

FRANJA POLÍTICA Y DEBATE: EL RENOVADO INTERÉS DE LAS AUDIENCIAS

Departamento de Estudios
Agosto 2017

OBJETIVO

El objetivo de esta encuesta es conocer las opiniones de la ciudadanía sobre la **franja electoral de primarias y los demás formatos televisivos** para la entrega de información sobre las elecciones.

METODOLOGÍA

RECOLECCIÓN DE DATOS

Encuesta telefónica CATI

ZONAS Y CIUDADES REPRESENTADAS

Zona norte: Arica, Iquique, Antofagasta, Copiapó, La Serena.

Zona centro: Viña Del Mar, Valparaíso, Rancagua, Talca.

Zona sur: Talcahuano, Temuco, Valdivia, Osorno, Puerto Montt.

Santiago: comunas del Gran Santiago.

UNIVERSO Y MUESTRA

El universo incluye a chilenos, hombres y mujeres, mayores de 18 años, habitantes de las ciudades mencionadas, de los estratos ABC1, C2, C3, D y E, que en total suman 8.709.966 personas (censo 2002).

Muestra = 1.100 casos

PERÍODO DE TERRENO

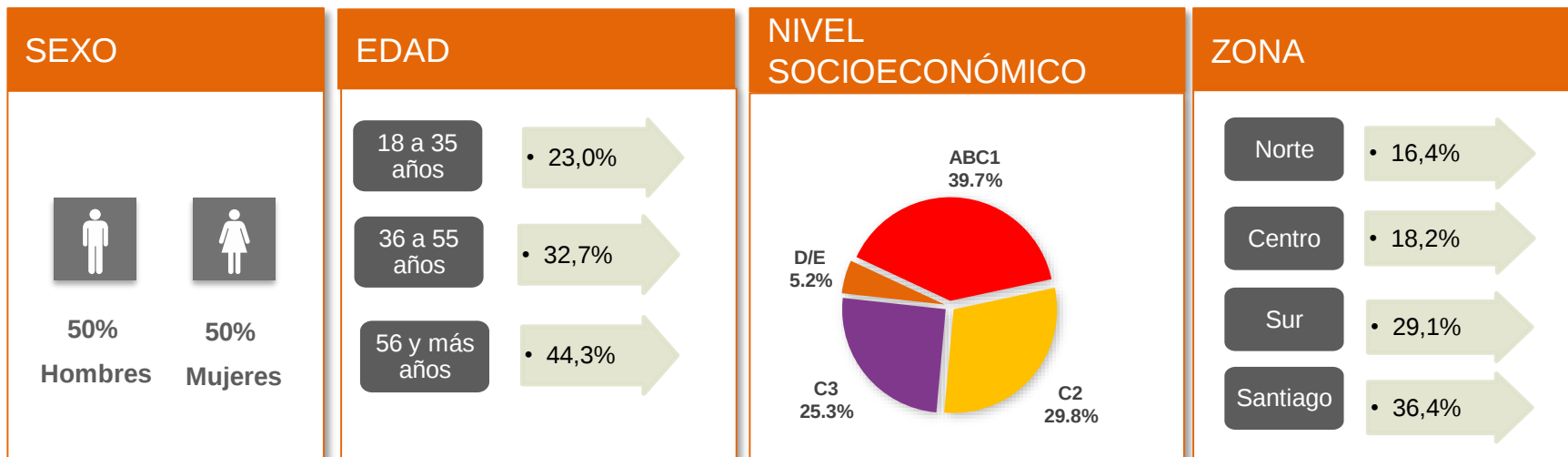
Julio de 2017

ESTUDIO ENCARGADO A: **GfK Adimark**

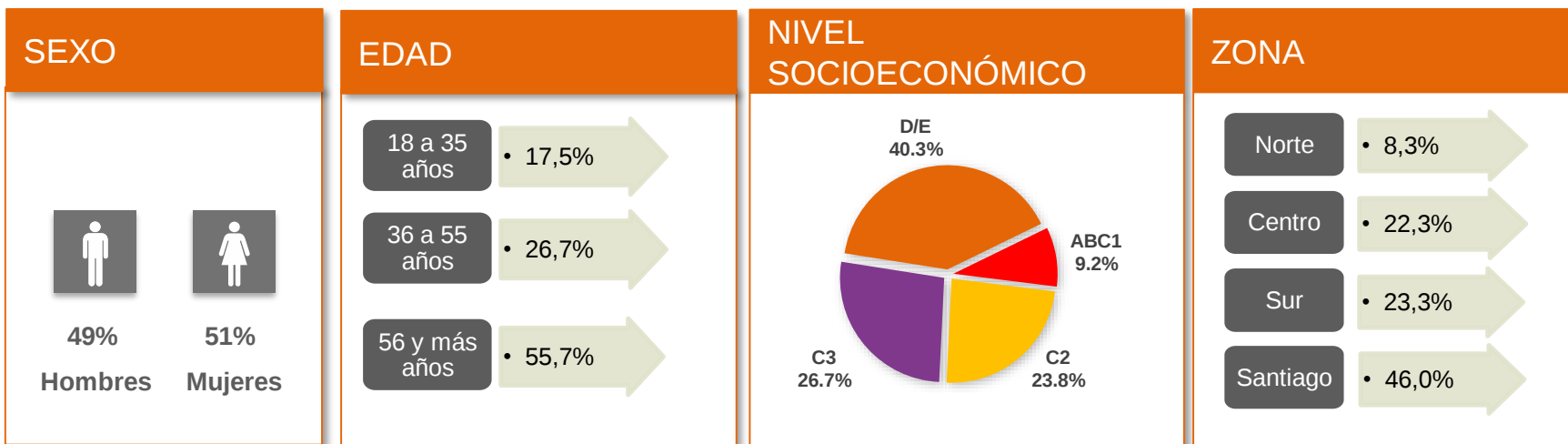


METODOLOGÍA

MUESTRA NO PONDERADA



MUESTRA PONDERADA



INTRODUCCIÓN

La franja electoral que se transmite en TV abierta antes de cada elección está establecida por la Ley N° 18.700, sobre escrutinios populares. Dicha Ley le encarga a los canales transmitir la propaganda electoral de los candidatos y al CNTV, la misión de supervisar dicha franja.

Se trata, entonces, de un esfuerzo público en conjunto con la industria televisiva para cumplir con el rol social de la televisión y promover el principio del pluralismo y la democracia como valores que promueve la televisión, de modo de contribuir a la entrega de información para la participación ciudadana.

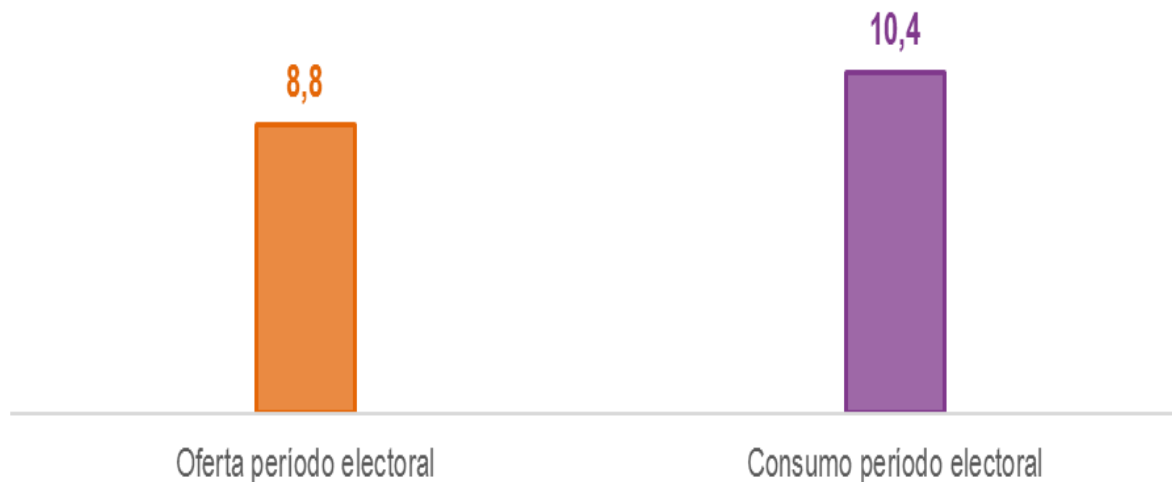
En este estudio se evalúa la opinión de las personas sobre la franja electoral, en comparación con los demás formatos con que los canales de TV informan al público sobre las elecciones. Se estudia también cuál es la percepción sobre el pluralismo político de las transmisiones en año electoral. También se entregan datos de oferta programática y de rating, para complementar la información.

DATOS DE CONTEXTO

Ratings Franja Electoral Primarias y
Debate Primarias

FRANJA DE PRIMARIAS: OFERTA Y CONSUMO

PRIMER SEMESTRE 2017 – 181 DÍAS

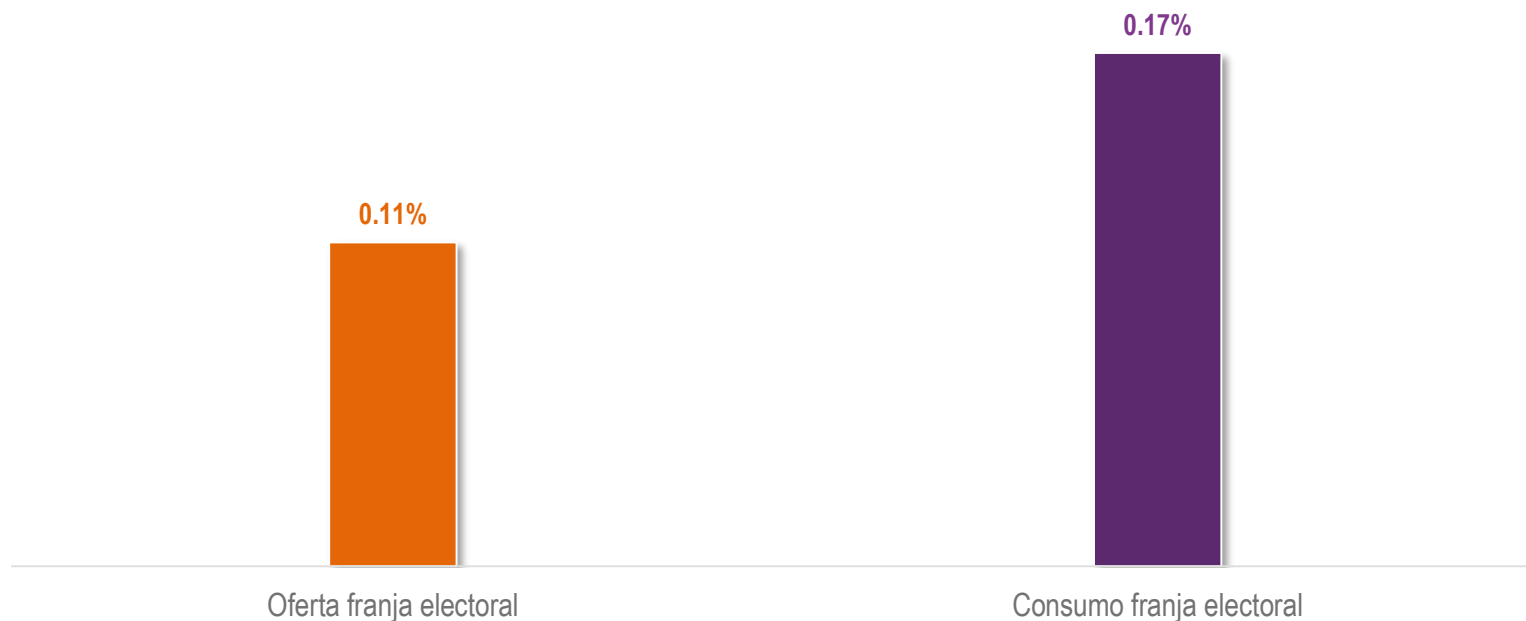


Para este estudio se definió como “período electoral” el tiempo de 16 días durante los cuales se emitió la Franja Electoral. Este período representa un 8,8% del total analizado de 181 días, con toda la oferta de programas en ese lapso.

