

The logo for CNTV, featuring the letters 'CNTV' in a bold, white, sans-serif font. The text is set against a rectangular background with a vertical gradient from purple on the left to red on the right. The background of the entire page is a dark blue with faint, repeating 'CNTV' logos in a lighter shade.

CNTV

**Evaluación de la Franja Electoral
de Convencionales Constituyentes**

M A Y O 2 0 2 1

INDICE

Prólogo de María Carolina Cuevas Merino, presidenta del Consejo Nacional de Televisión

4

CAPÍTULO 1

Desafíos técnicos y logísticos de la Franja Electoral de Convencionales Constituyentes

- Cambios legislativos
- Contingencia sanitaria
- Normas técnicas

6

CAPÍTULO 2

Participación candidaturas en la Franja Electoral

12





CAPÍTULO 3

La Franja Electoral vista desde sus audiencias

24

CAPÍTULO 4

Impacto en medios de comunicación y Twitter

36

CONCLUSIONES

50

Balance de la Franja Electoral de Una Franja poco conv



María Carolina Cuevas Merino
*Presidenta del Consejo
Nacional de Televisión*

Tras la elección de Convencionales Constituyentes, es oportuno evaluar la franja televisiva que antecedió a este trascendental proceso.

Aunque este espacio existe desde el plebiscito de 1988 (Ley N°18.700), bajo la premisa del enorme impacto de la televisión en la ciudadanía, la Franja Electoral de Convencionales Constituyentes fue inédita en tan variados aspectos que dejó al Consejo Nacional de Televisión y al país enormes lecciones que valen la pena intentar reseñar.

Este proceso fue fecundo en las primeras veces. Primera vez que en una elección democrática se eligieron a quienes redactarán la nueva Constitución. Primera vez que los pueblos indígenas tienen escaños reservados en la participación de esta etapa y un espacio televisivo propio. Primera vez que las candidaturas independientes tuvieron tanto peso en número como participación en la Franja misma. Primera vez que se le da a la Constitución un carácter

paritario en género. Y, para el Consejo Nacional de Televisión, primera vez que en una Franja Electoral que se emite por televisión participaron tantas candidaturas, 1.373 en total, en un espacio de propaganda política que excedió los 30 minutos diarios.

Los desafíos operativos fueron inmensos, agravados por la pandemia y una situación que, a costa de abusar del término “primera vez”, se dio de manera inédita: a menos de una semana del inicio de la recepción de los contenidos para la Franja, el Congreso Nacional de Chile aprobó una Reforma Constitucional que se publicó tres días antes de empezar la Franja y que cambió de forma relevante las condiciones de su emisión, añadiendo 528 candidaturas y extendiendo la duración de esta propaganda política en casi 9 minutos.

Desde la histórica Franja del “Sí” y el “No” en 1988, este espacio televisivo ha tenido cambios, aunque no tan radicales como los que experimentó en esta ocasión. Sin embargo, hay un

Convencionales Constituyentes

Francia Electoral

elemento que explica por qué todos los actores del escenario político han buscado su espacio en la Franja: la televisión sigue siendo en Chile el principal medio para informarse, un medio de gran impacto emocional y que, a diferencia del celular o el computador, permite un visionado familiar y grupal, siendo una experiencia esencialmente social.

El 2021 es pródigo en Franjas Televisivas.

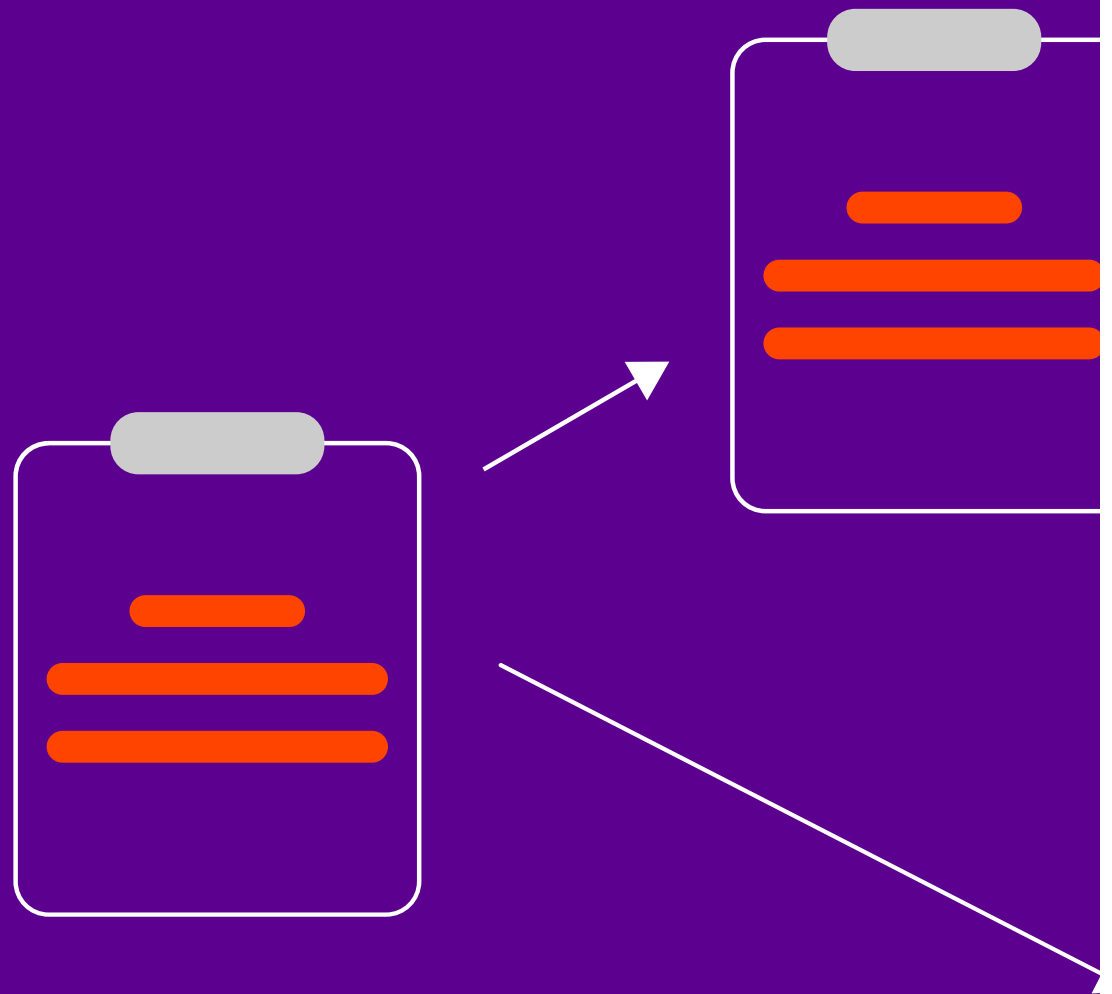
La experiencia reciente nos invita a repensarlas, considerando las necesidades de la ciudadanía, los aspectos técnicos y logísticos involucrados, las barreras de acceso de las candidaturas que pueda impedir un uso eficiente y efectivo de ese espacio, entre otros factores.

Este documento busca ser un

insumo para la toma de decisiones y para la generación de políticas públicas que permitan un uso eficiente, efectivo y transparente de este espacio de propaganda electoral, tan valorado por la ciudadanía.

María Carolina Cuevas Merino
Presidenta del Consejo
Nacional de Televisión





Desafíos técnicos y logísticos de Franja Electoral de Convencionales Constituyentes

1



El Consejo Nacional de Televisión (CNTV) está a cargo de elaborar las normas técnicas para la emisión de la propaganda televisiva desde hace más de 30 años. El organismo tiene esta importante misión en virtud de la ley 18.700, que posibilitó la primera de las franjas televisivas en la historia: la del Plebiscito del “Sí” y el “No” en 1988.

La supervisión de este espacio televisivo es, por lo tanto, recurrente y regular para la institución. Pese a esta periodicidad, siempre hay ligeras adecuaciones relacionadas con la proyección que realiza el CNTV del escenario en el que se llevará a cabo una determinada franja electoral, ajustes que se llevan a cabo por lo menos con un año de antelación.

Hay que considerar que la resistencia natural a las innovaciones conspira al momento de introducir mejoras y, por otro lado, la contingencia política provoca cambios inesperados.

Por ello, el CNTV hace un seguimiento riguroso de los acuerdos políticos y las resoluciones del Servicio Electoral, ya que son determinantes para el accionar posterior de la institución. Es indispensable contar con información y comunicación ágil, oportuna y formal.

Asimismo, es imprescindible identificar, determinar y confirmar las contrapartes de las candidaturas, junto con sus representantes, así como establecer conductos de comunicación de los que estén en conocimiento todos los involucrados en el proceso.

Pese a la experiencia acumulada por años y la antelación con que se preparó la institución para la Franja Electoral de Convencionales Constituyentes, la velocidad de mutación del escenario político y la emergencia sanitaria mundial del Covid 19 pusieron a prueba al CNTV.

