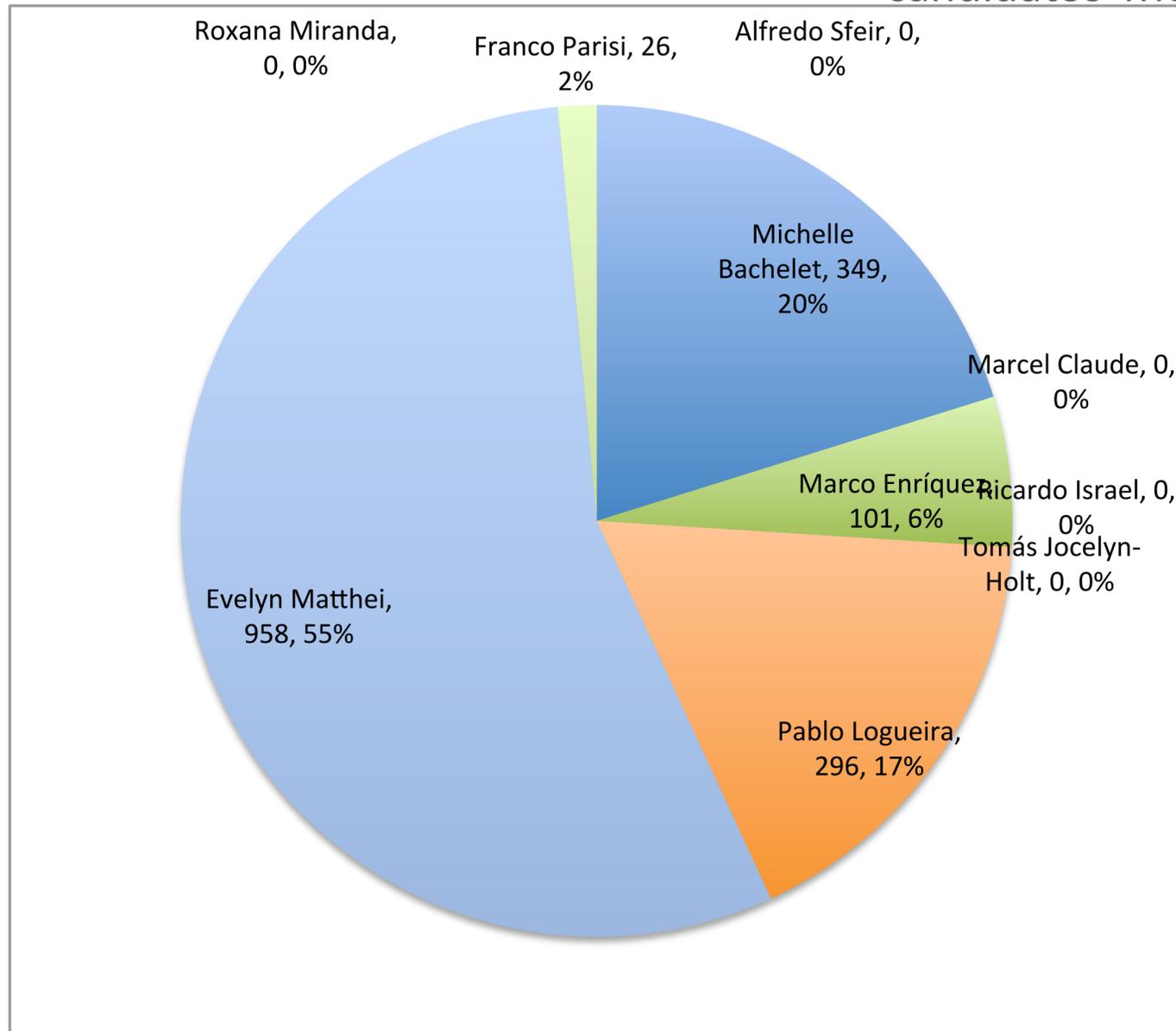
AGOSTO 2013





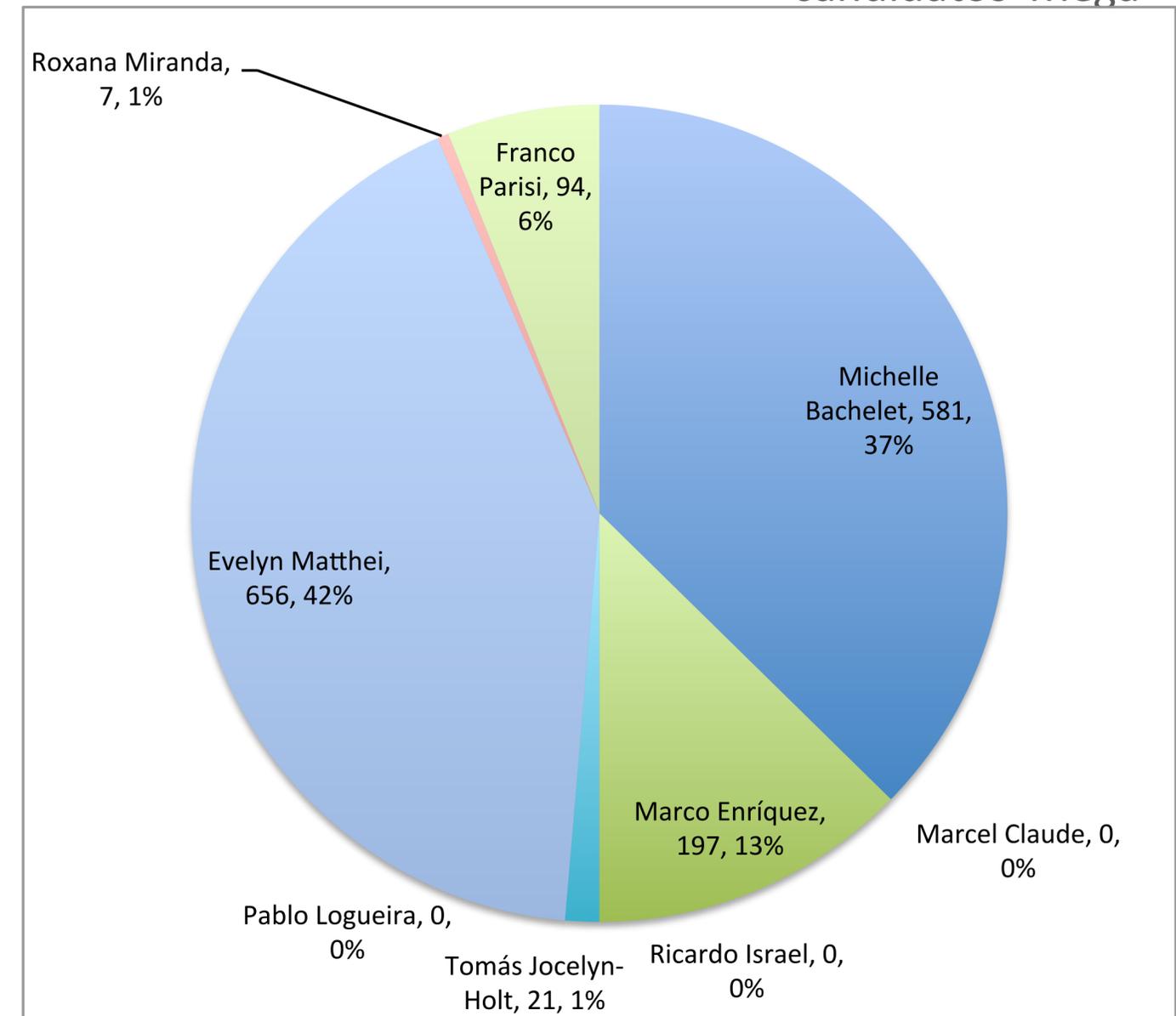


Distribución de tiempo apariciones candidatos Mega

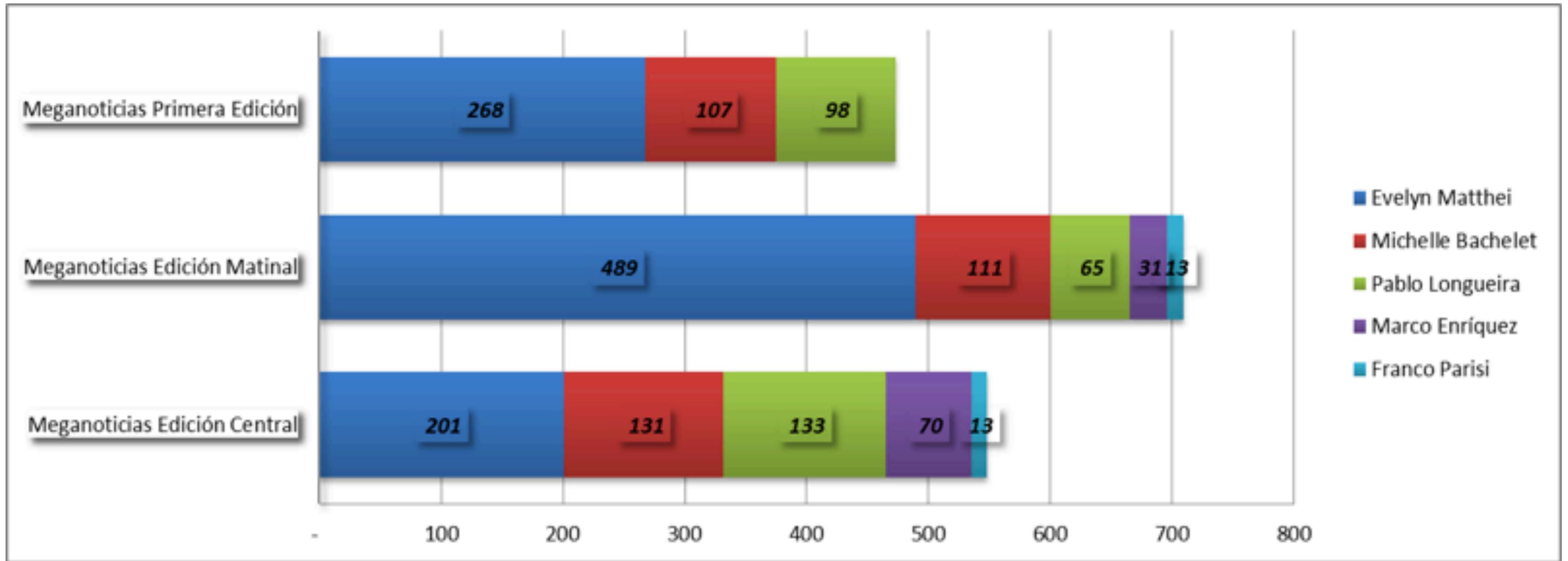


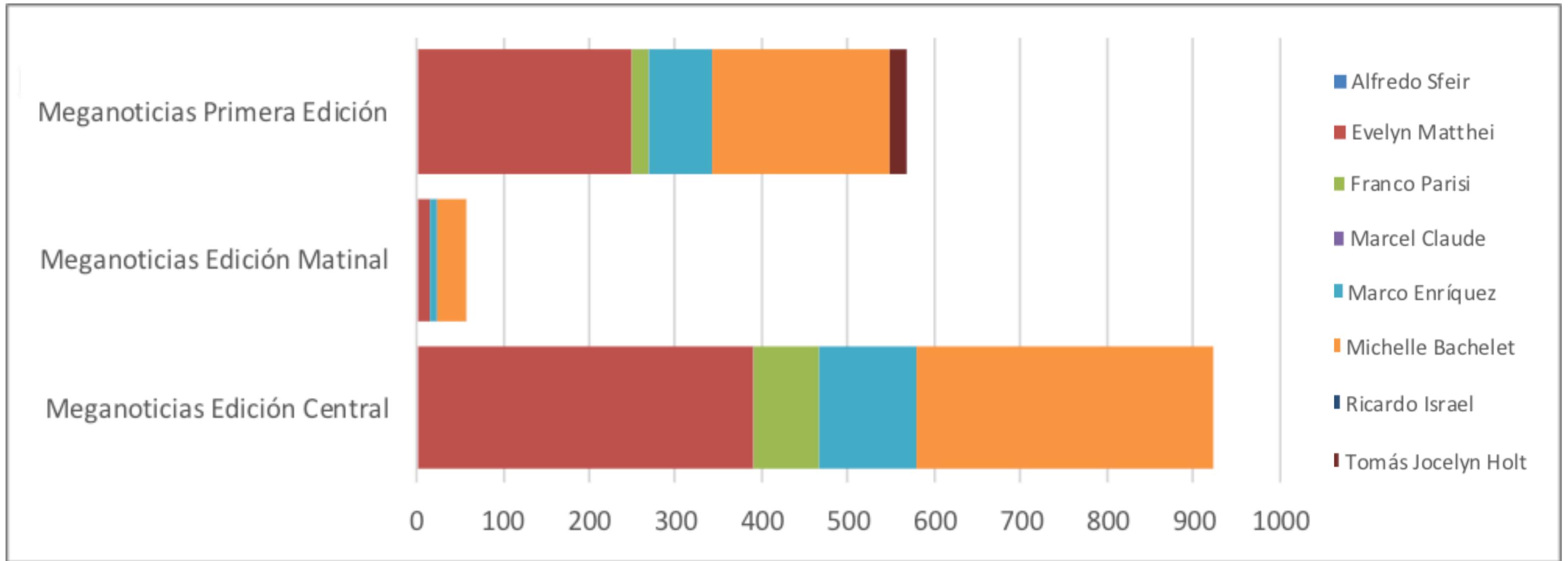
JULIO 2013