Durante este mismo período se consumió un 10,4% del total de horas por parte de la audiencia, lo cual indica que con franja de primarias, ese período tiene buen rendimiento, superando la oferta.

FRANJA DE PRIMARIAS: OFERTA Y CONSUMO

PRIMER SEMESTRE 2017 – 181 DÍAS



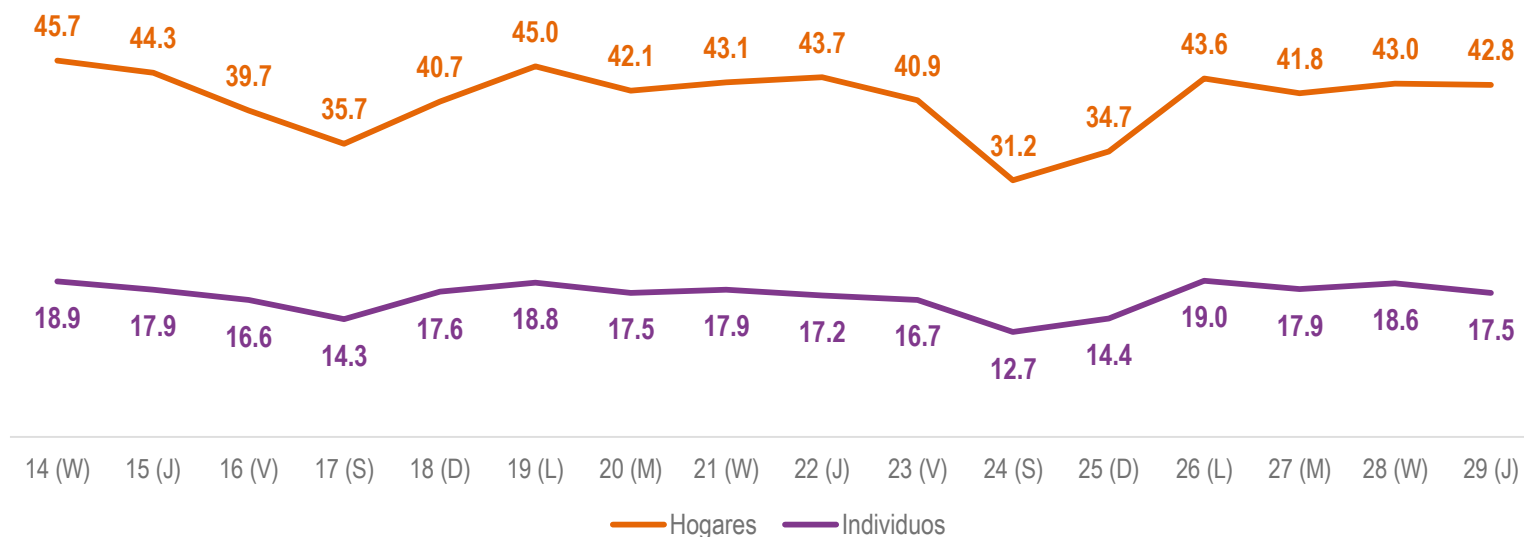
Analizando la Franja de manera específica, se observa que representó solamente 0,11% del total de horas emitidas durante el primer semestre de 2017. En tanto, el mismo espacio obtuvo un 0,17% de las horas consumidas en el período.

El rendimiento de audiencia es mayor que su oferta, lo que denota interés por ver dicha Franja, y así, complementa las cifras anteriores.

RATING (%) DE LA FRANJA ELECTORAL, POR DÍA

Los datos de Rating demuestran que la Franja Política tuvo audiencias especialmente altas todos los días de la semana, con algunas bajas los fines de semana.

El día del estreno -14 de junio- alcanzó 45,7 puntos en hogares, que representa **1 millón de hogares**.



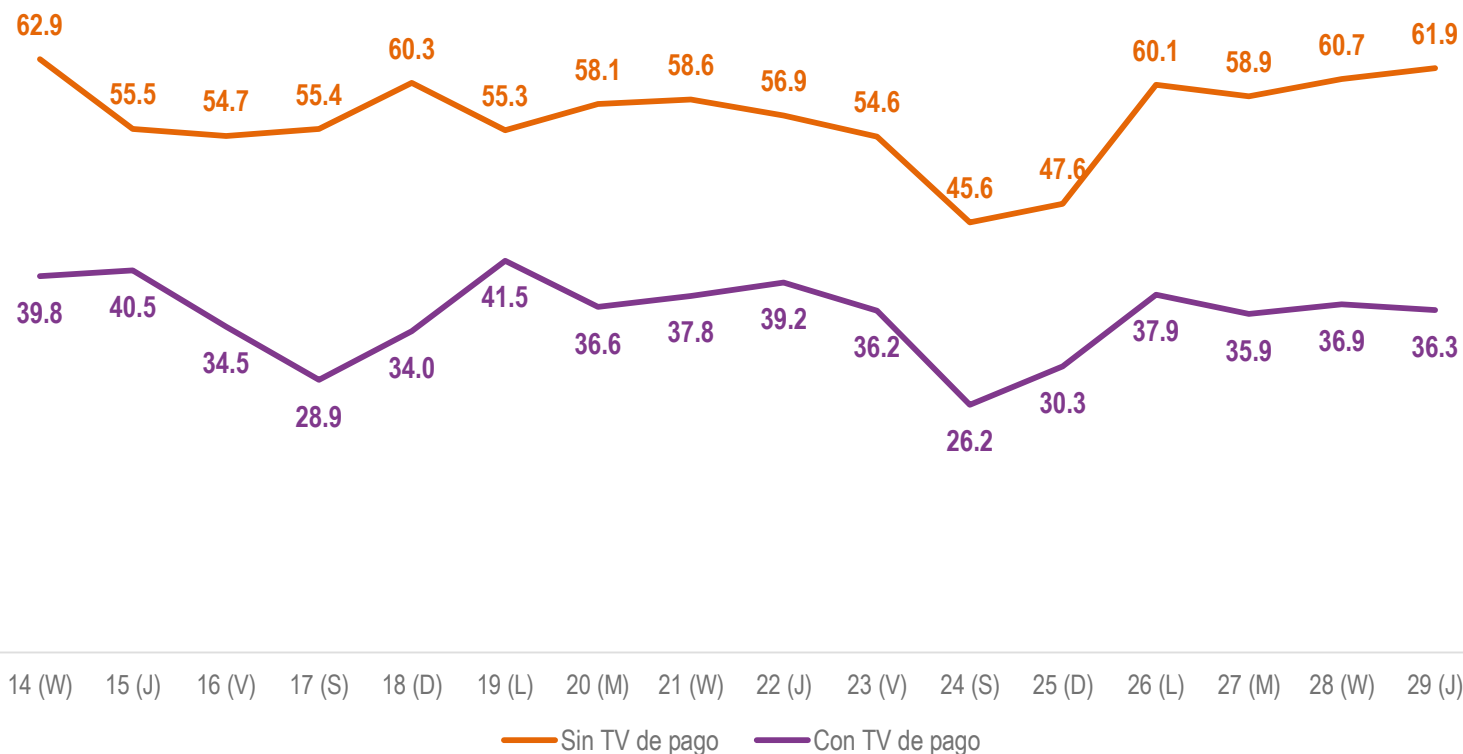
Total muestra: 649 hogares (490 con TV de pago) / 2.052 individuos
Medición entre el 14 y 29 de junio.

RATING (%) DE LA FRANJA ELECTORAL, POR DÍA

Total muestra: 649 hogares (490 con TV de pago) / 2.052 individuos

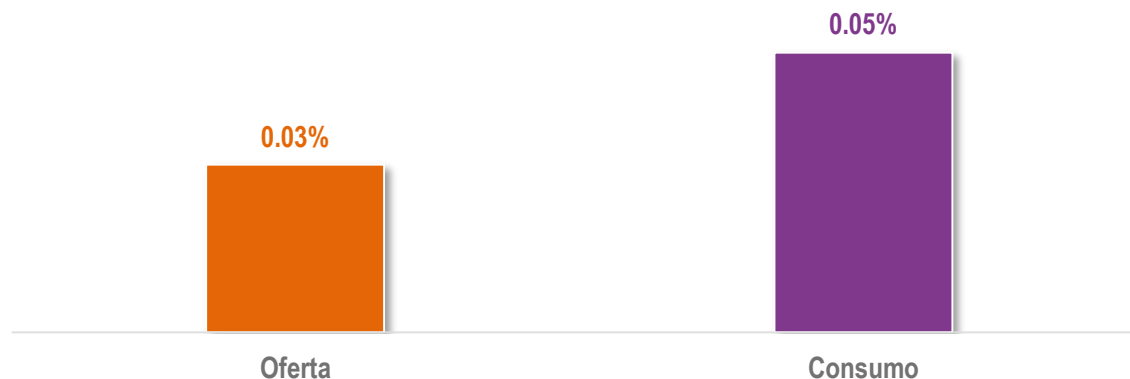
Medición entre el 14 y 29 de junio.

El consumo fue más alto –prácticamente el doble- en los hogares que no cuentan con TV de pago.



DEBATE PRIMARIAS: OFERTA Y CONSUMO

PRIMER SEMESTRE 2017 - DÍA 26 JUNIO EN CANALES: CANAL 13, CHV, MEGA y TVN



El debate de Primarias del día 26 de junio que se transmitió en cuatro canales de TV abierta, representó un 0,03% de la oferta del primer semestre de 2017, con 7 horas y 28 minutos de transmisión* (448 minutos) .

El consumo de este debate representó el 0,05% del total de horas de televisión consumidas durante ese lapso de tiempo.

El rendimiento de audiencia es mayor que su oferta, lo que nuevamente denota el interés por ver estos contenidos.