Debido al objetivo y carácter inédito del proceso

constitucional, cuya primera franja- en septiembre y octubre de 2020- dio curso a la elección de Convencionales Constituyentes, se produjo un interés desbordante por ser candidatos y candidatas.

La desafección de la ciudadanía con los partidos políticos produjo un inusitado número de candidaturas independientes, el mayor visto de nuestra historia democrática. Además, los pueblos originarios quisieron ser parte basal en este proceso trascendental y se legisló en consecuencia, por lo que los representantes indígenas tienen escaños reservados y un tiempo televisivo exclusivo para ellos.

La irrupción de independientes y la franja indígena configuraron un escenario complejo en la distribución del tiempo televisivo. El Consejo Nacional de Televisión alertó del problema cuando se contaron con los antecedentes que, en la práctica, un 40% de las candidaturas quedaría fuera de la franja al contar con menos de un segundo para ser distribuido entre 528 postulantes a la Convención Constituyente. Esta advertencia fue recogida por el Ejecutivo y el Legislativo, modificando las reglas poco antes de iniciarse la franja.

Tras estos cambios, el CNTV se preparó para un aumento exponencial de participantes en esta vitrina política, con el ingrediente extra de que estos actores carecían de experiencia en campañas políticas televisivas.

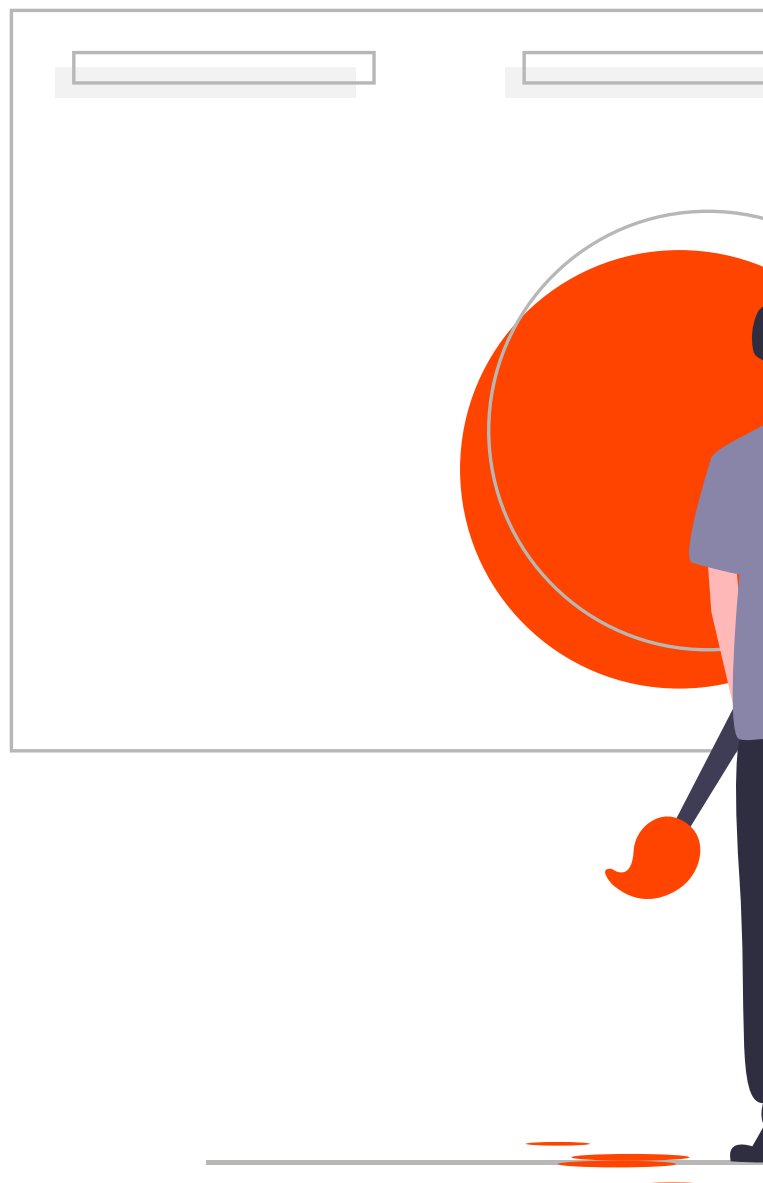
Innovaciones

Para hacer frente a la doble contingencia del carácter único de la Franja Electoral de Convencionales Constituyentes y el contexto de emergencia sanitaria, el CNTV tomó varias medidas.

La primera fue la habilitación de más espacios para la recepción física del material, contando con dos salas de revisión en la sede

de Mar del Plata 2147 y otras dos en la sede Eliodoro Yáñez 2334, ambas en la comuna de Providencia.

Sin embargo, dada las restricciones de desplazamientos a lo largo del país por la pandemia y la existencia de muchas candidaturas de regiones o zonas extremas, entre ellos, la de los pueblos indígenas, se logró un acuerdo con TVN para posibilitar la entrega de material de campaña en las nueve sedes regionales del canal público.



Sin embargo, la incorporación de una alternativa de envío, recepción y revisión de piezas de campaña a través de una plataforma electrónica de TVN es probablemente tanto para el CNTV como para la participación política regional un avance que marcará un antes y un después de esta franja.

En lo operativo, esta plataforma se convirtió en una alternativa que proporcionó más eficiencia, redujo los tiempos de operación, favoreciendo una revisión más específica, con menos distractores.

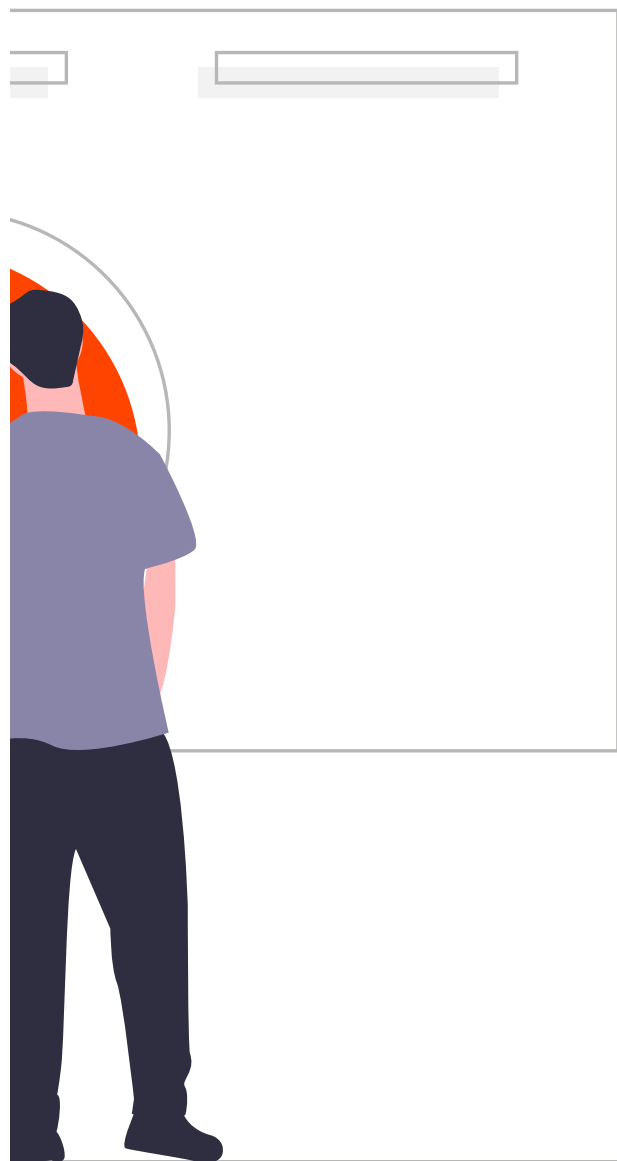
Además, este sistema de entrega digital permitió que se pudiese hacer una revisión secuencial, es decir, que se pudiera examinar el material audiovisual en el orden en que se iba a emitir en la pantalla. Hay que considerar que cuando se hace entrega presencial, la comprobación técnica del material se realiza por orden de llegada y no en el orden en que se transmitirá en la televisión.

Cabe destacar que junto a la distribución de los tiempos de emisión de las candidaturas, el rol más importante que ejerce el CNTV en la franja es la comprobación del cumplimiento de las normas técnicas-audiovisuales del material de la franja electoral, es decir, que esté en condiciones óptimas para su emisión en pantalla.

Desafíos para las franjas venideras

Aunque las próximas franjas de 2021 y 2022 sin duda tendrán un nivel de dificultad menor al de ésta, hay factores que pueden seguir incidiendo en la logística del proceso, como la situación sanitaria o el mayor número de candidaturas.

Cabe destacar que junto a la distribución de los tiempos de emisión de las candidaturas, el rol más importante que ejerce el CNTV en la franja es la comprobación del cumplimiento de las normas técnicas-audiovisuales del material de la franja electoral.