Distribución de tiempo apariciones candidatos Mega

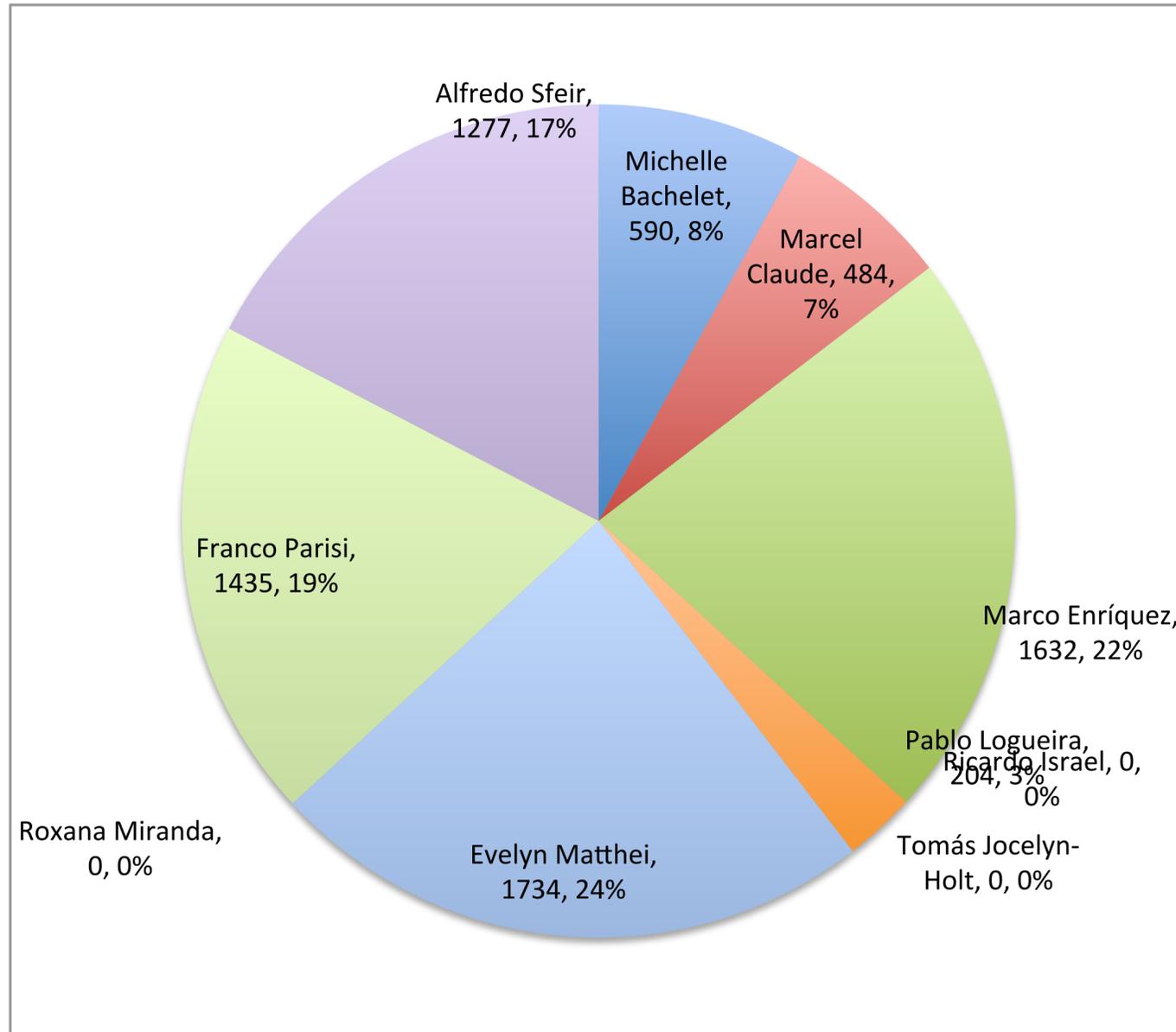


AGOSTO 2013



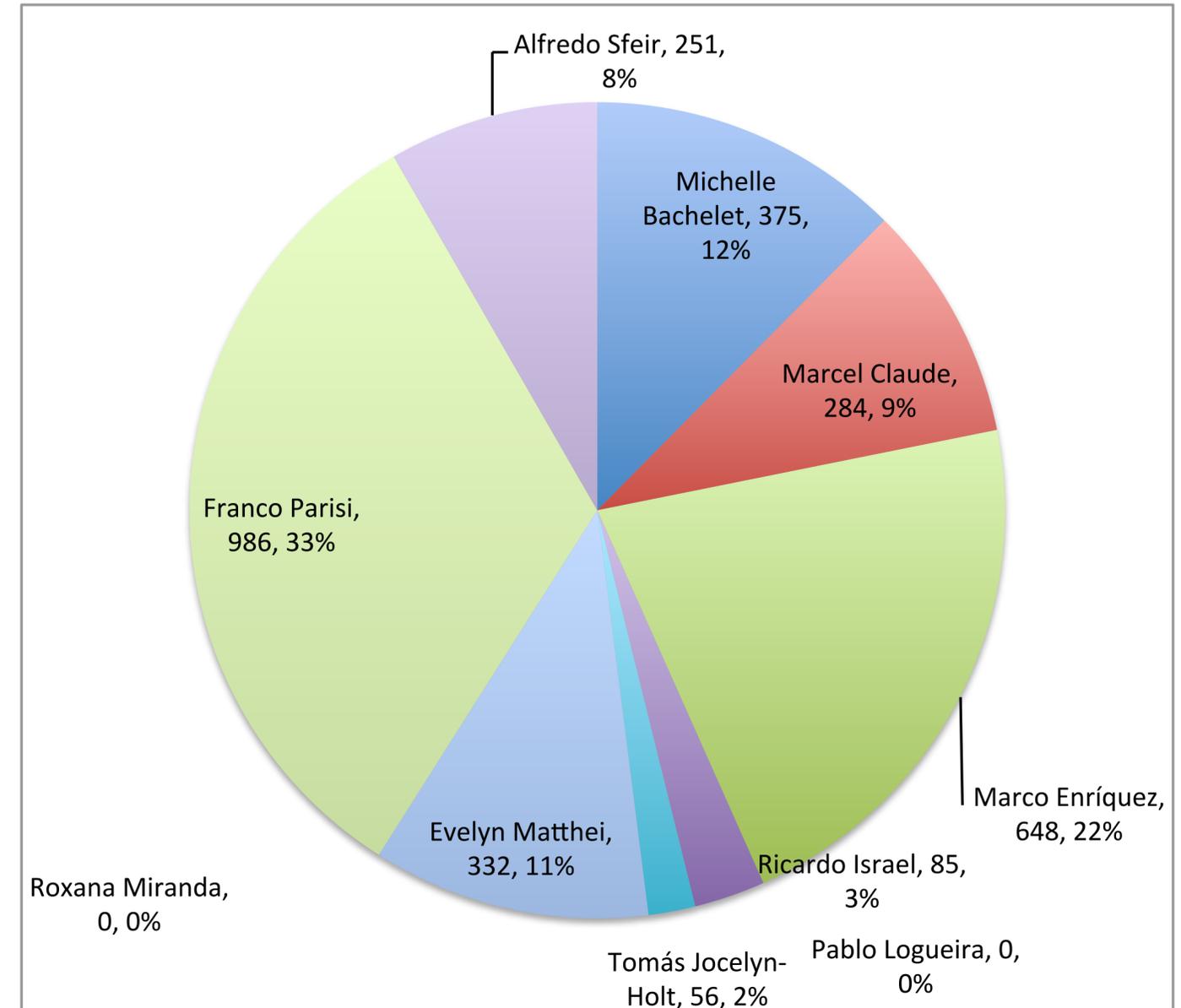


Distribución de tiempo apariciones
candidatos La Red

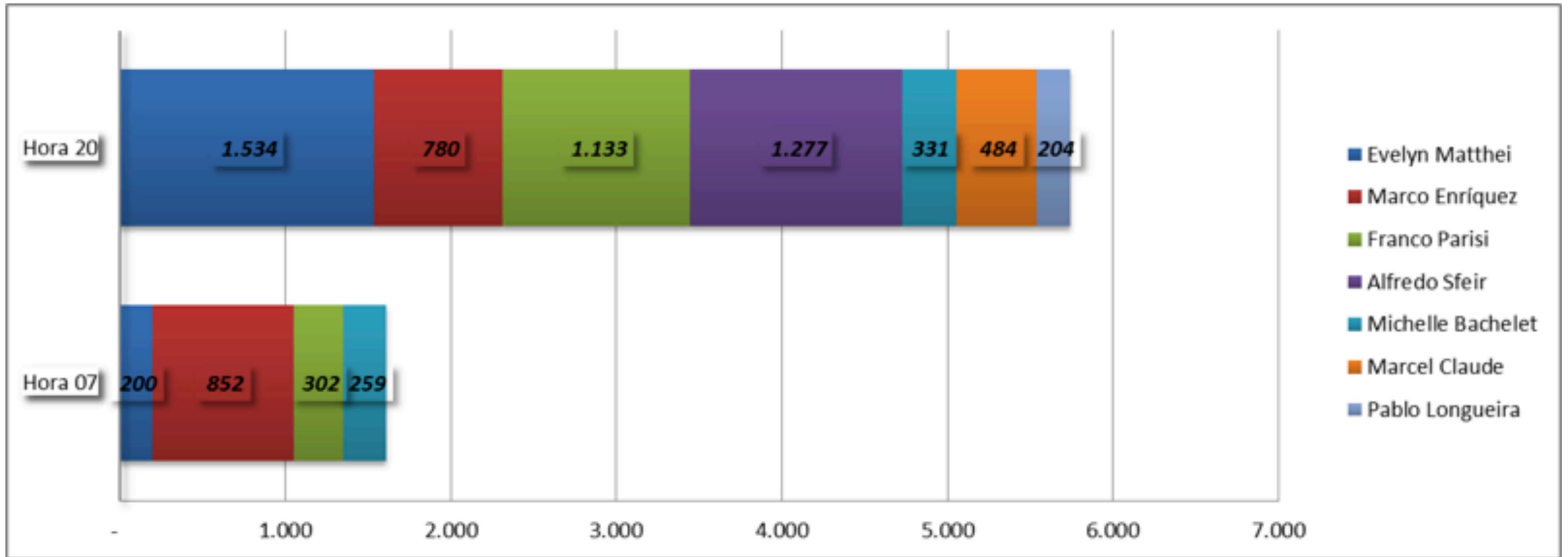