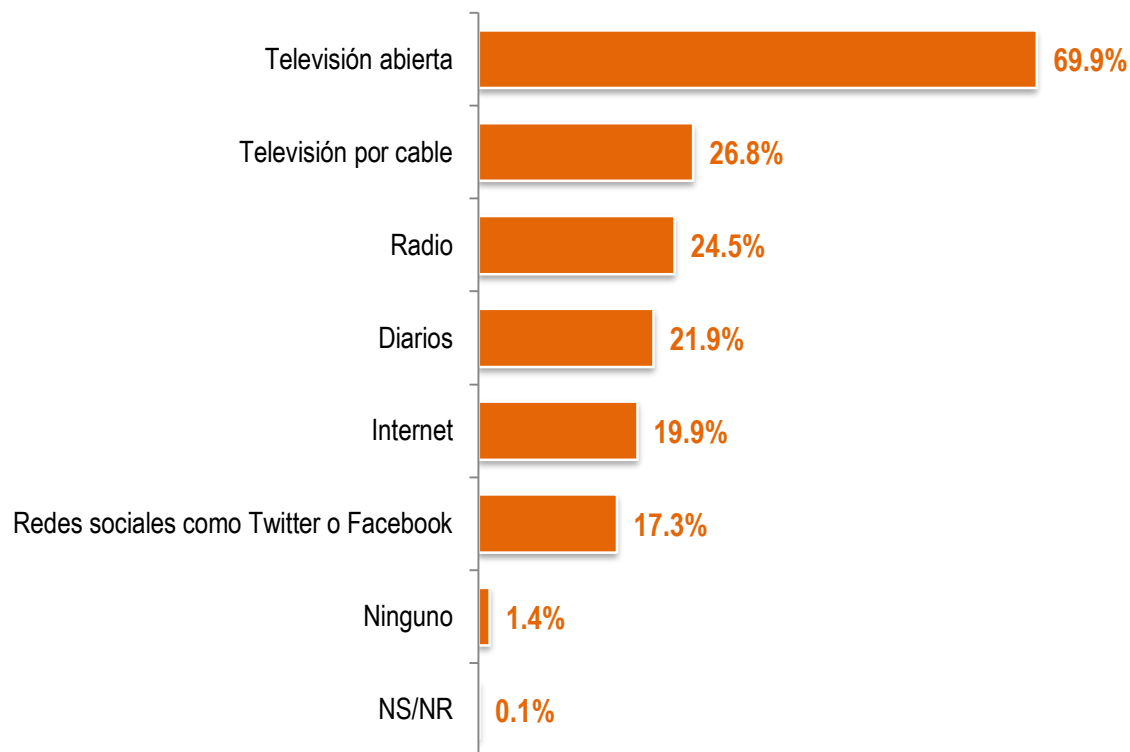
*: la duración, por canal, fue de 1 hora y 52 minutos. La cifra presentada corresponde al total de horas emitidas por los canales.

RESULTADOS de la ENCUESTA

Este año hay Elecciones Presidenciales y Parlamentarias. Usted, ¿a través de qué medios de comunicación se informa sobre los candidatos?

Total muestra: 1.100 casos.

Respuesta múltiple. Promedio de menciones: 1,8.



Al igual que en otros estudios, la TV abierta sigue siendo la principal fuente de información sobre temas electorales y políticos para la ciudadanía. Le sigue la televisión de pago y la radio. Sobre este punto, como dato de contexto, cabe destacar que **este año hubo transmisiones de índole electoral –debates, entrevistas- en que se aliaron canales abiertos con canales de cable y satélite –específicamente, CNN Chile-.**

¿A través de qué medio se informa sobre lo que ocurre en Chile?

Encuesta Nacional de Televisión 2017

Total muestra: 5.424 casos

Múltiple, Con tarjeta. Menciones sobre 1%

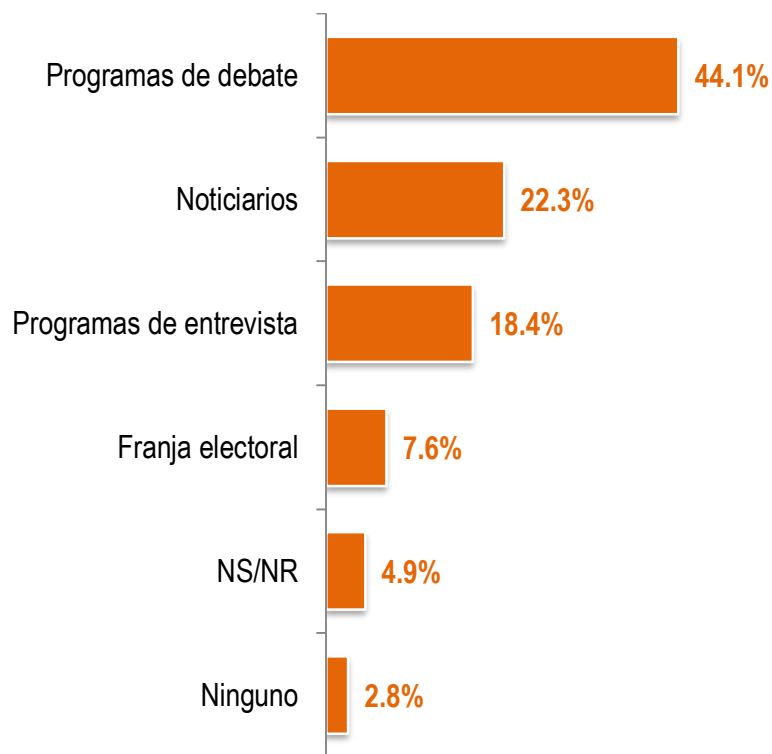


Otros estudios también arrojan que la televisión abierta sigue siendo el principal medio para informarse sobre lo que ocurre en el país en general.

Pensando en la televisión abierta y en las próximas elecciones presidenciales y parlamentarias, ¿cuál de los siguientes tipos de programas piensa usted que es mejor para informar sobre los diversos candidatos/as?

Total muestra: 1.100 casos.

Respuesta única.

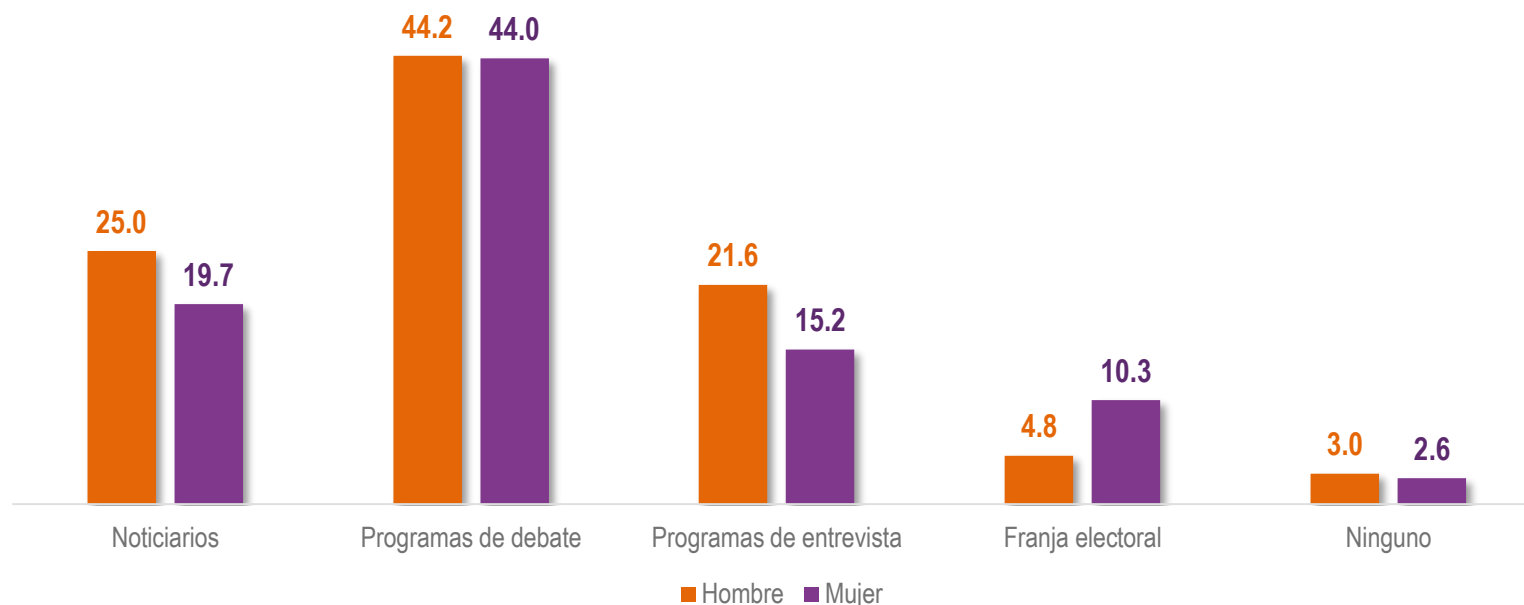


La mayor parte de la ciudadanía -44,1%- considera que el mejor formato para informar sobre las elecciones son los **debates**.

Pensando en la televisión abierta y en las próximas elecciones presidenciales y parlamentarias, ¿cuál de los siguientes tipos de programas piensa usted que es mejor para informar sobre los diversos candidatos/as?

Total muestra: 1.100 casos.

Respuesta única. Por sexo.



No hay diferencias entre hombres y mujeres en la preferencia por programas de debate: es alta entre ambos sexos.

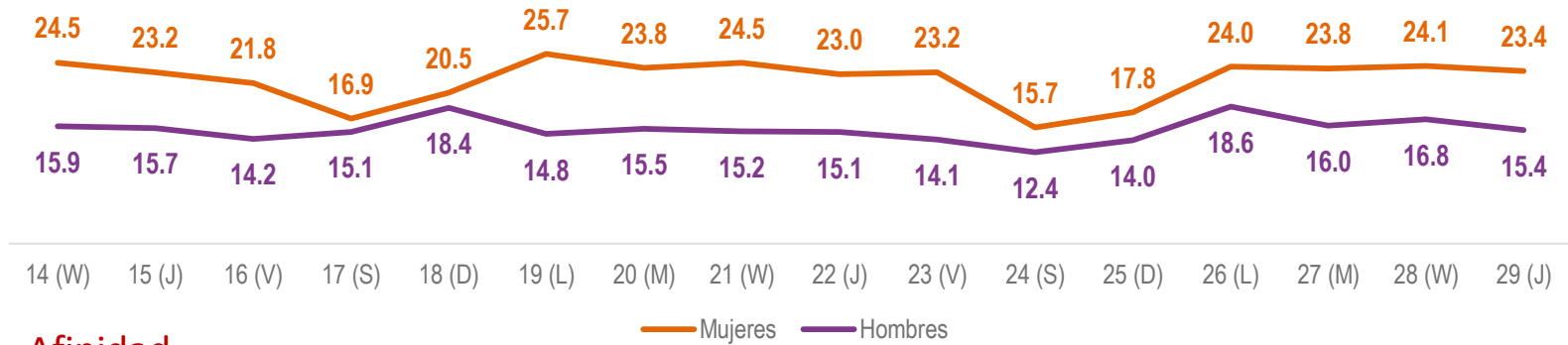
En cuanto a los otros formatos, los noticiarios y los programas de entrevista son favorecidos en mayor medida por hombres, mientras que **la Franja Electoral tiene valoración más alta entre mujeres.**