Por ello, para asegurar un flujo controlado y ordenado del proceso es indispensable tomar algunas medidas, las que detallamos a continuación:

- a) Sería adecuado generar un plan maestro de programación diaria que permita prever cualquier eventual dificultad que se presente en el proceso.
- b) Debemos perfeccionar el reglamento técnico que se dicta para cada franja en todo lo relativo al proceso de envío electrónico. Dicho reglamento debe incluir aspectos

técnicos específicos y dejar abierta también la posibilidad de introducir ciertas modificaciones durante el desarrollo de la franja, en respuesta a cambios del entorno. Por ejemplo, en la definición de horarios de atención presencial, debier haber espacio a flexibilidad dependiendo de la contingencia.

- c) Establecer en este reglamento que los pactos o coaliciones presenten material unificado.
- d) Perfeccionar el proceso de recepción electrónica de material audiovisual, dotando de mayor resguardo, trazabilidad y seguridad a éste.



- e) Mejorar el acta de revisión que certifica el proceso de recepción electrónica. Debido a que este documento contiene información para subsanar deficiencias técnicas, consideramos que debiese incluir una pormenorización de los aspectos relevantes de la emisión.
- f) Implementar una instancia interna de divulgación del reglamento e insistir en el conocimiento del mismo por todos los involucrados.

g) Es indispensable contar con un flujo controlado de información, detallando el número de interacciones diarias relativas a la franja.

h) Compilar toda la información relevante del proceso de franja electoral en un manual de procedimiento que sirva de guía para el futuro. En este manual se debiera incluir una guía de ejemplos concretos de dificultades y formas de solución de éstas.

Consideramos que todos estos aspectos pueden incidir en un desarrollo óptimo de la franja.

Debemos perfeccionar el proceso de recepción electrónica de material audiovisual, dotando de mayor resguardo, trazabilidad y seguridad a éste.

También tenemos que mejorar el acta de revisión que certifica el proceso de recepción electrónica.



Participación de candidaturas en la Franja Electoral de Convencionales Constituyentes



2

Una participación diversa

La Franja de la Elección de Convencionales Constituyentes fue un proceso único tanto por el número de participantes como por la heterogeneidad de los mismos.

Los grandes contrastes entre las candidaturas se debe al menos a tres factores: tiempo disponible según tipo de candidatura; experiencia previa en franjas televisivas y origen geográfico de los postulantes.

El tiempo disponible se expresa en tres distintas disposiciones legales. En el caso de los pactos y partidos, la distribución de los mismos en el espacio de propaganda electoral se hace en virtud de la ley 18.700 de Votaciones Populares y Escrutinios, la que distribuyó el tiempo de 23 partidos políticos.

Los pueblos indígenas, por otro lado, tuvieron una franja exclusiva tras la reforma constitucional (Ley N° 21.298 del 23 de diciembre de 2020) y en este espacio podían participar 95 postulantes para estos escaños reservados, muchos de los cuales se agruparon en listas para hacer un uso más eficiente de su tiempo en pantalla.

En el caso de las candidaturas independientes, la ley 21.315 del 6 de marzo de 2020, otorgó un segundo a cada candidato independiente en lista de candidatos independientes o fuera de ella, distribuidos a cada candidato en partes iguales.

En el caso de las candidaturas independientes se dieron dos casos distintos. Por un lado, muchos postulantes se asociaron con candidaturas afines y suscribieron listas de independientes. Según los registros del CNTV, hubo 73 listas de este tipo, que concentraron a 508 candidaturas.

Por otro lado, hubo independientes sin asociación con otros, los que totalizaron 20 postulantes.

Respecto de la experiencia previa, esta característica produjo una serie de efectos que dificultaron el proceso tanto para las candidaturas como para el equipo técnico del CNTV.

Primero, las candidaturas registraron tasas altas de rechazo de material debido a la inobservancia de las normas técnicas, lo que se puede explicar por una incomprensión de las mismas o falta de los conocimientos audiovisuales necesarios para cumplirlas. Las tasas de rechazo fueron mayores en el caso de los pueblos indígenas e independientes, tendencia que se mantuvo durante toda la franja.

La implementación del sistema de envío remoto (el 13 de marzo de 2021) y la disponibilidad de sedes regionales de Televisión Nacional, facilitó la entrega de material, en especial de postulantes de pueblos indígenas.

Debido a ello, la participación fue aumentando conforme pasó el tiempo de la franja (Gráfico 1). Para el último día de emisión de la franja, se

encontraba en emisión el 100% de los partidos, el 58,95% de los candidatos de Pueblos Originarios y el 56,16% de las listas de candidatos independientes, las que representan al 84,66% de los candidatos Independientes.

Respecto del origen geográfico de las candidaturas, en aquellos postulantes de zonas extremas o aisladas, hubo mayor dificultad en la entrega del material por problemas de conectividad de Internet. En algunos casos muy concretos, las candidaturas se restaron de participar en una franja de carácter nacional estimando que su público objetivo se circunscribía al ámbito regional o local.

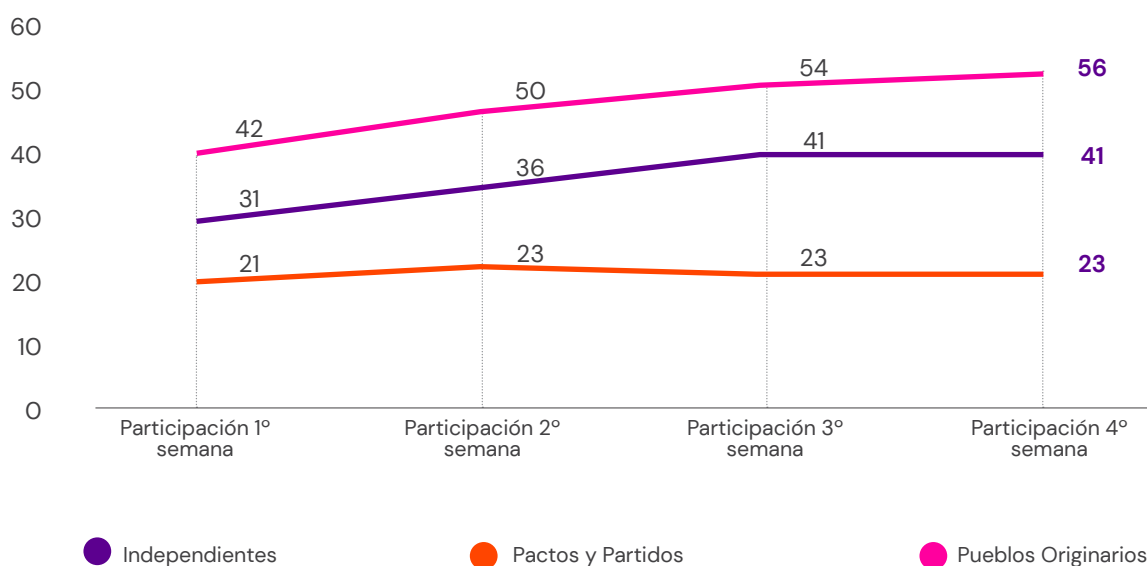
A continuación, entregamos el detalle de los niveles de participación en la franja:

Participación según tipos de candidaturas

1. Pactos y partidos políticos

Un total de 750 candidaturas participaron en la

LISTAS APROBADAS EN FRANJA PARA EL FIN DE CADA SEMANA



franja a través de 23 pactos y partidos políticos. En la primera semana, de los 23 partidos y pactos, 21 presentaron material. En la segunda semana la totalidad de éstos participó en la franja.

2. Pueblos indígenas

Los postulantes a escaños reservados para pueblos originarios fueron quienes más utilizaron la plataforma digital para el envío de material para la franja. Aún así, 36 de los 95 candidatos pertenecientes a pueblos originarios no presentó propaganda. Cabe destacar que los pueblos Kawashkar, Rapa Nui y Yagán- o Yámana- no tuvieron ningún candidato que presentara material para ser emitido en la franja.