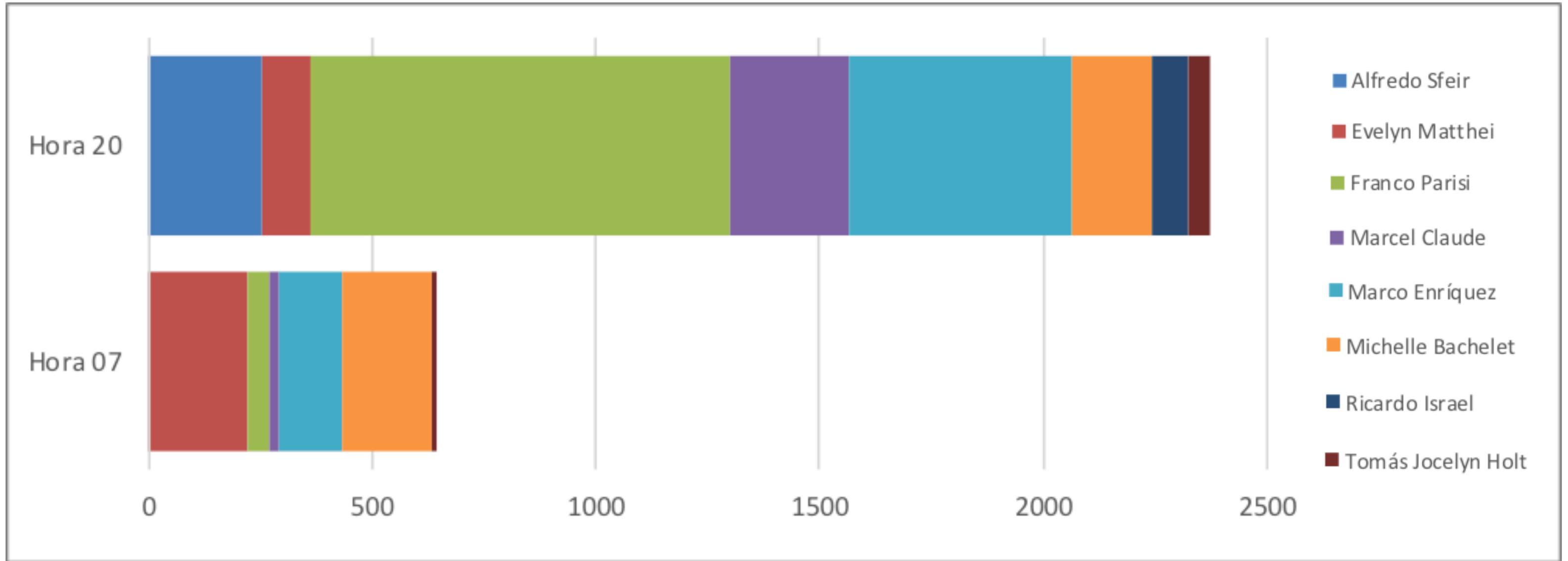
JULIO 2013

Distribución de tiempo apariciones
candidatos La Red



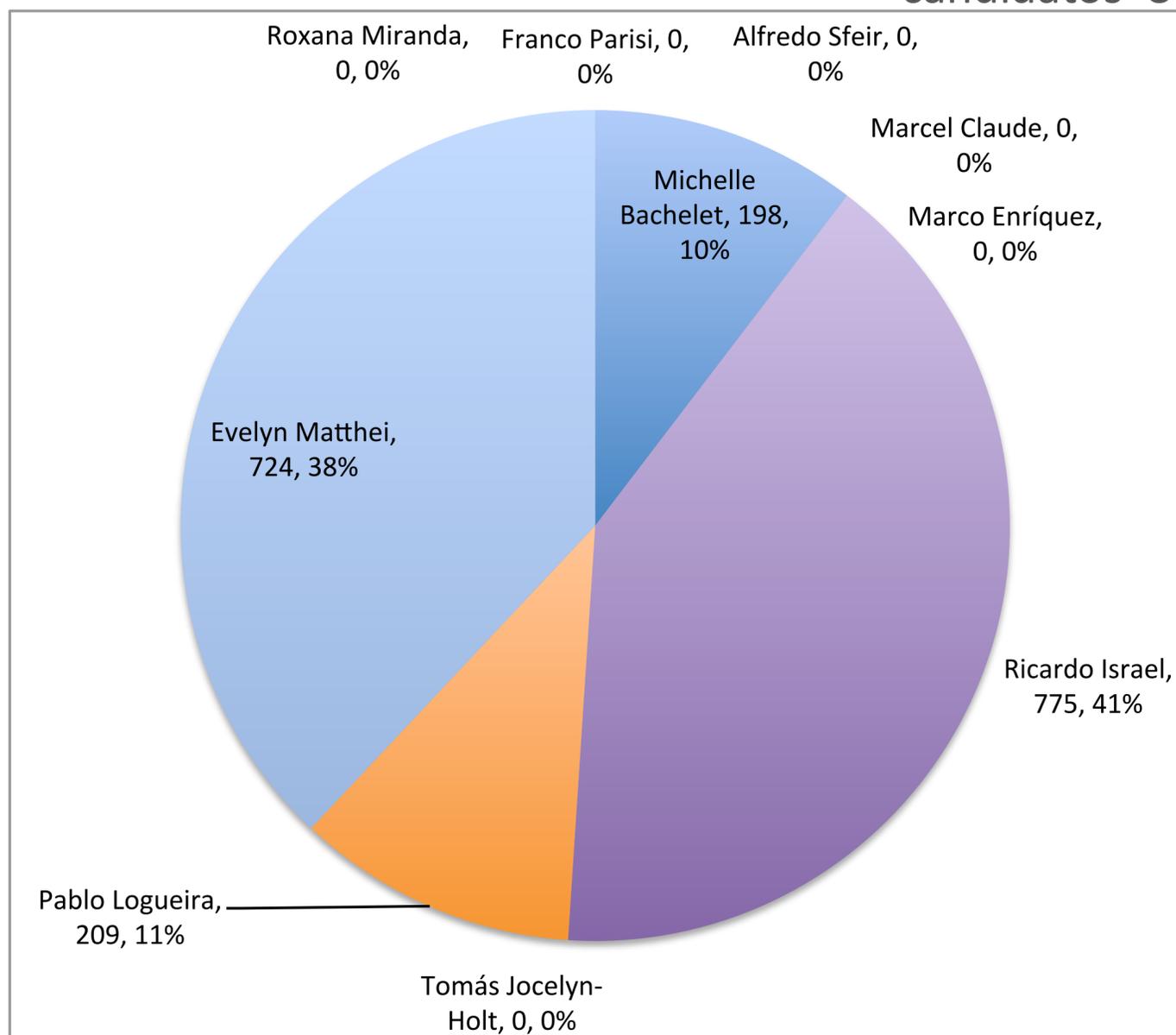
AGOSTO 2013





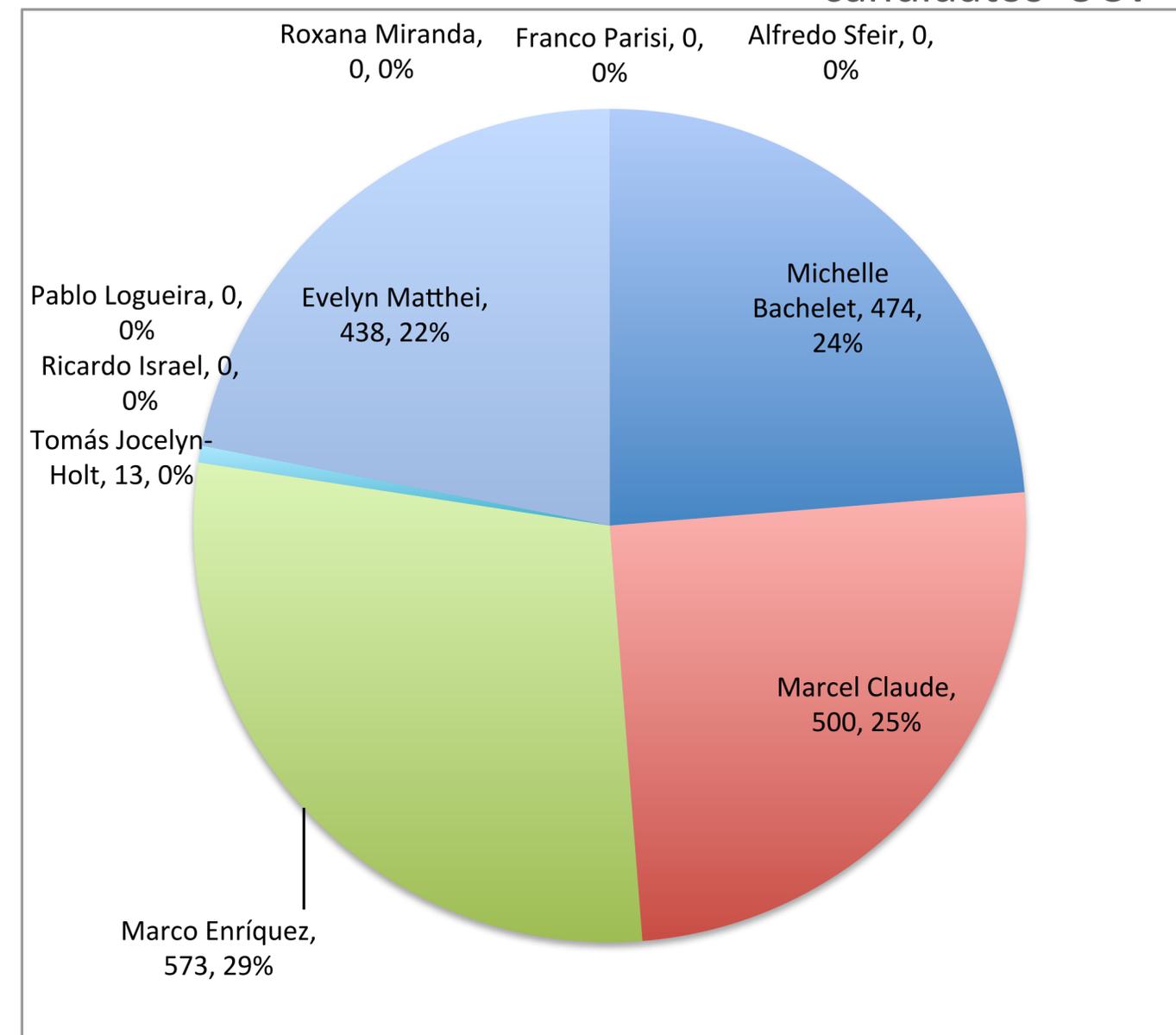


Distribución de tiempo apariciones