RATING (%) Y AFINIDAD (%) DE LA FRANJA ELECTORAL, SEGÚN SEXO, POR DÍA

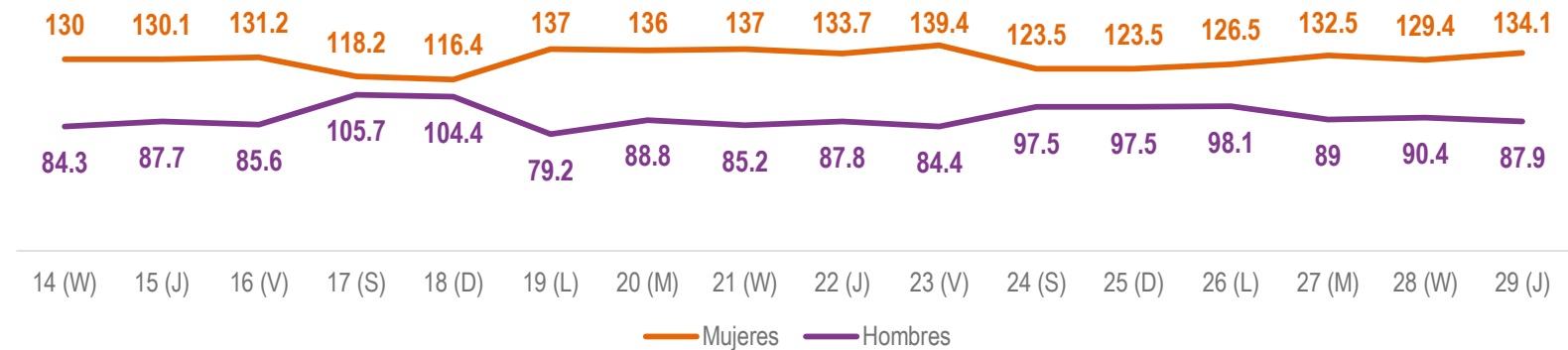
Total muestra: 1.634 casos (personas mayores de 18 años).

Rating y afinidad entre el 14 y 29 de junio.

Rating



Afinidad



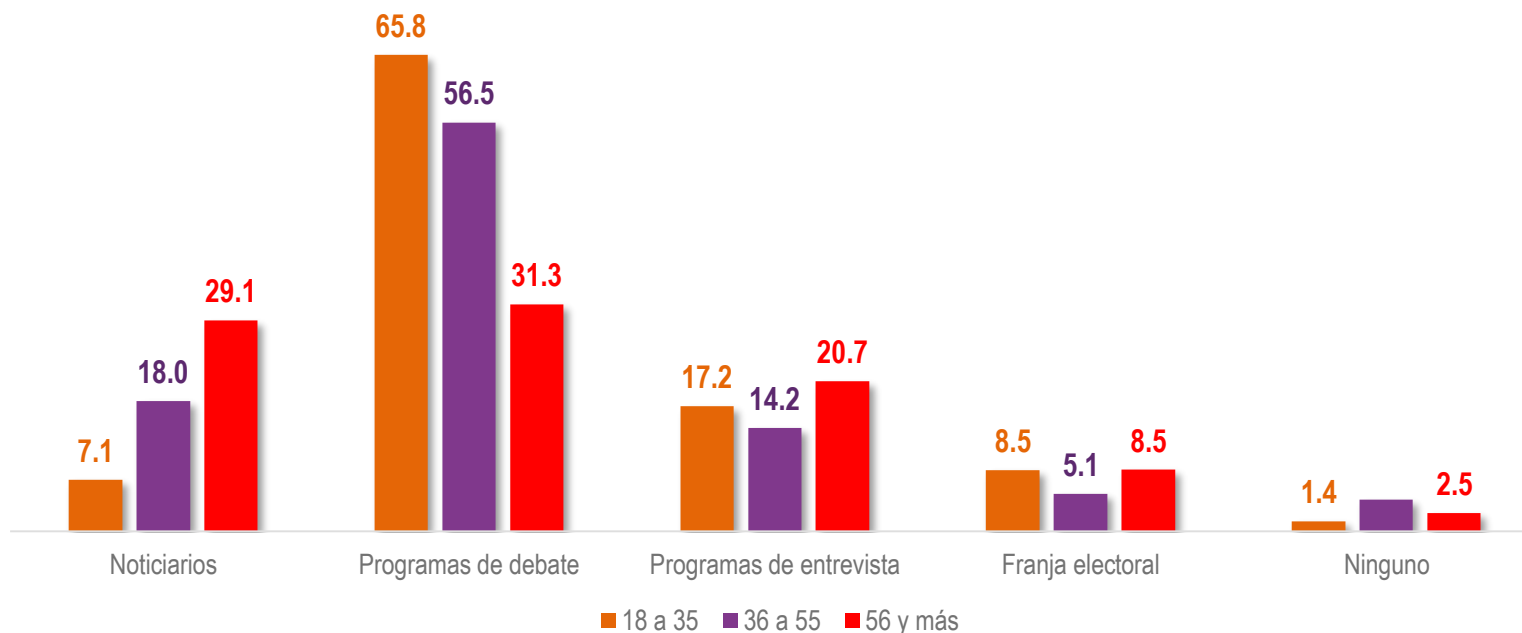
La preferencia declarada de las mujeres por la franja electoral se confirma con los datos de consumo del People Meter. La **franja electoral obtuvo ratings más altos entre mujeres durante todos los días de su exhibición**. Asimismo, la afinidad (rating target / rating universo) fue también más alta en ese segmento de manera consistente.

Fuente: Kantar Ibope Media.

Pensando en la televisión abierta y en las próximas elecciones presidenciales y parlamentarias, ¿cuál de los siguientes tipos de programas piensa usted que es mejor para informar sobre los diversos candidatos/as?

Total muestra: 1.100 casos.

Respuesta única. Por edad.



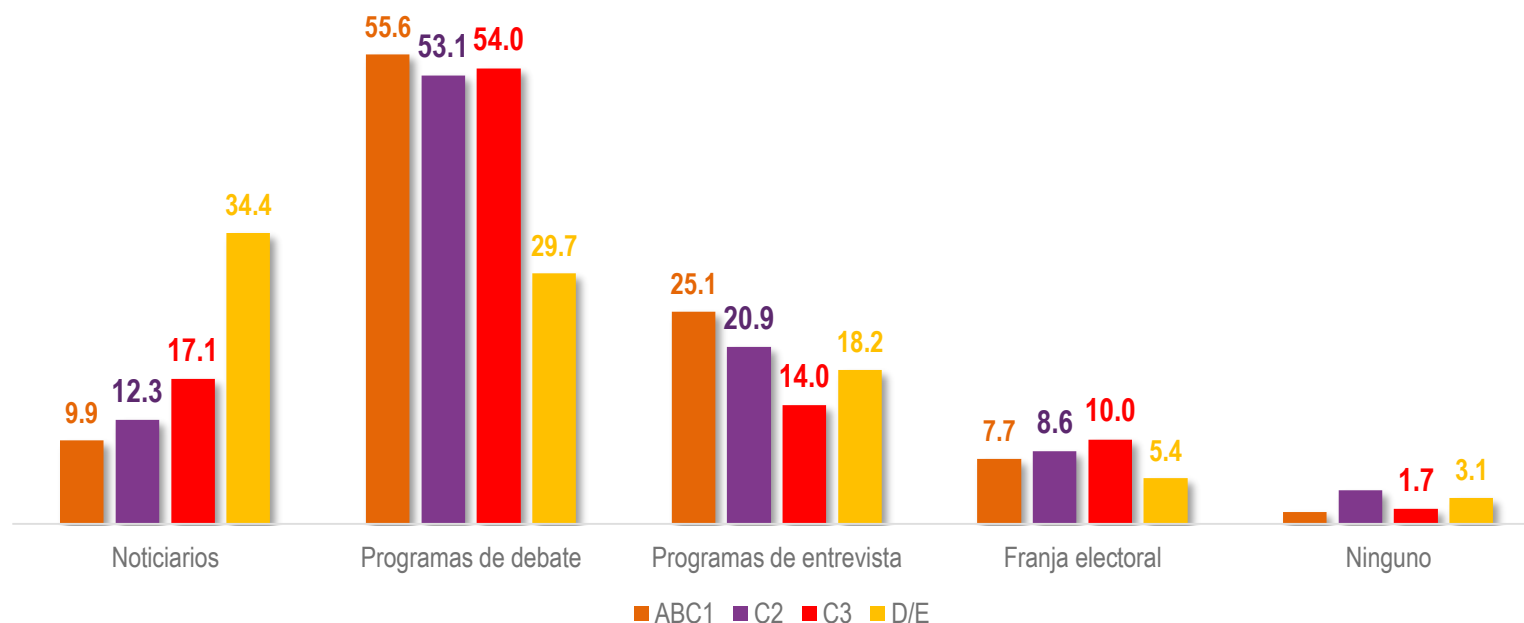
Los datos también muestran que, a menor edad, más alta es la preferencia por los **debates como el mejor formato para informarse sobre las elecciones.**

Este tipo de programas, en tanto, llama menos la atención de la población de 56 años o más, que espera que sean los noticiarios los que cumplan la función de informar sobre las elecciones.

Pensando en la televisión abierta y en las próximas elecciones presidenciales y parlamentarias, ¿cuál de los siguientes tipos de programas piensa usted que es mejor para informar sobre los diversos candidatos/as?

Total muestra: 1.100 casos.

Respuesta única. Por nivel socioeconómico.



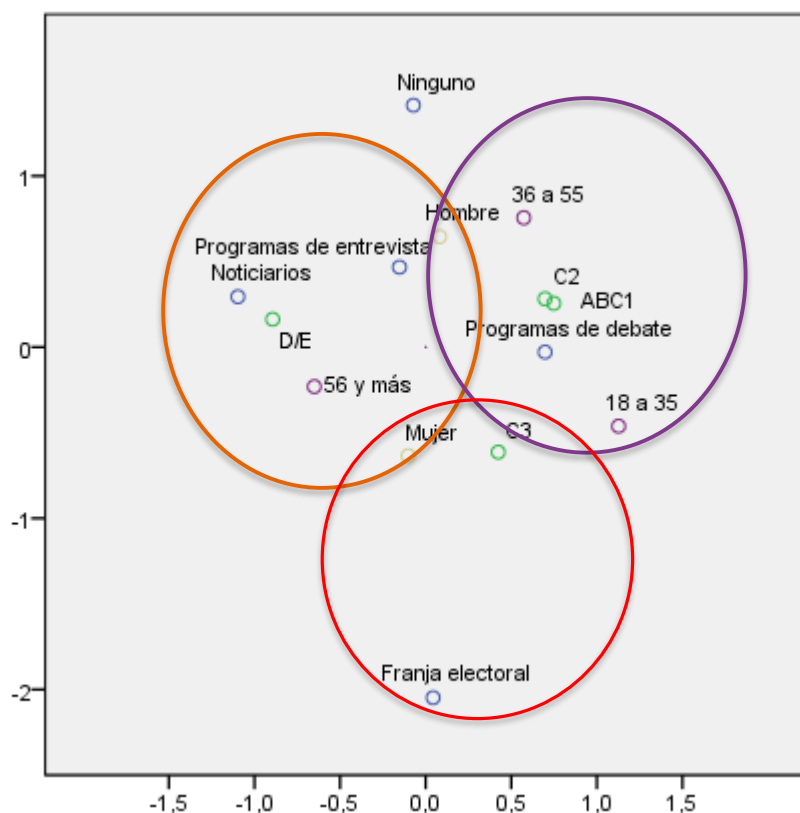
En cuanto los niveles económicos, la preferencia por programas de debate es consistentemente más alta entre sectores medios y altos –ABC1, C2 y C3–.