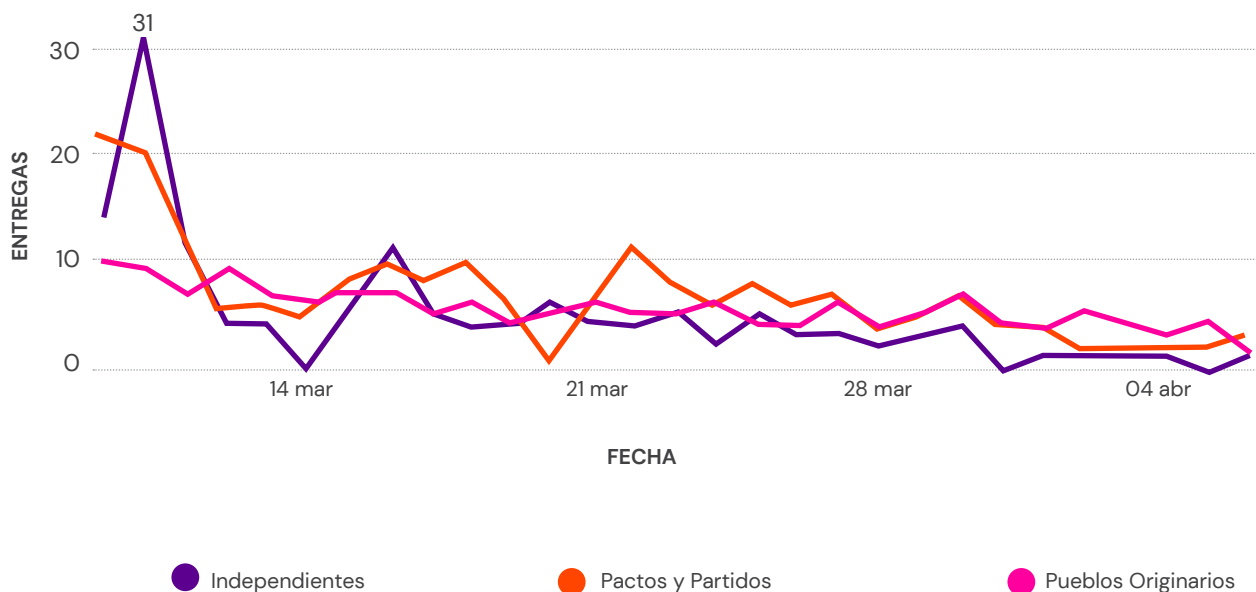
Al consultarles directamente a los candidaturas por las razones para no participar del espacio televisivo, éstos declararon que se debió a:

- Dificultades tecnológicas, tales como, deficiente conectividad e Internet, falta de expertos audiovisuales y herramientas técnicas.
- Desinterés en participar en una franja de carácter nacional cuando el electorado de interés está circunscrito en un área geográfica determinada.
- Falta de recursos económicos para solventar grabaciones y/o envíos.

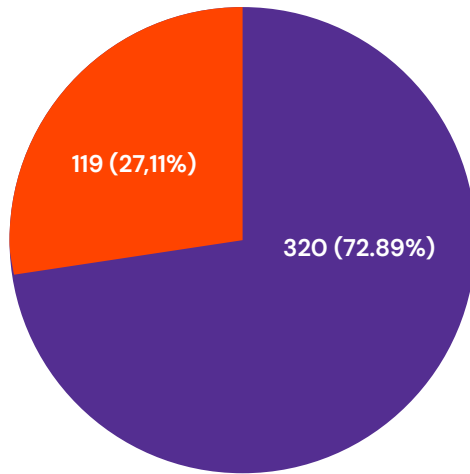
3. Independientes

De un total de 73 listas de candidaturas Independientes, hubo sólo ocho de ellas que no presentaron material para ser emitido en la franja, representando en total a 35 candidaturas. En tanto, de aquellos 20 Independientes no pertenecientes a listas listas, sólo siete presentaron material para ser emitido en la franja.

ENTREGAS DIARIAS DE LISTAS DE CANDIDATOS POR GRUPOS DE FRANJA

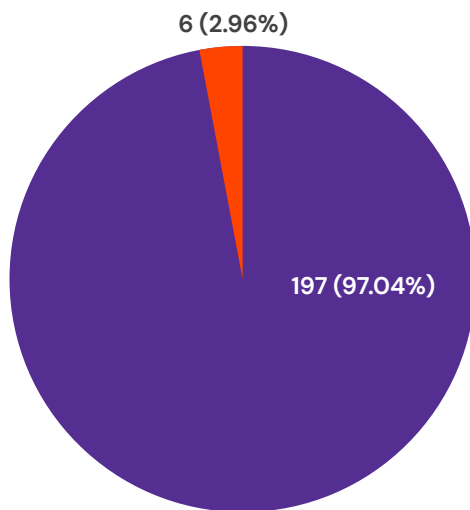


VIDEOS DE INDEPENDIENTES ENTREGADOS PRESENCIALMENTE Y A TRAVÉS DEL SERVIDOR DE TVN



- Clips entregados presencialmente
- Clips entregados vía servidor de TVN

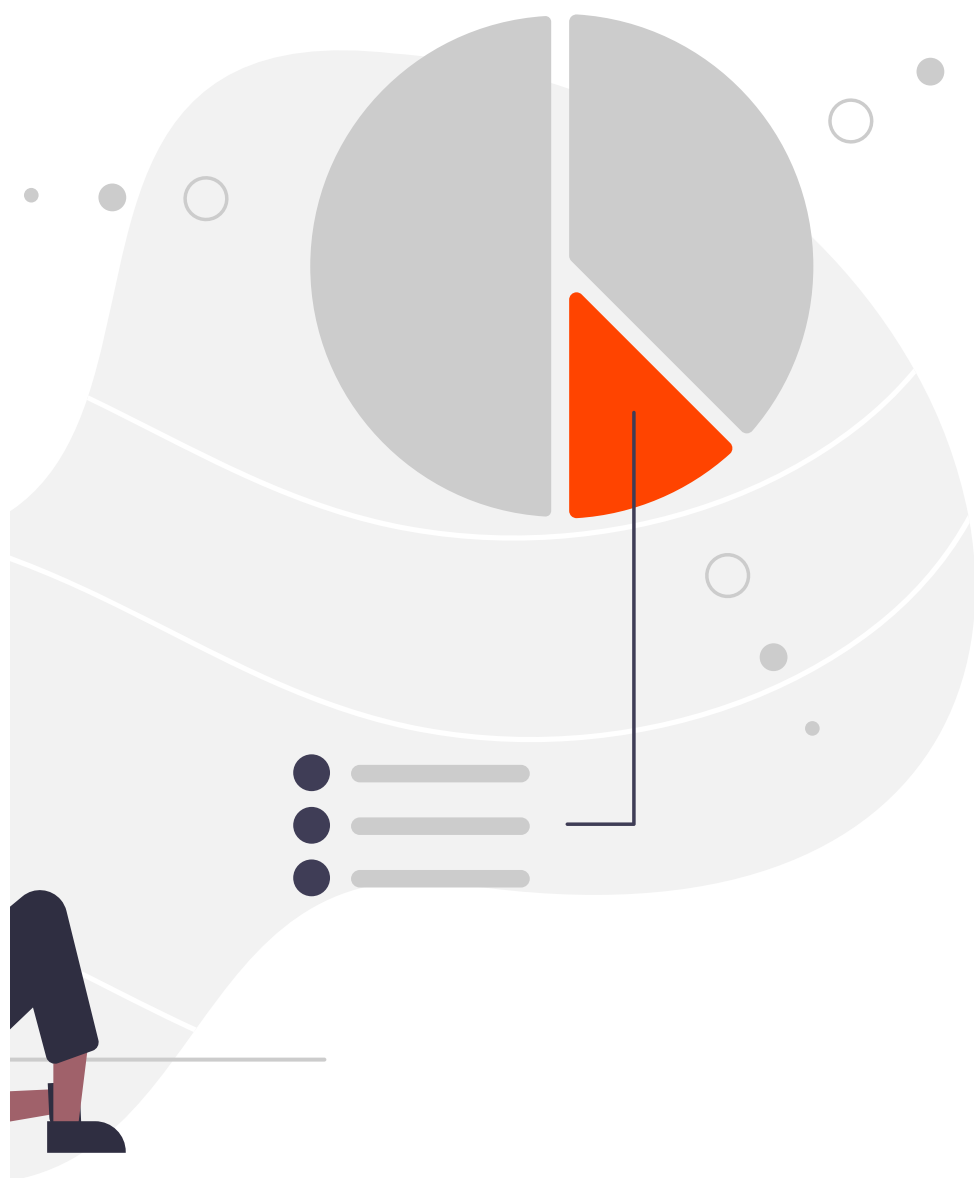
VIDEOS ENTREGADOS PRESENCIALMENTE Y A TRAVÉS DEL SERVIDOR DE TVN POR PACTOS Y PARTIDOS



- Clips entregados presencialmente
- Clips entregados vía servidor de TVN



A diferencia de los candidatos independientes y de los candidatos de pueblos originarios, los candidatos de pactos y partidos siguieron prefiriendo la entrega presencial de material, sólo la lista de **Ciudadanos Cristianos** realizó entregas mediante el servidor de TVN durante dos días.



Impacto de la plataforma digital Televisión Nacional en la franja

La plataforma de TVN comenzó a estar disponible el 13 de marzo para las entregas de material online por parte de los candidatos, lo que fue un proceso mucho más eficiente que el de entrega presencial.

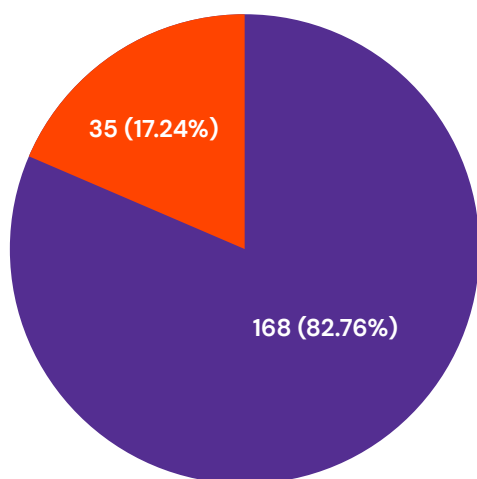
En el gráfico superior se puede observar que a medida transcurrían los días, los candidatos independientes de a poco comenzaron a optar por la entrega de material vía online.