candidatos UCV

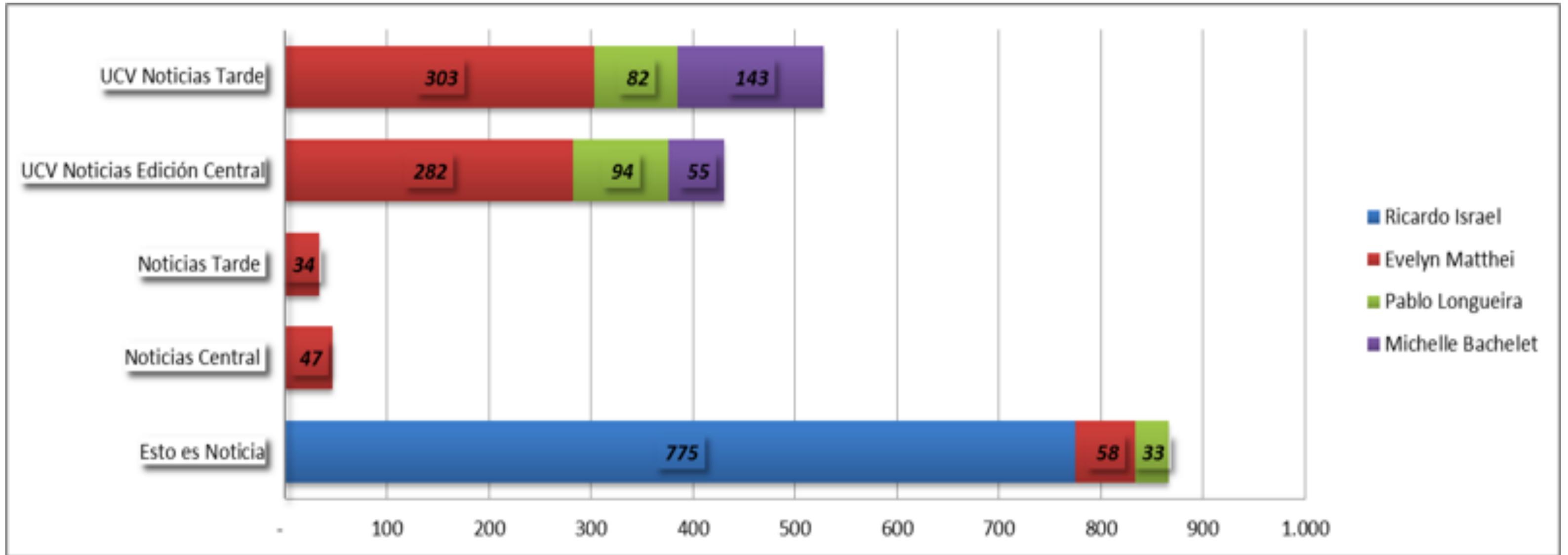


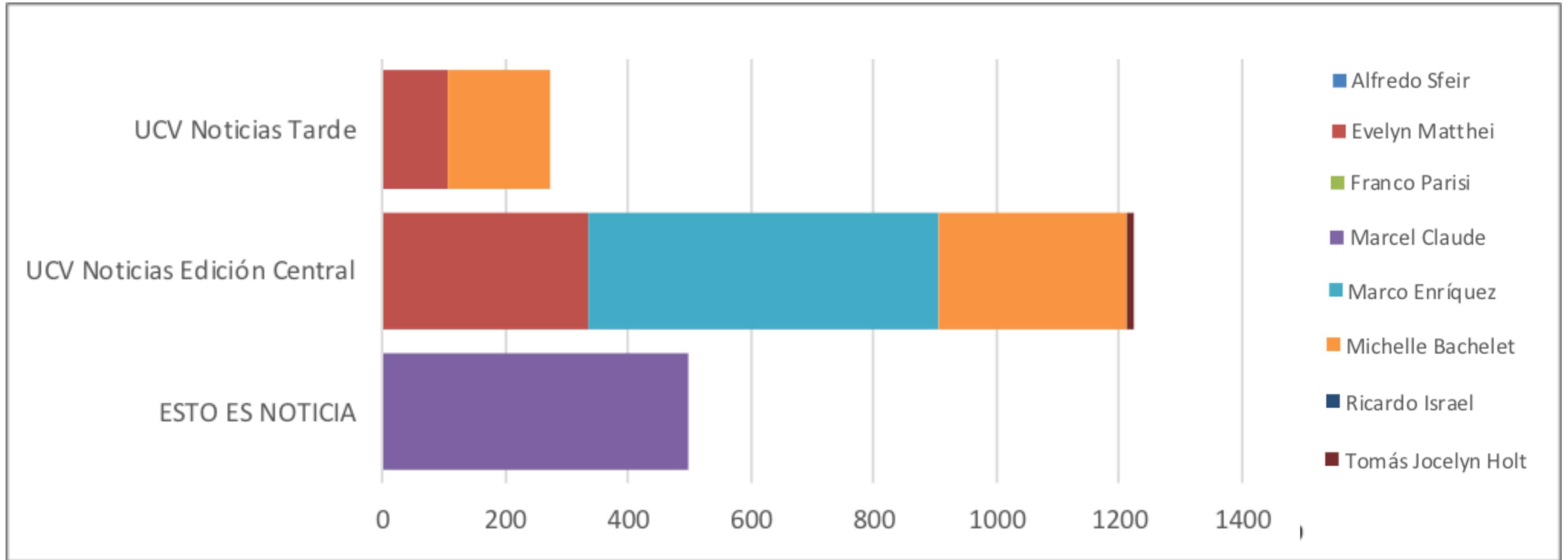
JULIO 2013

Distribución de tiempo apariciones
candidatos UCV



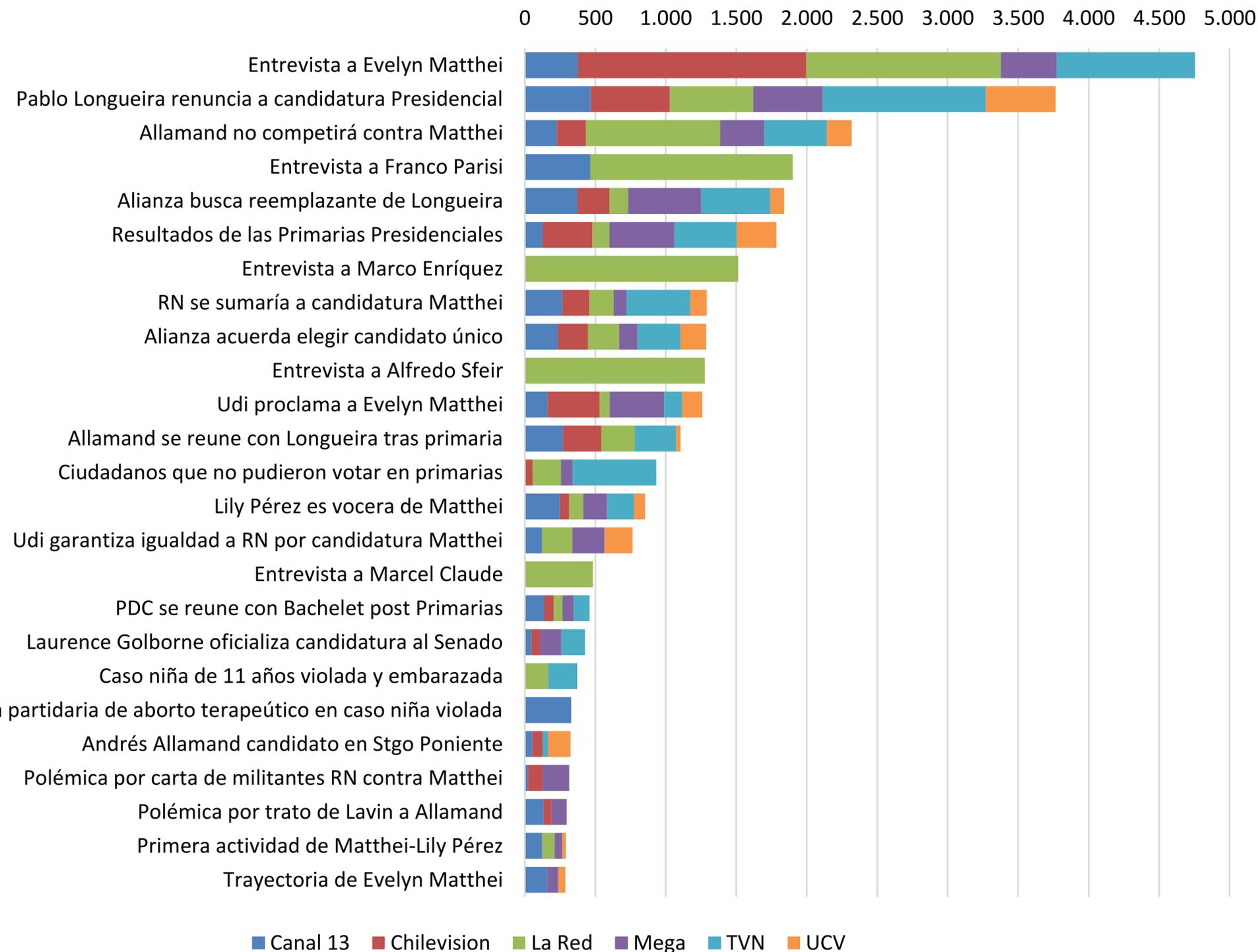
AGOSTO 2013





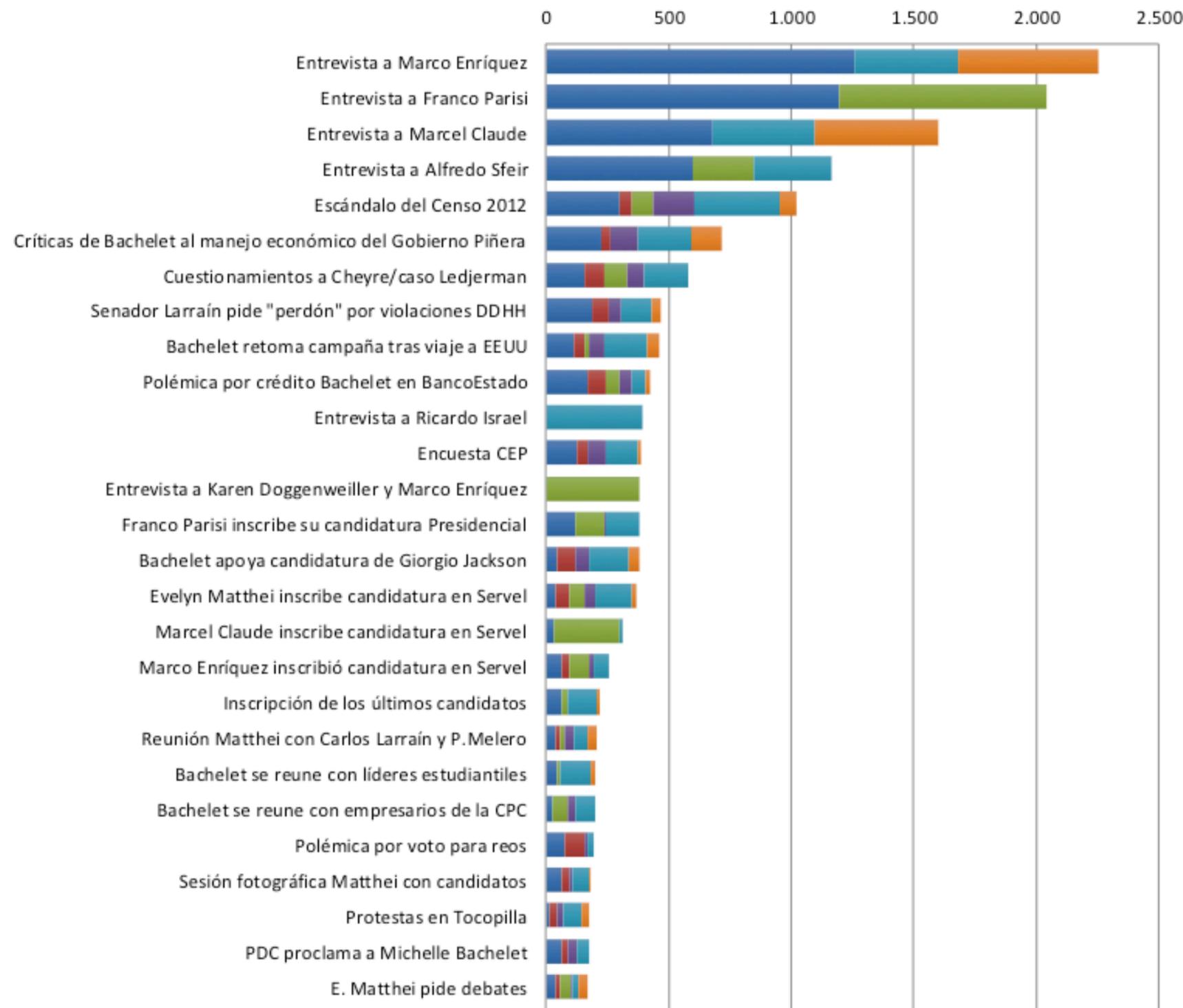