En cambio, los segmentos D y E muestran una preferencia mucho más alta por los noticiarios de televisión para informarse. En estos mismos segmentos la franja electoral recibió menos menciones.

Pensando en la televisión abierta y en las próximas elecciones presidenciales y parlamentarias, ¿cuál de los siguientes tipos de programas piensa usted que es mejor para informar sobre los diversos candidatos/as?

Total muestra: 1.100 casos.

Análisis de correspondencias múltiples. GSE, edad y formato preferido para informarse.



El análisis de correspondencias múltiples permite identificar visualmente las categorías de variables que tienen más cercanía.

En este caso se perfila de manera más o menos clara un segmento que prefiere informarse mediante **noticiarios y entrevistas** –círculo naranja–, que son los sectores de estrato socioeconómico bajo y las personas mayores;

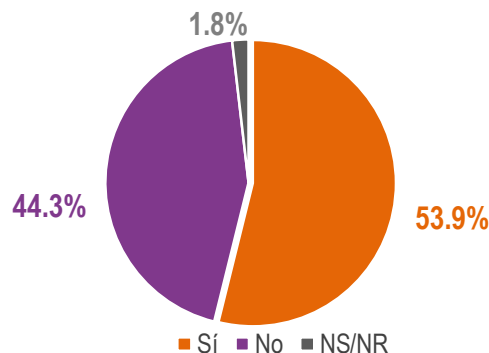
Quienes optan por los **debates** –círculo morado– son los hombres, los estratos medio alto y alto (C2 y ABC1) y jóvenes (18 a 35 años) y los adultos medios (36 a 55 años);

La **Franja Electoral** (círculo rojo) finalmente, es la primera opción para las mujeres y el estrato medio–bajo (C3).

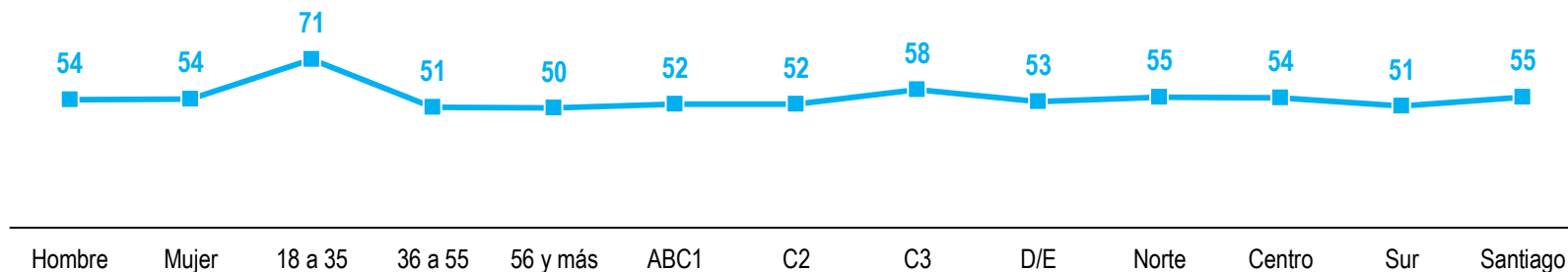
¿Considera Ud. que la emisión de la Franja Electoral por Televisión contribuye al conocimiento de los candidatos y candidatas con sus propuestas para el país?

Total muestra: 1100 casos.

Respuesta única.



Respuesta "Sí" (%)

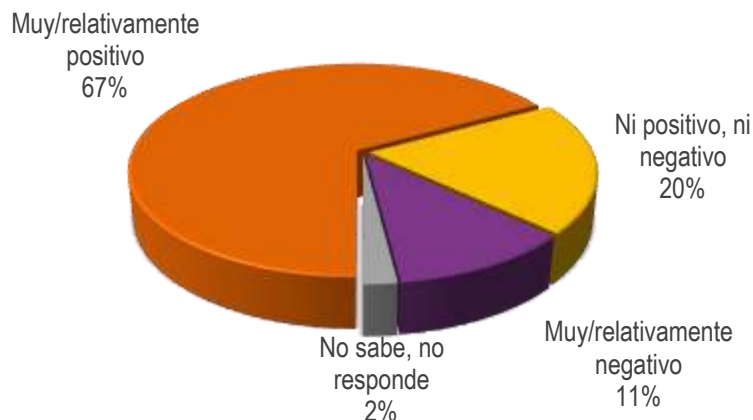


La mayoría de los encuestados opina que la franja electoral representa una contribución al conocimiento de quienes compitieron en las primarias. Esta opinión positiva es significativamente más alta entre jóvenes de 18 a 35 años. Esto muestra que, **aunque la mayoría de las personas considera como mejores otros tipos de programas de televisión para informarse, valoran también la existencia de una franja.**

Evaluación de campañas públicas en estudios anteriores

¿QUÉ LE PARECE QUE EL ESTADO PUEDA TRANSMITIR CAMPAÑAS POR TELEVISIÓN SOBRE TEMAS QUE SON DE INTERÉS PÚBLICO...?

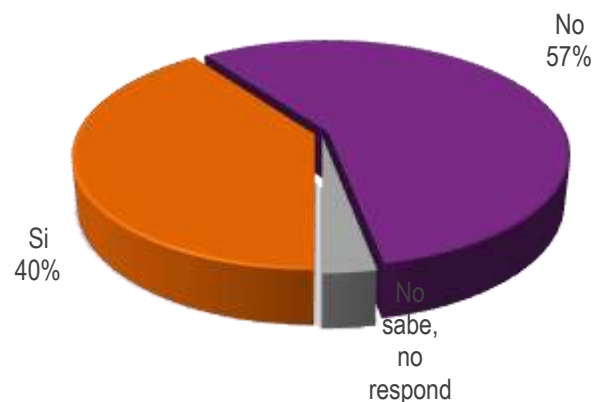
Casos: 714



Fuente: CNTV 2016 (octubre)

¿CREE UD. QUE ESTAS CAMPAÑAS HAN SIDO O SON EFECTIVAS PARA INFORMAR Y MOTIVAR LA PARTICIPACIÓN DE LOS CHILENOS EN LAS ELECCIONES MUNICIPALES?

Casos: 714



Fuente: CNTV 2016 (octubre)

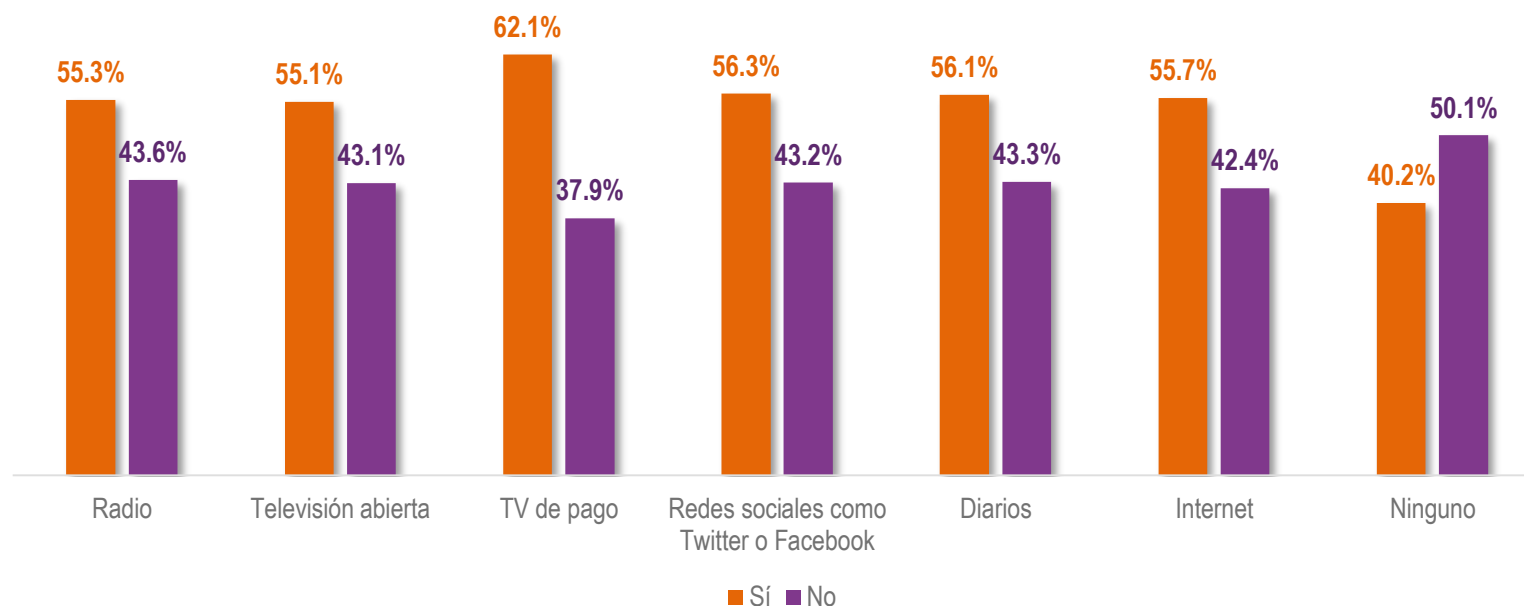
Como se observa en estos gráficos, **ya en otros estudios la población ha manifestado una opinión favorable hacia contenidos de interés público en televisión.**

También se considera en gran medida, que tienen **efectividad** en las conductas de las personas, especialmente considerando que existe gran desafección con la política en general y con la participación política en nuestra sociedad.

¿Considera Ud. que la emisión de la Franja Electoral por Televisión contribuye al conocimiento de los candidatos y candidatas con sus propuestas para el país?

Total muestra: 1100 casos.

Respuesta única. Por medio de información preferido.