1.- Pactos y Partidos Políticos

En el caso de los partidos políticos, se puede observar que el primer día de entrega de material, 1 de los 9 videos entregados fue aprobado, lo que no se repitió por el resto de la franja, ya que, al poseer mayor experiencia en relación a la franja con respecto a los otros grupos de candidatos, tienen un mayor porcentaje de aprobación de su material entregado, sólo el 17,24% de sus videos entregados fue rechazado.



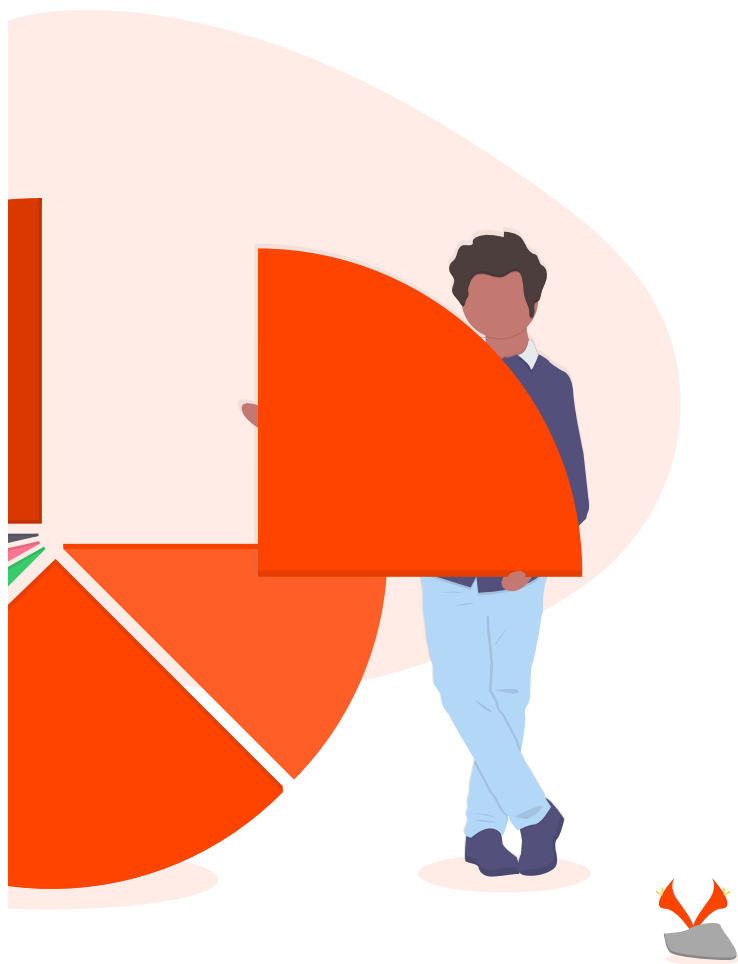
APROBACIÓN DE VIDEOS ENTREGADOS POR PACTOS Y PARTIDOS



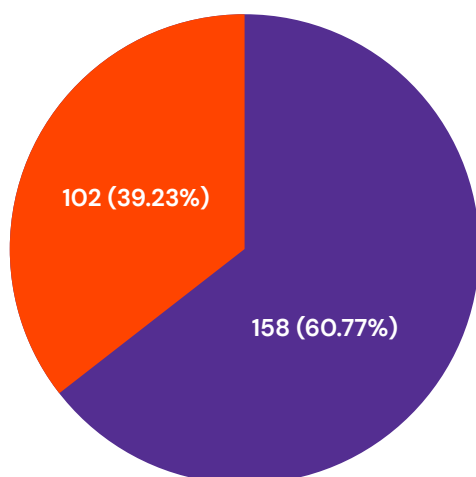
- Clips de videos aprobados
- Clips de videos rechazados

2.- Pueblos Indígenas

Para la segunda mitad del periodo en que se recibió material para ser emitido en la franja, disminuyó considerablemente el flujo de entregas por parte de los candidatos de pueblos originarios y para los últimos 7 días, la cantidad de videos entregados disminuyó aún más, recibiendo una entrega al día. El porcentaje de clips de videos rechazados de candidatos independientes y de pueblos originarios es muy similar, rondando el 40%. Para la segunda mitad del periodo de entrega de material, los candidatos de pueblos indígenas comenzaron a realizar la mayoría de sus entregas mediante el servidor de TVN.



APROBACIÓN DE VIDEOS ENTREGADOS POR CANDIDATOS DE PUEBLOS ORIGINARIOS

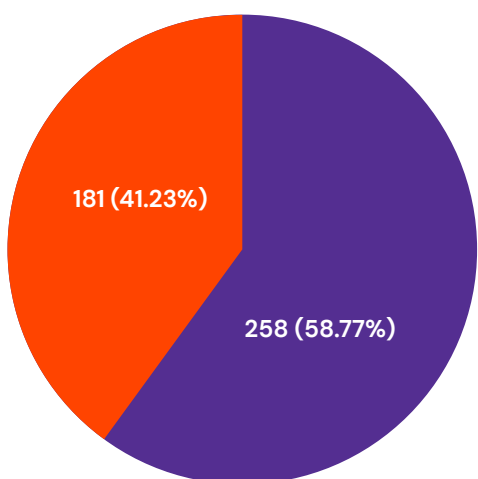


- Clips de videos aprobados
- Clips de videos rechazados

3.- Independientes

De los 439 clips de videos entregados por candidatos independientes, el 58,7% fue aprobado. Algunas de las causas más comunes de rechazo fueron que los candidatos no presentaban lenguas de señas, problemas con el nivel de audio, exceso de nivel de blanco o formatos de archivos irreproducibles. Antes del inicio de las entregas de material, CNTV entregó a los candidatos las especificaciones técnicas para las entregas, sin embargo, pocos se guiaron por estas indicaciones.

APROBACIÓN DE VIDEOS ENTREGADOS POR CANDIDATOS INDEPENDIENTES



- Clips de videos aprobados
- Clips de videos rechazados



La implementación del sistema de envío remoto facilitó la entrega de material, en especial para las candidaturas de pueblos indígenas. Debido a ello, la participación fue aumentando en el transcurso del tiempo. En la última semana, se encontraron en emisión el **100% de los partidos, el 58,95 de los pueblos indígenas, y el 84,66% de las candidaturas independientes.**