Emergentes que comprenden el 90% de la exposición

SENTIDO



- La siguiente gráfica muestra la distribución de los principales emergentes (los que coparon el 90% de la exposición en segundos), donde los temas relacionados con la carrera presidencial fueron preponderantes, es decir, sin exposición de propuestas programáticas.
- La gráfica considera tanto a candidatos como a no candidatos.

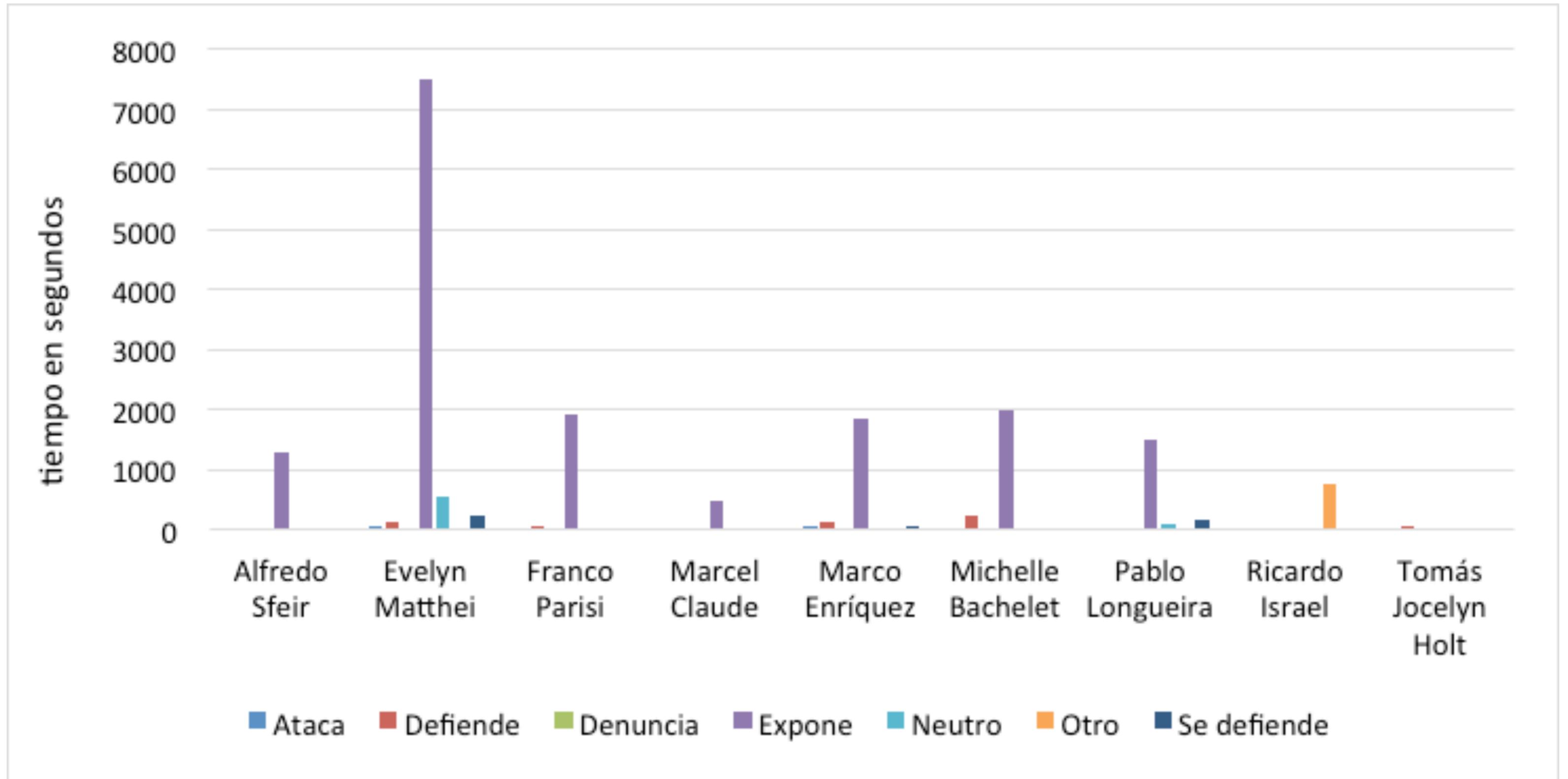
Emergentes que comprenden el 90% de la exposición