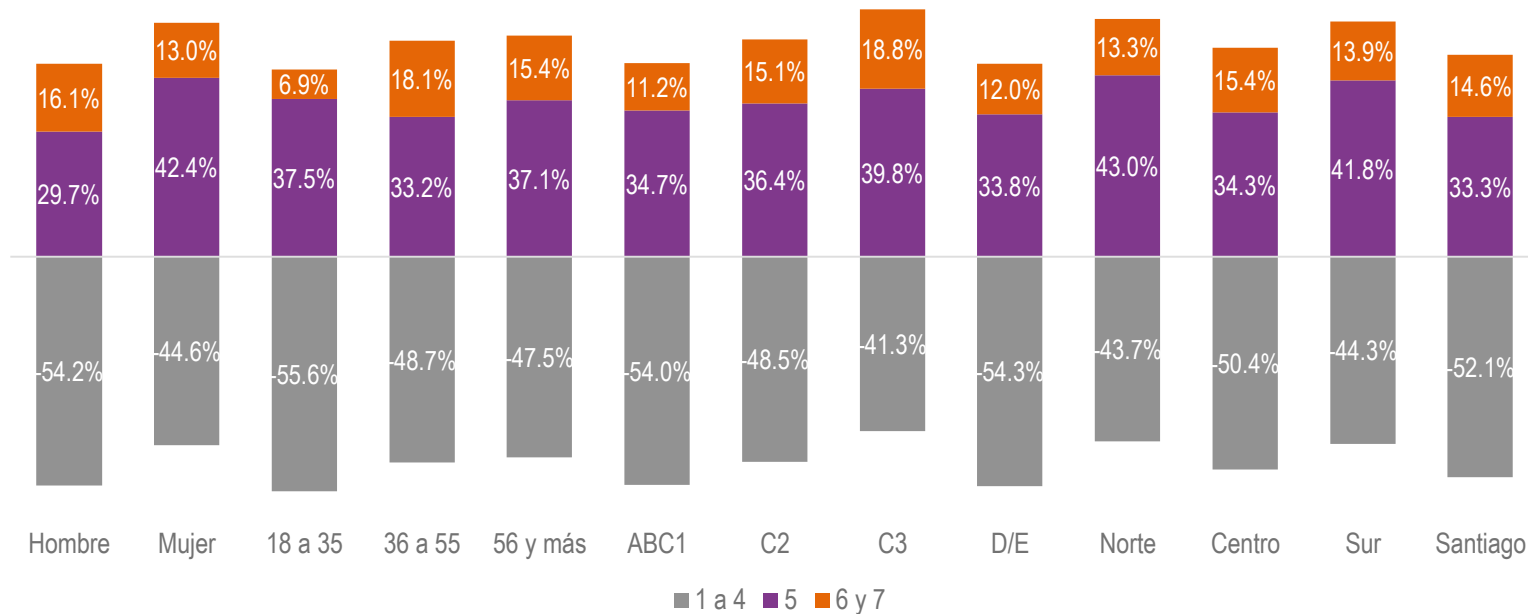
Al desagregar la información por medio de información preferido, si bien la evaluación es alta en todos los casos entre personas que usan algún medio para informarse, son los hogares con TV de pago los que declaran que la franja electoral es una contribución.

Considerando el “pluralismo político” en televisión como la representación equilibrada de los diversos candidatos que hay en el país. En una escala de 1 a 7, donde 1 es “nada pluralista” y 7 es “muy pluralista”, ¿cómo evaluaría el pluralismo político de la televisión abierta chilena en su cobertura de las elecciones y de los candidatos?

Total muestra: 1.058 casos.

Respuesta única / Categorías agrupadas

Nota promedio general: 4,21

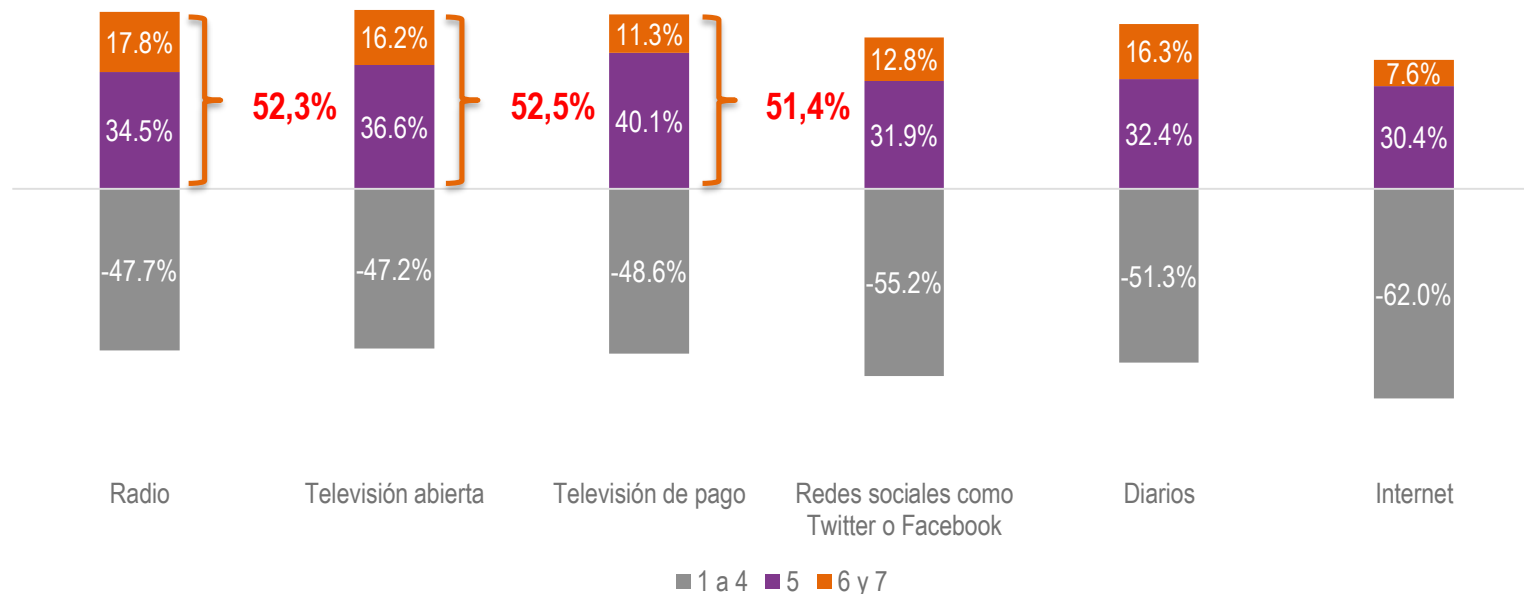


Los hombres, los jóvenes (18 a 35), los segmentos ABC1, D y E, son quienes evalúan de forma más negativa el pluralismo político en TV. Más optimista al respecto es el segmento C3, las mujeres y los habitantes del norte y sur del país.

Considerando el “pluralismo político” en televisión como la representación equilibrada de los diversos candidatos que hay en el país. En una escala de 1 a 7, donde 1 es “nada pluralista” y 7 es “muy pluralista”, ¿cómo evaluaría el pluralismo político de la televisión abierta chilena en su cobertura de las elecciones y de los candidatos?

Total muestra: 1.058 casos.

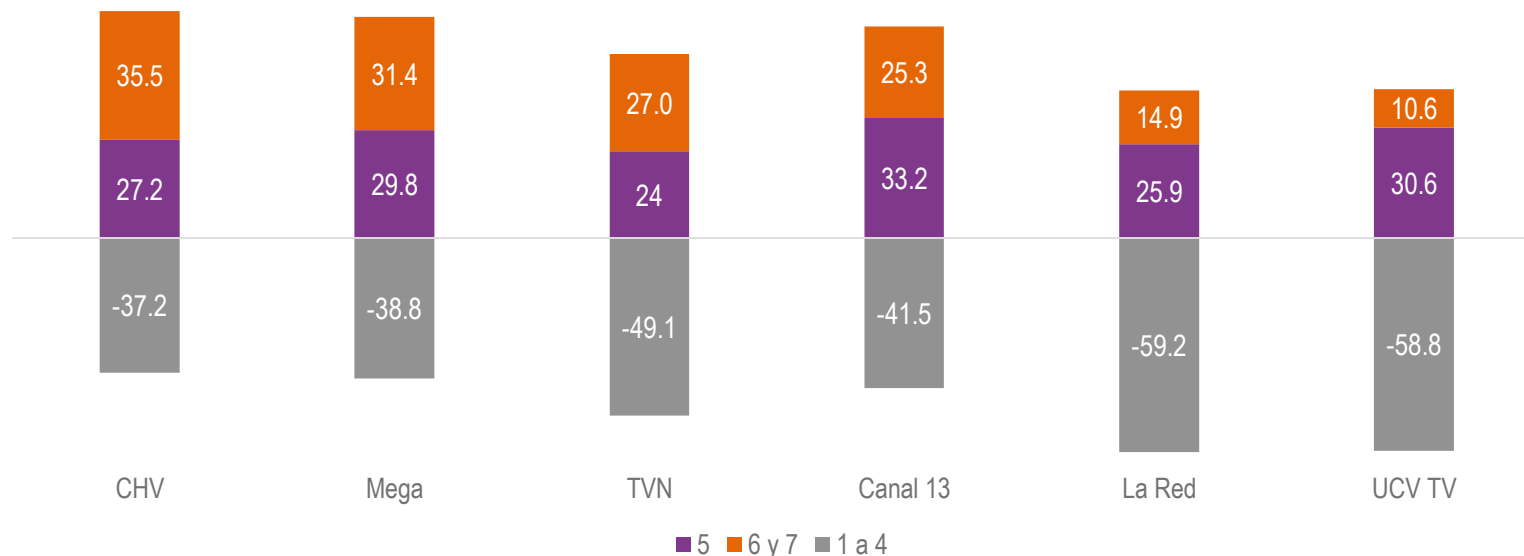
Respuesta única / Por medio de información usado



Según medio de información usado, las peores notas en pluralismo político de la televisión las declaran quienes se informan mediante Internet, redes sociales o diarios. Los **consumidores de televisión, tanto abierta como pagada, más quienes escuchan radios, evalúan mejor esta dimensión de la televisión**, entregándole en su mayoría nota 5 o más.

Y en la misma escala de 1 a 7, donde 1 es “nada pluralista” y 7 es “muy pluralista”, ¿cómo evaluaría el pluralismo político de los siguientes canales en su cobertura de las elecciones y de los candidatos?