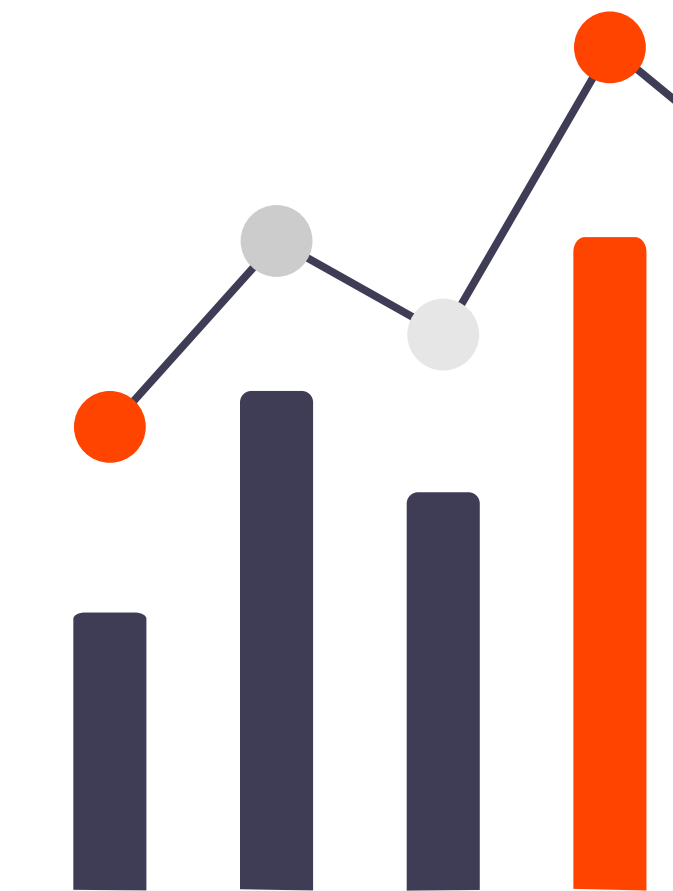


Duración de la Franja Electoral de Convencionales Constituyentes

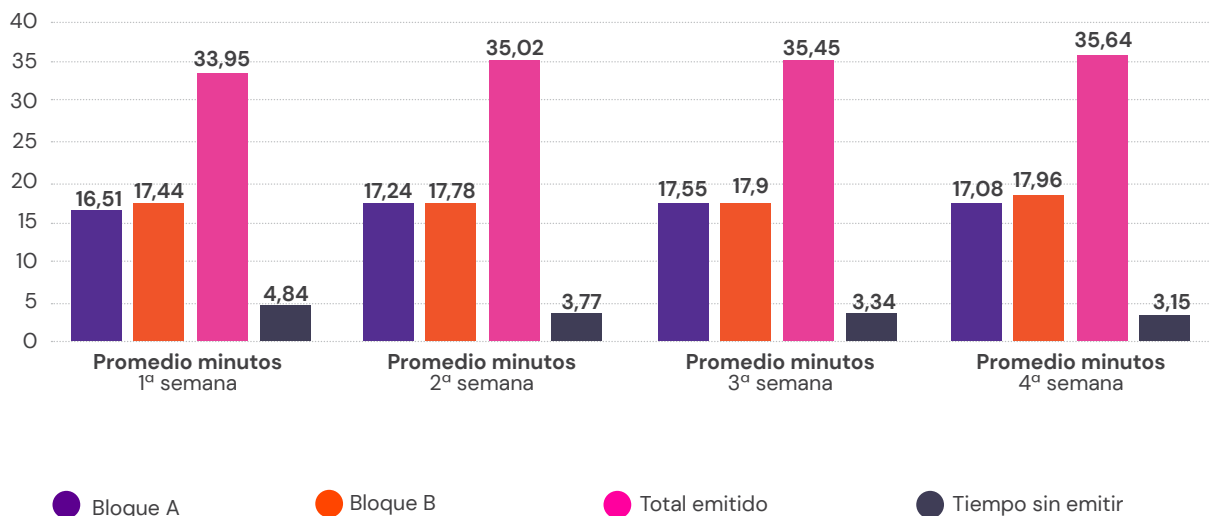
Uno de los desafíos de la pasada franja electoral fue que, producto de la cantidad de participantes, la heterogeneidad del tiempo disponible, la participación efectiva de los candidatos y candidatas en este espacio de propaganda y la asimétrica proporción de material aprobado y rechazado según tipo de candidaturas, la duración de cada emisión varió diariamente.

Cabe señalar que para efectos de poder distribuir mejor los tiempos en bloques horarios de similar extensión, el tiempo de los partidos políticos y pactos (el grupo con más minutos, segundos y cuadros) se dividió el total de candidaturas en dos bloques de duración equivalente, que fueron apareciendo alternadamente en el horario de 12:45 y 20:45.

Así, aunque le ley dispuso que la franja tendría una duración de 38 minutos y 48 segundos, en la práctica fue menor.



PROMEDIO DE MINUTOS DE EMISIÓN DE FRANJA APROBADOS SEMANALMENTE



Del gráfico anterior se puede desprender que **al final de la primera semana de franja, ya se había aprobado material de candidatos** que les correspondía 33 minutos con 57 segundos diarios, siendo un **87,5% del tiempo diario** que podía durar la franja.

Para el **último día de emisión, se tenía aprobado lo correspondiente a 35 minutos con 38 segundos**, lo que es el **91,9% del tiempo diario máximo que podía durar la franja.**



En la siguiente tabla se puede apreciar el promedio de minutos de emisión aprobado y sin aprobar semanalmente y por cada bloque que se alternaba para ser emitido en dos horarios distintos.

Bloque	1° semana	2° semana	3° semana	4° semana
	Promedio minutos	Promedio minutos	Promedio minutos	Promedio minutos
Bloque A	16,51	17,24	17,55	17,68
Bloque B	17,44	17,78	17,9	17,96
Total emitido	33,95	35,02	35,45	35,64
Tiempo sin emitir	4,84	3,77	3,34	3,15
% Tiempo aprobado	87,5%	90,3%	91,4%	91,9%

La Franja Electoral vista desde sus audiencias



3



La Franja Electoral de Convencionales Constituyentes se emitió en dos períodos distintos, ya que fue suspendida por la emergencia sanitaria que obligó a postergar las elecciones. El primero de estos períodos va desde el 12 de marzo al 6 de abril, sumando 26 días de emisión. El segundo tiempo transcurre entre el 12 y 13 de mayo, sumando dos días. Ambos períodos tuvieron una buena recepción en la ciudadanía, tanto en términos de visionado como de valoración.

A través de una encuesta encargada a la consultora Ipsos y de datos del People Meter de Kantar Ibope Media, se realizó un estudio para medir el impacto de la franja en la opinión pública. Hay que considerar que todas las mediciones del CNTV muestran un gran interés de la ciudadanía en el proceso constituyente, lo que se refleja en un rating alto tanto en la franja del plebiscito del 20 de octubre de 2020 como de las elecciones de Convencionales Constituyentes (15 y 16 de mayo 2021).

Respecto de este último proceso, el estudio Ipsos_CNTV revela la valoración que tiene el rol público de la televisión como medio de comunicación en eventos de alta connotación pública. En un contexto de multiplicidad de medios y tecnologías de comunicación, la televisión sigue siendo el gran referente informativo.

En el siguiente esquema podemos ver programas televisivos mencionados por las audiencias a la hora de informarse sobre esta elección.

MEJORES PROGRAMAS DE TV PARA INFORMARSE

PROGRAMAS
DE DEBATE O
CONVERSACIÓN

45%



NINGUNO, NO
INFORMO POR
TELEVISIÓN

14%

FRANJA ELECTORAL

7%

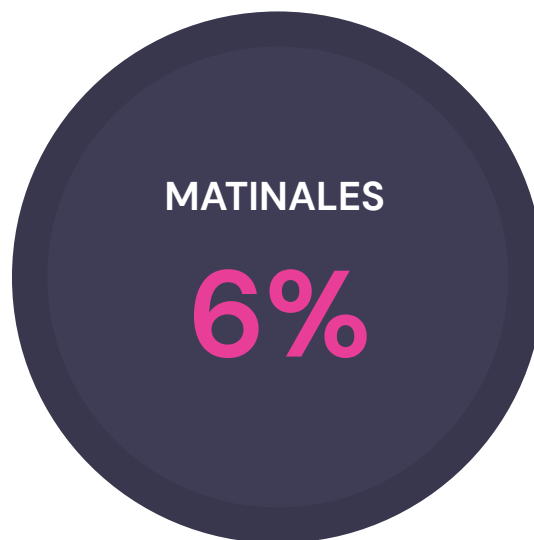
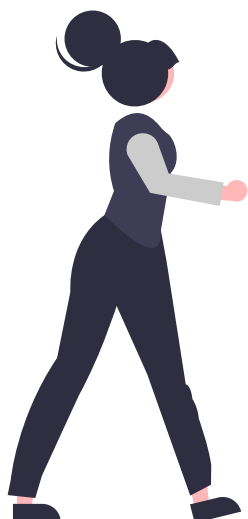


ENT

1



SE SOBRE LA ELECCIÓN (PRIMERA MENCIÓN)

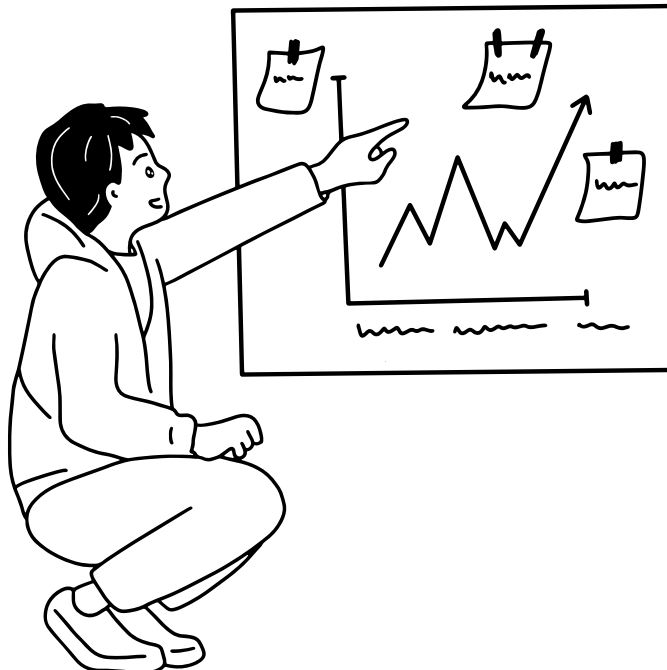




El interés de este proceso electoral, tiene también un efecto en el interés por ver las Franjas Televisivas tanto del año 2020 (Plebiscito) como la del 2021 (Convención).



La propaganda emitida previa elección de convencionales constituyentes, un 68% de las personas declara haberla visto y un 57% afirma que es importante que la televisión transmita este espacio.