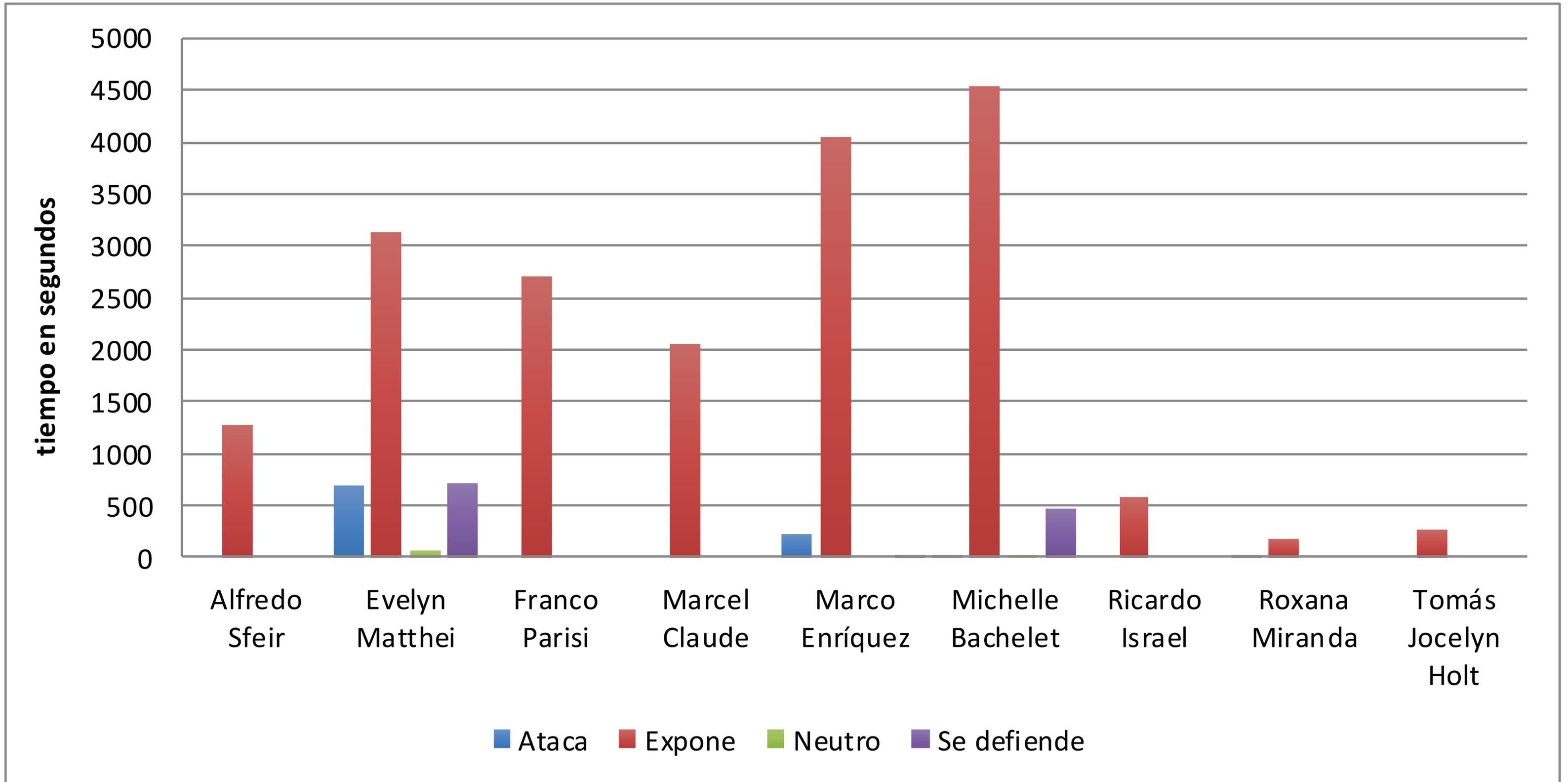


Canal 13 Chilevision La Red Mega TVN UCV

PRESENCIA DE CANDIDATOS POR TIPO O ACTITUD DE APARICIÓN

En la siguiente sección se muestra tipo de aparición de los candidatos (es decir si aparece defendiéndose, atacando, denunciando, exponiendo, etc.), destacándose el tipo “Expone”, es decir donde al candidato se le permite explayarse.





Como resultado de este informe de julio y agosto -incluido el análisis de formato, extensión y tratamiento- es posible observar que el **51% del tiempo de cobertura de candidatos presidenciales lo concentran dos de los seis medios analizados (Canal 13 y La Red)**. Y si se consideran sólo las estaciones de mayores audiencias que compiten en los mismos horarios informativos, **Canal 13 lidera el ranking y obtiene un 39%** del tiempo total dedicado a la campaña de los presidenciables (sea en notas, entrevistas o reportajes). La Red es el medio que más espacio dio a los candidatos hegemónicos y alternativos en julio, mientras que en agosto fue Canal 13.

Respecto del **eje de inclusión neta o absoluta de presidenciables** en sus programas informativos o de actualidad periodística dentro de los cuatro canales de mayor audiencia, **Televisión Nacional es el medio menos excluyente o más diverso** si se mide por la cantidad de candidatos cubiertos en el período, dejando fuera de su agenda solo a tres de ellos en julio (Ricardo Israel, Roxana Miranda y Alfredo Sfeir), mientras que en agosto los nueve postulantes a la primera magistratura participaron de su agenda noticiosa.

En forma inversa, **CHV aparece como el medio que más candidatos han dejado fuera de sus agendas informativas en julio y agosto**. A saber, el canal del grupo Time-Warner no le dio cabida en su pauta periodística a Marcel Claude, Ricardo Israel, Tomás Jocelyn-Holt y Alfredo Sfeir.

El ranking de tiempo de cobertura de candidatos presidenciales lo lidera **Evelyn Matthei, con un 33% del tiempo total** de los nueve contendores en disputa (13.089 segundos) presentes en todos los programas de TV medidos. En cambio, la postulante por el Partido Igualdad y dirigente poblacional de deudores habitacionales, **Roxana Miranda es la candidata menos cubierta con un 1% del tiempo total** (195 segundos).

Los candidatos de la Alianza por Chile y Nueva Mayoría son cubiertos de modo recurrente en noticiarios a través de notas sobre sus campañas y no en entrevistas (excepto en julio, cuando se nomina a Evelyn Matthei). Para el resto de los presidenciables su presencia mayoritaria en la agenda se concentra en entrevistas. El formato de reportajes prácticamente no ha sido empleado para el tratamiento o cobertura electoral; no obstante, es un subproducto informativo de presencia masiva en los noticiarios centrales de los canales de TV para otros ejes de la agenda como denuncias sociales o tendencias costumbristas.

Perfil de julio:

- Los espacios periodísticos de la Televisión abierta se centraron en temas internos de la elite política, tales como el resultado de las Primarias, la negativa de Allamand de ser candidato, la renuncia de Longueira a la carrera Presidencial, la búsqueda de candidato por parte de la Alianza, la nominación de Evelyn Matthei como candidata de la UDI, etc. Dentro de los 25 ítems más expuestos en la agenda de Televisión con vocerías de candidatos, solamente 2 fueron sobre casos sociales: la opinión de Michelle Bachelet sobre el aborto terapéutico (entrevista a radio Duna y sus repercusiones) y el mismo caso pero convertido en un emergente con la opinión de candidatos como Marco Enríquez, Franco Parisi y Tomás Jocelyn-Holt.
- La escasa inclusión en la agenda de temas de importancia social o propuestas de candidatos acentúan el “divorcio” entre la clase política y los ciudadanos.
- La falta de propuestas de los candidatos ha llevado que los canales de Televisión mantengan tratamientos noticiosos de los candidatos mayoritariamente de exposición o neutros, autorreferentes de política interna, sin cruce de ideas donde propongan y otros actores o candidatos ataquen o apoyen esas propuestas.

- Los candidatos fuera de los dos bloques tienen una escasa inclusión dentro de la agenda de la Televisión abierta. El grueso de los segundos de apariciones de Marco Enríquez, Franco Parisi, Marcel Claude y Alfredo Sfeir, se deben a entrevistas realizadas en La Red.
- El candidato del PRI, Ricardo Israel, no aparece en la agenda de los medios como candidato Presidencial, solamente es expuesto en UCVTV como analista de política internacional en los temas de golpe de estado en Egipto, el caso Snowden y el avión de Evo Morales.
- La agenda de CHV, considerando a todos los programas periodísticos de su programación, es la que incluye mayor cantidad de tiempo a los representantes de la Alianza, mostrando una abierta inclinación hacia dicho conglomerado.

Perfil de agosto:

- Canal 13 es el medio que más tiempo de exposición dedica a los candidatos Presidenciales (36%) y realizó sendas entrevistas en Protagonistas a Marco Enríquez (1.186 segundos) y a Franco Parisi (1.181 segundos), por lo mismo la presencia de ambos candidatos abulta el resultado de la inclusión de independientes en dicho canal.
- Destaca la mínima cobertura que entregan Mega y CHV a los candidatos en sus programas informativos, solamente 7% para ambos medios, bajos niveles en comparación con UCV (10%) y La Red (14%). En cuanto a los porcentajes de menor exposición por canal, destaca CHV que otorga a Israel, Jocelyn Holt, Sfeir, y Claude un 0%, mientras que a Parisi y a Miranda le da un 1%.

- Sobresale el tiempo que entrega TVN a la candidata Michelle Bachelet. La sección de “avance” presenta un desnivel de exposición hacia la candidata de la Nueva Mayoría, mientras que en el noticiario central existe simetría en la exposición con la candidata de la Alianza. Se observa también los candidatos independientes se incluyen preferentemente en su noticiario Medianoche.

Si analizan los formatos o géneros periodísticos en la cobertura consolidada de ambos meses, **los candidatos de la Alianza por Chile y Nueva Mayoría son cubiertos de modo recurrente en noticiarios a través de notas** sobre sus campañas y no en entrevistas (excepto en julio, cuando se nomina a Evelyn Matthei). Para el resto de los presidenciables su presencia mayoritaria en la agenda se concentra en entrevistas. El formato de reportajes prácticamente no ha sido empleado para el tratamiento o cobertura electoral; no obstante, es un subproducto informativo de presencia masiva en los noticiarios centrales de los canales de TV para otros ejes de la agenda como denuncias sociales o tendencias costumbristas.