Respuesta única / Categorías agrupadas.
Se omiten casos que no saben o no responden

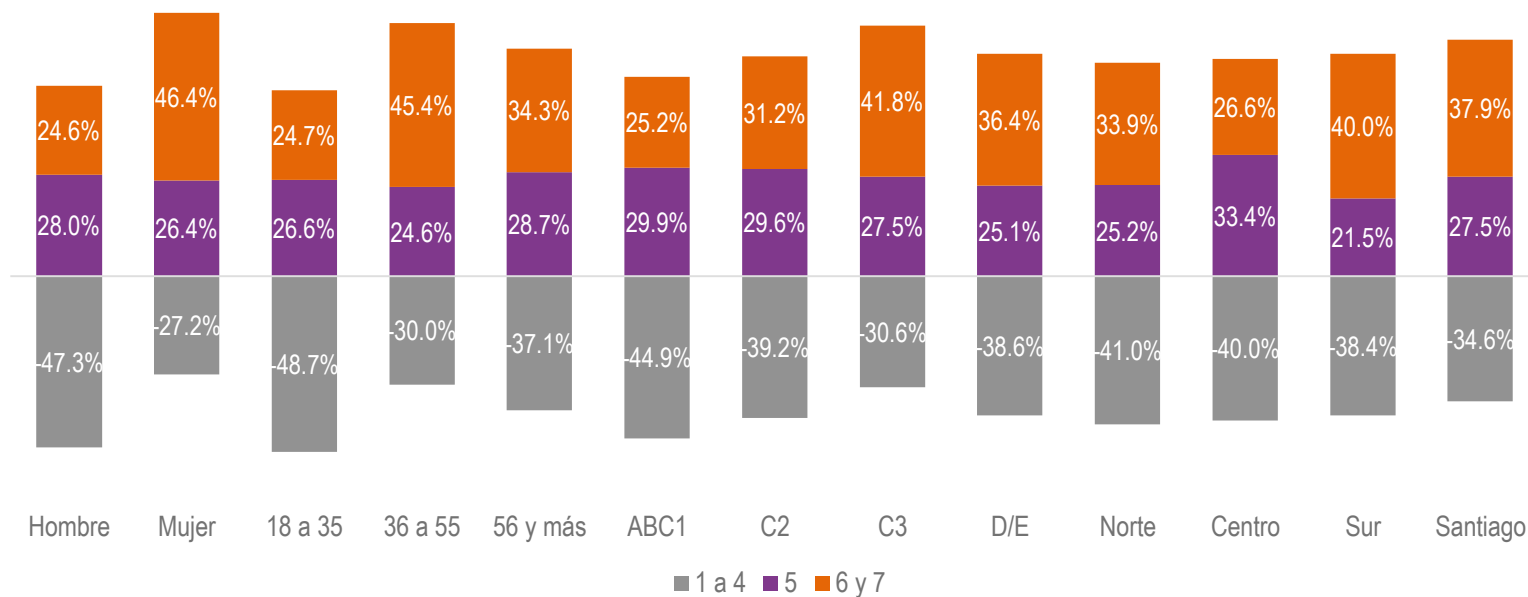


Promedio **4,77** **4,65** **4,38** **4,48** **3,9** **3,82**

El canal con **mayor cantidad de notas 6 y 7 en la percepción de pluralismo fue Chilevisión**, seguido de Mega, TVN y Canal 13. Esta preferencia podría deberse a los programas de debate “Aquí está Chile”, que el canal transmitió en conjunto con CNN Chile. Las evaluaciones bajas de los canales “chicos” –La Red y UCV TV- podrían estar indicando no necesariamente una baja percepción de pluralismo, sino bajo conocimiento del canal.

Y en la misma escala de 1 a 7, donde 1 es “nada pluralista” y 7 es “muy pluralista”, ¿cómo evaluaría el pluralismo político de los siguientes canales en su cobertura de las elecciones y de los candidatos?

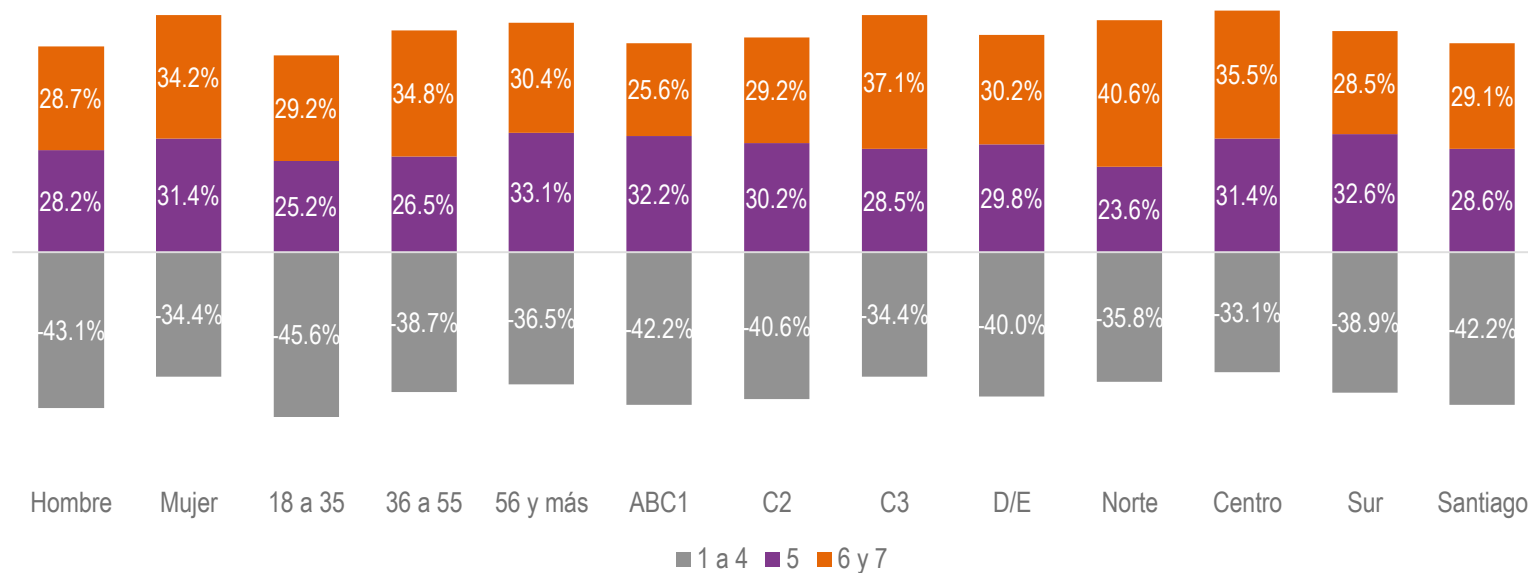
Total muestra: 1.028 casos (Se omiten casos que responden “No sabe”)
Respuesta única / Categorías agrupadas.



Chilevisión fue particularmente bien evaluado por **las mujeres: 46% le pone nota 6 o 7**. También por el segmento etario entre 36 y 55 años.

Y en la misma escala de 1 a 7, donde 1 es “nada pluralista” y 7 es “muy pluralista”, ¿cómo evaluaría el pluralismo político de los siguientes canales en su cobertura de las elecciones y de los candidatos?

Total muestra: 1013 casos (Se omiten casos que responden “No sabe”)
Respuesta única / Categorías agrupadas.

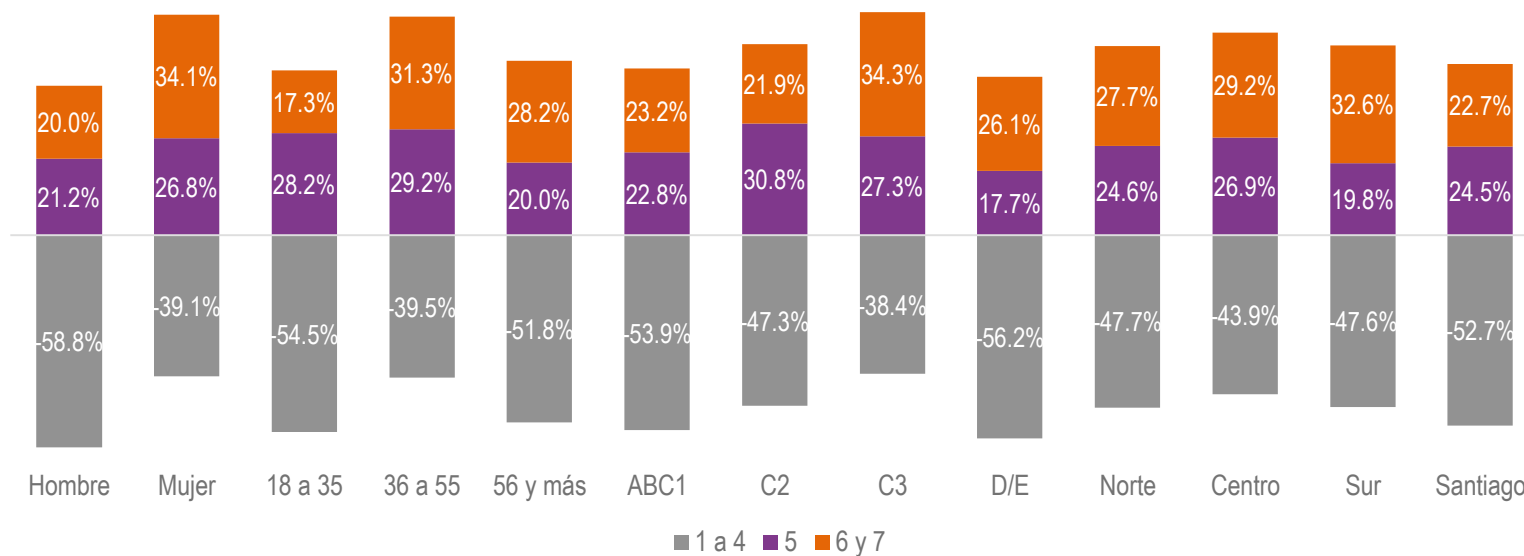


En comparación con el caso anterior, Mega recibió evaluaciones más parejas. Destaca el Norte del país como zona geográfica donde se percibe de manera más positiva el pluralismo del canal.

Y en la misma escala de 1 a 7, donde 1 es “nada pluralista” y 7 es “muy pluralista”, ¿cómo evaluaría el pluralismo político de los siguientes canales en su cobertura de las elecciones y de los candidatos?

Total muestra: 1.013 casos (Se omiten casos que responden “No sabe”)

Respuesta única / Categorías agrupadas.