Según datos de la franja tuvo un bloque de las 12: horas, lo que da que tuvo esta pr candidaturas, y de los contenido

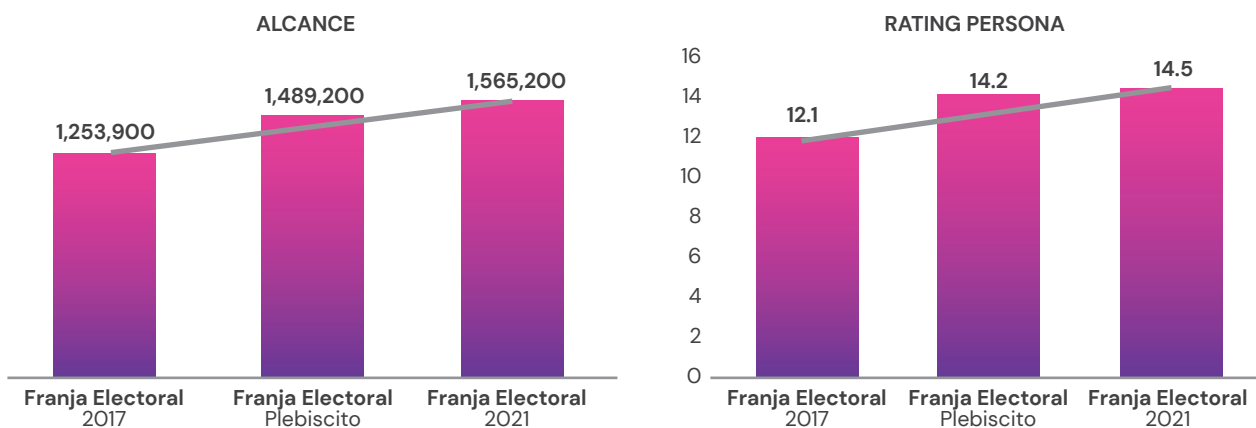
Si comparamos el rating como el alcance bruto de las franjas electorales entre el 2017 y 2021, podemos apreciar un crecimiento importante en ambos aspectos como se observa en el gráfico (pág.30). Entre la primera y la última aumenta un 24% el número de personas que vieron al menos un minuto. El rating sube 2 puntos.



rating entregados por Kantar Ibope, rating promedio de 20 puntos en el 45 horas y 30 puntos en el de las 20:45 cuenta del impacto comunicacional propaganda histórica, con 1.373 la alta expectativa que había respecto os.

”

AUDIENCIAS DE 3 ÚLTIMAS FRANJAS ELECTORALES HORARIO PRIME

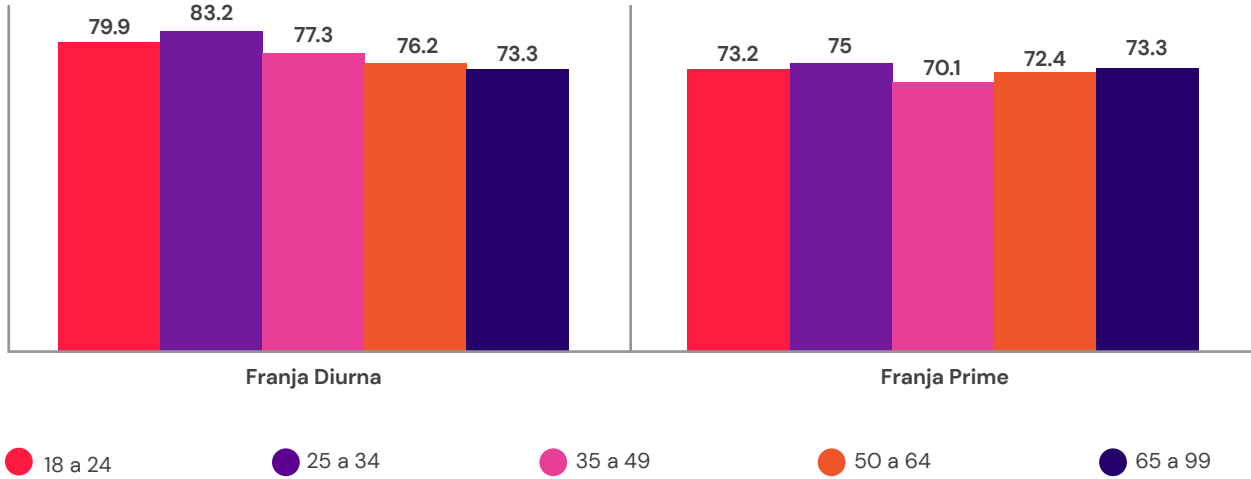


Otro aspecto a destacar es la **alta fidelidad alcanzada en la reciente franja**, es decir la permanencia en pantalla de los telespectadores y **principalmente de los jóvenes**. En horario diurno se trata del segmento de **18 a 49 años, en torno al 80%**.

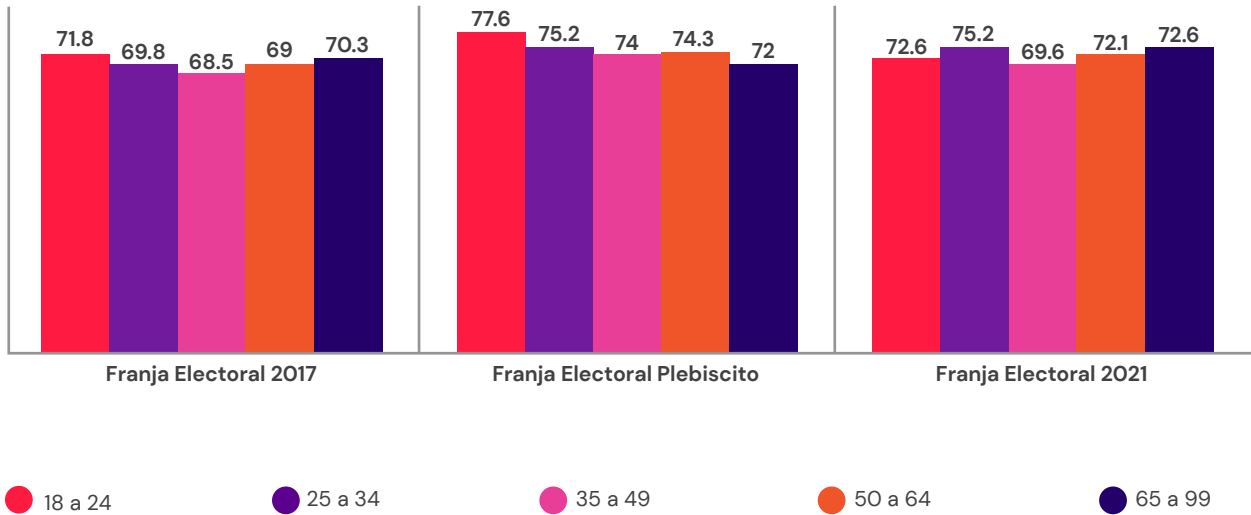
En horario prime, destacan los jóvenes de 18 a 34 años, en torno al 75%.

Podemos apreciar también que la permanencia en pantalla fue, en general, más alta en las franjas de las elecciones constitucionales que en la elección presidencial y parlamentaria de 2017.

FIDELIDAD HACIA LA FRANJA POR TRAMOS DE EDAD




FIDELIDAD POR EDAD 3 ÚLTIMAS FRANJAS PRIME (%)



DATOS GENERALES DE CONS

FUENTE: KANTAR IBOPE MEDIA. People Meter.




ALCANCE:
en promedio, **968.800**
personas vieron al menos
un minuto de la franja
diurna. En horario de alta
audiencia, este número
llegó a **1.565.200**
personas.


The infographic features two large dark blue circles containing text. The top circle is connected to a stylized human figure in a dark suit standing on an orange circle. The bottom circle is connected to a stylized human figure in an orange top and dark pants sitting on the ground. A grey line connects the two circles, with an orange circle at its midpoint. To the right, a partial view of a person sitting and using a smartphone is visible.

**PEAK RATING
HOGARES:**
40,7 puntos en horario
prime y **29,8** puntos en
horario diurno.

SUMMO DE LA FRANJA 2021



RATING HOGARES:
35,1 puntos de rating promedio hogares en horario prime y **23,7** en horario diurno.



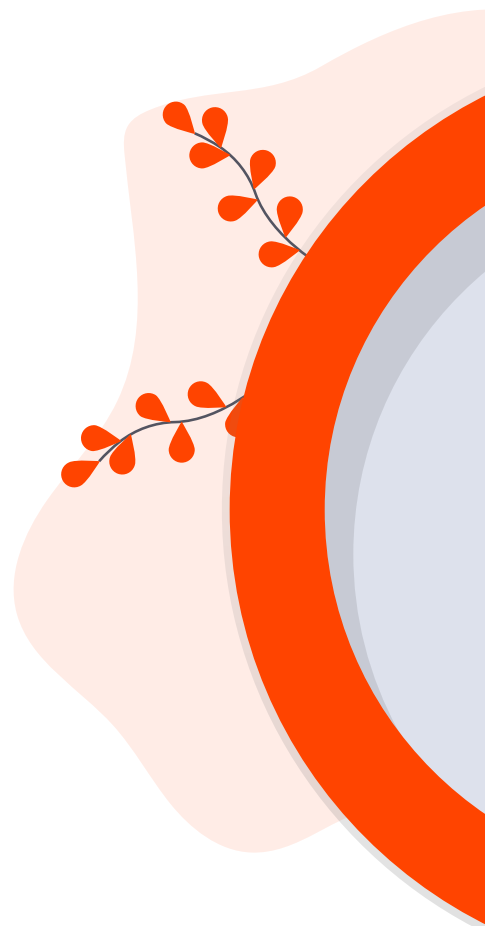
FIDELIDAD:
la franja diurna fue vista el **77%** de su tiempo total, mientras que la franja prime se vio un **72%**.