PERFILES - ESTILO

CANAL

PRESENCIA EN AGENDA

PROGRAMAS PREFERENTES

BINOMINALISTA

- CHV
- MEGA

- Cobertura se concentra en actividades de las dos candidatas de los pactos mayoritarios, Alianza por Chile y Nueva Mayoría

- CHV centra la cobertura en sus noticiarios, especialmente en las ediciones Central (21 hrs.), Matinal (6:30 hrs.) y Última Mirada.
- Mega lo hace en sus informativos Central y de Mediodía

PLURALISMO MODERADO

- UCVTV

- Cobertura más intensiva integra en forma creciente a otros candidatos, sin superar el 50% de ellos (máximo cuatro presidenciables tienen un tratamiento más extenso)

- UCVTV cubre a los candidatos presidenciales en las ediciones Tarde y Central de su noticiario, aunque en la profundización de otros temas en el programa Esto Es Noticia entrevistó a Ricardo Israel sobre crisis en Siria

PLURALISMO AVANZADO

- LA RED
- TVN
- CANAL 13

- Cobertura que abre espacio a un mayor pluralismo con la presencia candidaturas de partidos o movimientos alternativos, superando los 2/3 de ellos y llegando casi al 100%

- Ediciones Centrales de sus Noticiarios (20 hrs. en La Red y 21 hrs. en TVN y Canal 13). También en segmentos especiales de esas ediciones dominicales con entrevistas más extensas en TVN y Canal 13, más noticieros de medianoche

- ▶ **Actor:** persona individual o jurídica que puede o no representar a una institución pública o privada y que aparece dando una cuña en las notas analizadas.
- ▶ **Tema:** categorización general de una nota, dada por el contenido protagónico de ésta y que agrupa una serie de emergentes, como por ejemplo “Elecciones”, “Educación”, “Drogadicción y Alcoholismo”, etc.
- ▶ **Emergente:** subcategorización de un tema que hace referencia al “caso” tratado en una nota. Por ejemplo, “Resultados de las Primarias Presidenciales”, “Propuesta Tributaria de Bachelet”, “Entrevista a Franco Parisi”, etc.
- ▶ **Tipo Aparición:** Es la forma de exposición que presenta un actor en la nota y se categoriza en términos de si está defendiendo, exponiendo un contenido o atacando a otro actor.

Período de tiempo analizado:

- ▶ El informe considera los meses completos de julio y agosto 2013.

Universo de notas:

- ▶ La extracción de las notas se basa exclusivamente en la búsqueda que NEX posee en su interfaz para clientes y en lo que aparece como palabras claves.

Canales de TV abierta:

- ▶ CHV - Mega - Canal 13 - TVN - UCVTV - La Red

Los programas abordados:

- ▶ Noticiarios (mañana, tarde, noche, medianoche, avances), + Programas de política contingente (Estado Nacional, Tolerancia Cero, El Informante, Frente al Espejo)

Seguimiento a todos los candidatos presidenciales en competencia:

- ▶ Michelle Bachelet - Marcel Claude - Marco Enríquez - Ricardo Israel - Tomás Jocelyn Holt - Evelyn Matthei - Roxana Miranda - Franco Parisi - Alfredo Sfeir

Los filtros mencionados, dieron en julio un total de 333 notas únicas con 35.257 segundos analizados y en agosto 546 notas únicas, totalizando 31.866 segundos.

TECNOLOGÍA

Para el procesamiento de información se utilizó:

- Base de datos MYSQL
- Módulos de procesamiento de información programados en PHP

CONSOLIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN

El esquema de consolidación de información se ejecutó a través de la extracción de notas desde la base de NEX para el mes de agosto, usando los términos y filtros descritos en el punto “Universo de Notas Analizadas” y utilizando la tecnología descrita en el punto anterior.

Los campos considerados para este análisis fueron:

(a) Fecha

(b) Tema

(c) Emergente

(d) Sección:

1. 24 Horas al Día
2. 24 Horas Central
3. 24 Horas Domingo
4. 24 Horas en la Mañana
5. Avance
6. CHV Noticias AM
7. CHV Noticias Central
8. Esto es noticia
9. Hora 07
10. Hora 20
11. Medianoche

12. Meganoticias Central
13. Meganoticias Matinal
14. Meganoticias 1er Edición
15. Primera Página
16. Protagonistas
17. Teletrece AM
18. Teletarde
19. Teletrece
20. Teletrece Noche
21. UCV Noticias Central
22. UCV Noticias Tarde
23. CHV Última Mirada

(e) Formato Nota:

1. Entrevista
2. Nota
3. Reportaje

(f) Valoración Actor:

1. 1 = Positivo
2. 0 = Neutro
3. -1 = Negativo

(g) Tipo Aparición:

1. Expone
2. Defiende
3. Neutro
4. Ataca
5. Denuncia
6. Otro
7. Se defiende

(h) Objetivo Aparición

(i) Nombre Actor

(j) Cargo

(k) Conglomerado:

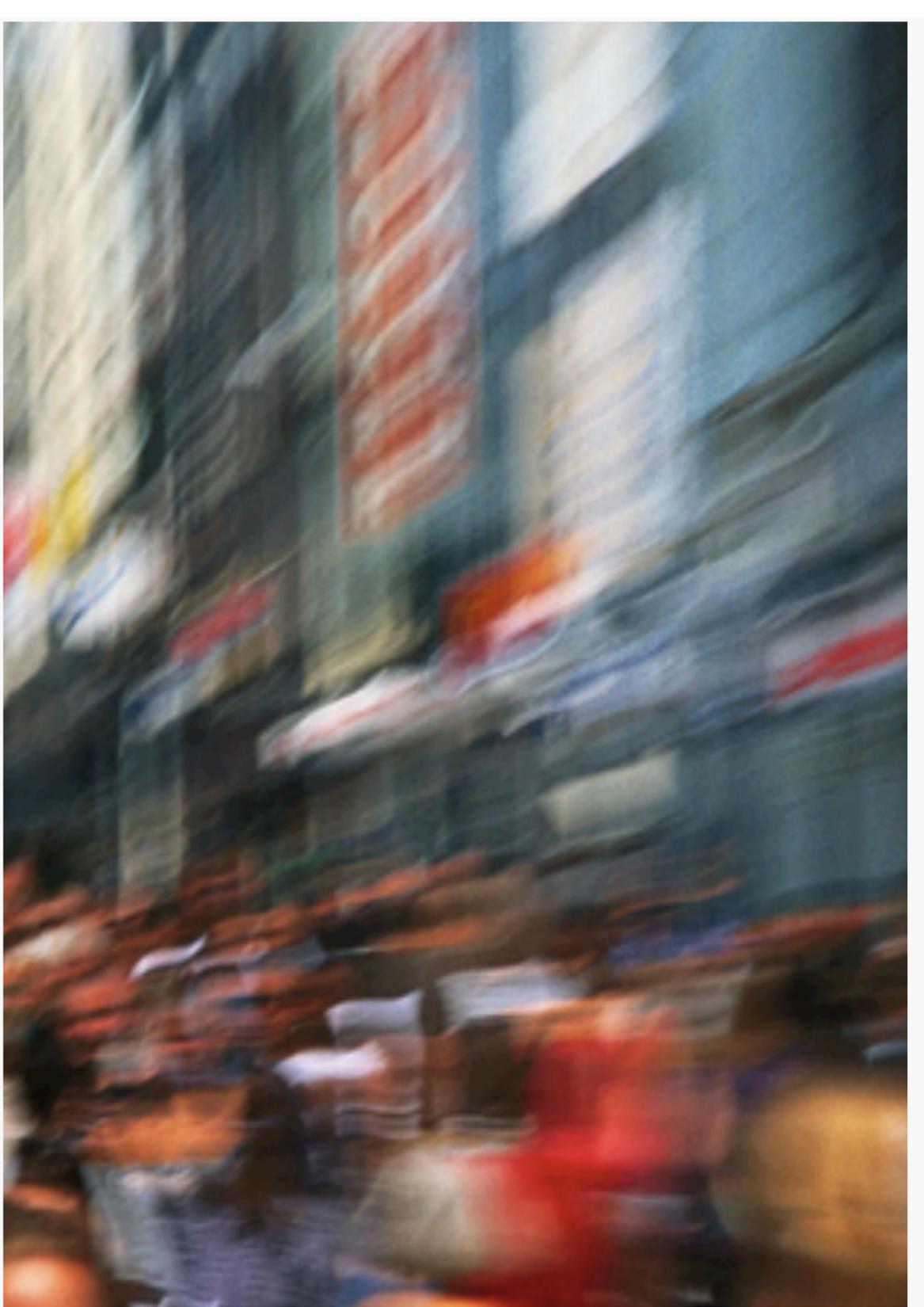
1. Alianza
2. Ejecutivo
3. Federación Estudiantes
4. Independientes
5. Nueva Mayoría
6. Sindical

(l) Nombre Medio:

1. Canal 13
2. Chilevisión
3. La Red
4. Mega
5. TVN
6. UCV

(m) Tiempo Aparición (segundos)

CLASIFICACIÓN DE LAS NOTAS



**FRIEDRICH
EBERT 
STIFTUNG**

**observatorio
de medios**
FUCATEL