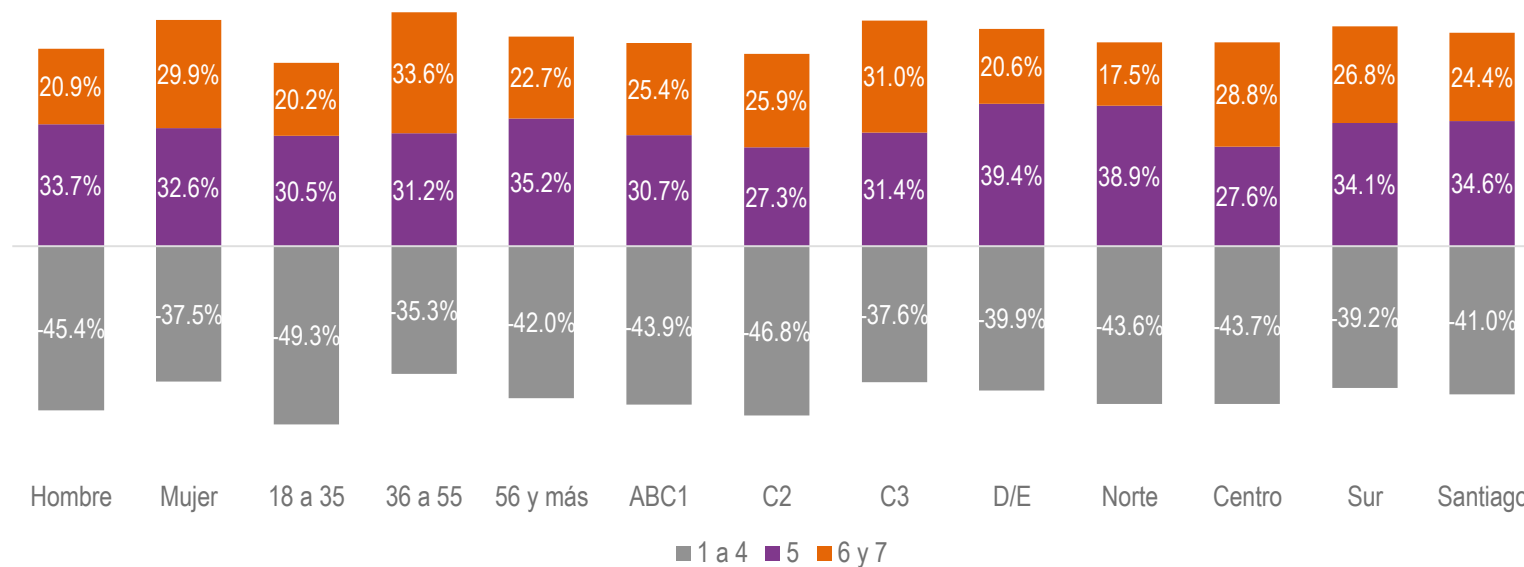


En el caso de TVN, recibe una mejor evaluación entre las mujeres, así como en el nivel socioeconómico medio- bajo (C3).

Y en la misma escala de 1 a 7, donde 1 es “nada pluralista” y 7 es “muy pluralista”, ¿cómo evaluaría el pluralismo político de los siguientes canales en su cobertura de las elecciones y de los candidatos?

Total muestra: 1009 casos (Se omiten casos que responden “No sabe”)

Respuesta única / Categorías agrupadas.

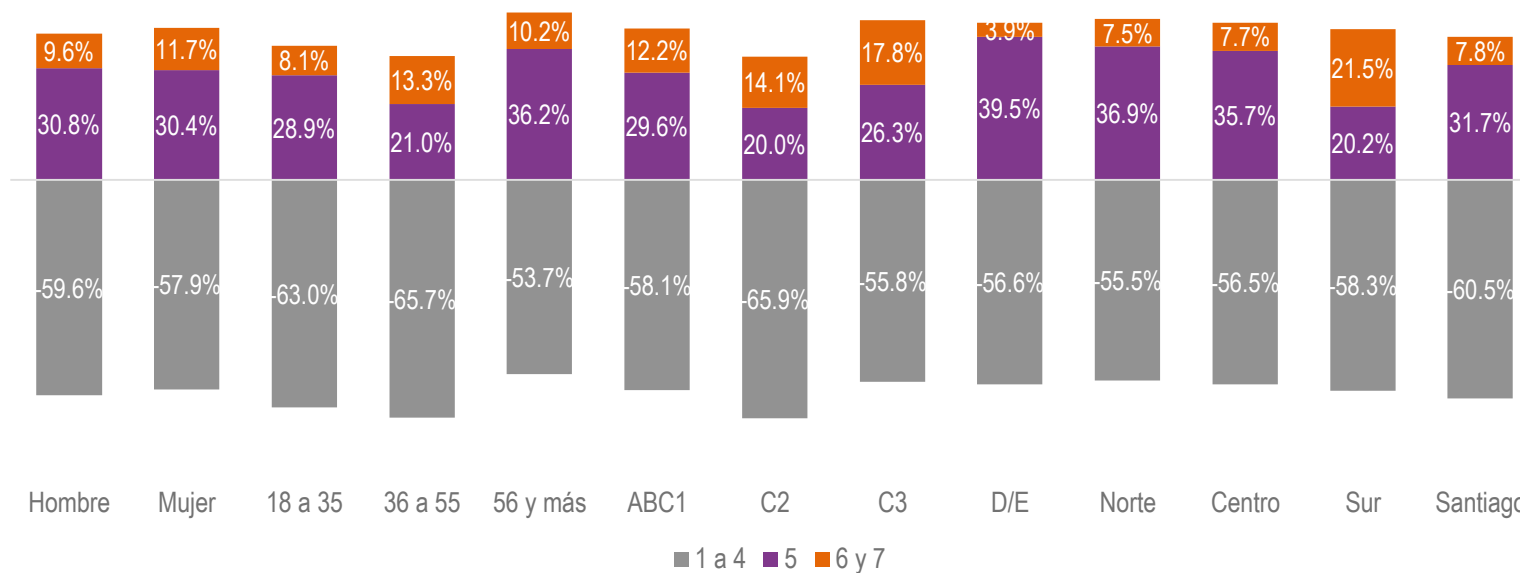


Canal 13 entre 36 y 55 años; Mujeres y estrato medio- bajo (C3).

Y en la misma escala de 1 a 7, donde 1 es “nada pluralista” y 7 es “muy pluralista”, ¿cómo evaluaría el pluralismo político de los siguientes canales en su cobertura de las elecciones y de los candidatos?

Total muestra: 651 casos (Se omiten casos que responden “No sabe”)

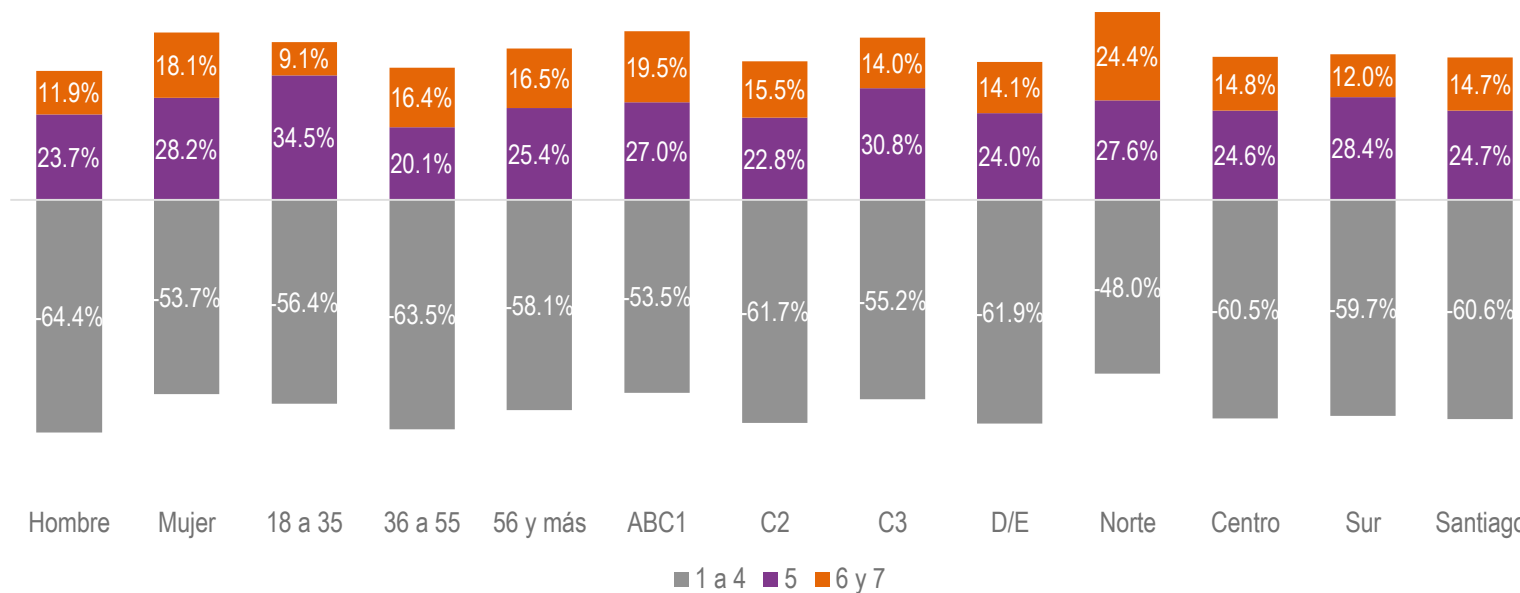
Respuesta única / Categorías agrupadas.



UCV TV es bien evaluado por personas mayores de 56 años, y especialmente, por los habitantes del Sur del país.

Y en la misma escala de 1 a 7, donde 1 es “nada pluralista” y 7 es “muy pluralista”, ¿cómo evaluaría el pluralismo político de los siguientes canales en su cobertura de las elecciones y de los candidatos?

Total muestra: 832 casos (Se omiten casos que responden “No sabe”)
Respuesta única / Categorías agrupadas.



La Red, en tanto, es percibida como pluralista, por personas de estrato alto y por los habitantes del Norte del país.

RESULTADOS PRINCIPALES Y REFLEXIONES

- La **televisión abierta**, tal como se evidencia en estudios anteriores, sigue siendo el **principal medio** para informarse sobre las elecciones y la política. Esto pone de relieve su importancia para la ciudadanía y justifica su rol social como agente promotor de la democracia, la transparencia y la discusión pública.
- Lo anterior confirma la importancia de la preocupación por el **pluralismo político** en televisión, dado que es en ella donde se manifiestan las distintas posturas que están en juego en el espacio público.
- Los datos de consumo entregados por el People Meter (ratings) confirman que la **Franja Electoral** de Primarias, obtuvo muy alta audiencia llegando a 45 puntos de rating el primer día. Algo similar sucede con el debate que emitieron cuatro canales abiertos, cuyo consumo supera la cifra de oferta en porcentaje.
- El **formato** televisivo más valorado por la ciudadanía para informarse sobre las elecciones es el **debate**. Si bien los encuestados prefieren, en general, los programas de debate o las entrevistas, lo cual se confirma a través de la encuesta, no desechan la franja como espacio para la entrega de información electoral y valoran positivamente su contribución.

RESULTADOS PRINCIPALES Y REFLEXIONES

- Esto coincide con un año donde hubo dos iniciativas de parte de los canales para realizar programas de este tipo: Aquí está Chile (CHV y CNN Chile) y el Debate Electoral de Primarias (todos los canales abiertos, junto a CNN Chile).
- En cuanto al pluralismo, el canal que obtuvo la mayor cantidad de notas 6 y 7 es Chilevisión (CHV), el que a la vez presentó una serie de programas donde participaron todos los candidatos a las elecciones primarias (CHV con 'Aquí está Chile'). Llama la atención que los y las televidentes percibieron el esfuerzo de aquellos canales que incluyeron más programas con contenido político, y que esto se percibió como una aporte al **Pluralismo**.
- En base a los resultados de este estudio se puede afirmar que la televisión capturó el interés de la teleaudiencia, tanto con la Franja de Primarias como con los informativos y otros programas. En un contexto social de crítica y desafección hacia la política y a los políticos en particular, las altas cifras de rating, unidas a las evaluaciones positivas del **despliegue de los canales** por entregar información y debate político, estrechan la relación de la televisión con su audiencia, cuando se trata de reflejar el **espacio de lo público**.



Departamento de Estudios
2017