Evaluación de la Franja

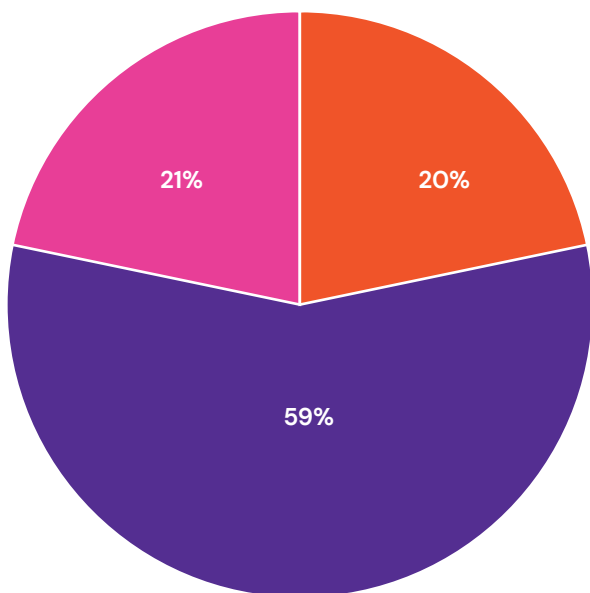
A la hora de hacer una evaluación de la franja televisiva, la encuesta Ipsos- CNTV revela que existe un amplio acuerdo sobre la importancia de que la televisión entregue este espacio. Un 57% de la audiencia dicen estar “muy de acuerdo” de que se emita y un 47% señala que la propaganda es útil para motivar a las personas a ir a votar.

En cuanto a los contenidos emitidos en la franja, existe una baja evaluación por los encuestados. Un 38% dice que “no hay mucha claridad en los mensajes por parte de las candidaturas”.

En relación a la distribución del tiempo de la propaganda electoral, un 59% dice que estos deberían distribuirse de otra forma. De ese porcentaje, un 94% dice que las candidaturas independientes deberían tener más tiempo como así también la de los pueblos originarios.



EVALUACIÓN DE DISTRIBUCIÓN DE TIEMPO



- Los tiempos asignados están bien tal como están.
- Los tiempos deberían distribuirse de otra manera.
- No sabe.



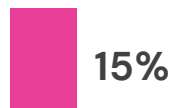
Las candidaturas independientes deberían tener más tiempo



Las candidaturas de pueblos originarios deberían tener más tiempo



Las candidaturas de partidos políticos deberían tener más tiempo



Impacto en medios de comunicación y Twitter



4

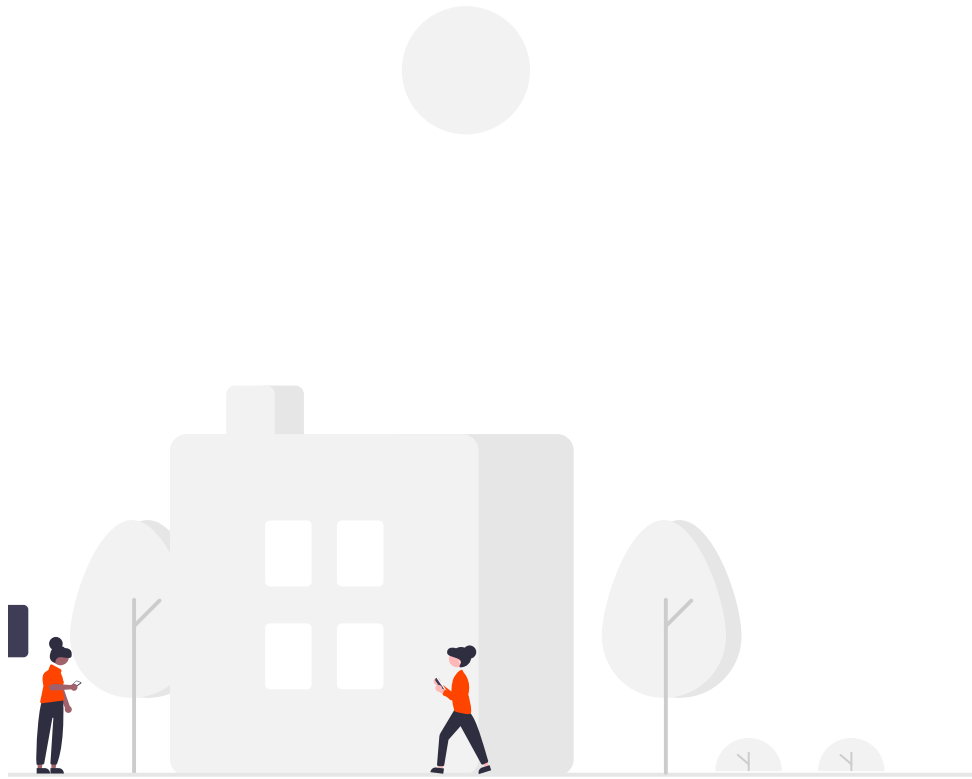


Hitos comunicacionales

La Franja Electoral de Convencionales Constituyentes **alimentó un intenso debate político y comunicacional.**

Uno de los temas más relevantes fue el **espacio de las candidaturas independientes en el espacio de propaganda televisiva** y luego, los contenidos emitidos durante la Franja.





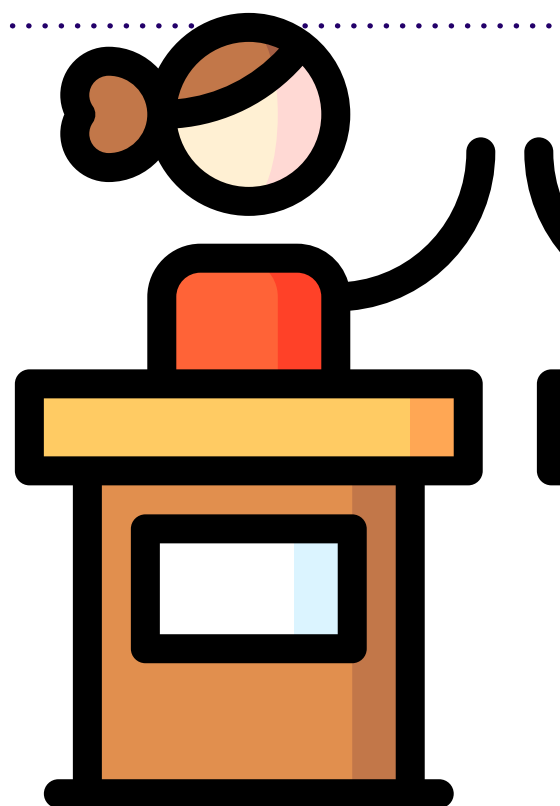
Debates públicos relevantes

El **proceso de la franja electoral de convencionales** concentró la pauta de los medios de comunicación en tres debates centrales:

Debate 1: Tiempo de las candidaturas independientes.

Debate 2: Contenidos de la franja electoral.

Debate 3: Tiempos de las candidaturas independientes.



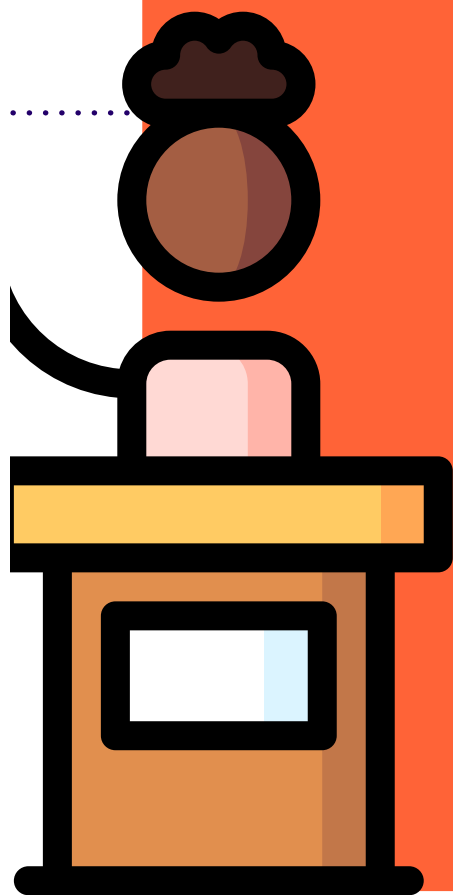
Debate 1

El tiempo que por ley les correspondía a las candidaturas independientes, donde 528 candidaturas se disputaban 0,1 segundos, emergió como noticia a fines de enero, siguió durante febrero e inicios de marzo.

Las candidaturas independientes presionaron en tres etapas: bajar barreras política de inscripción de candidaturas a la Convención Constituyente, lograr financiamiento y obtener tiempo en la franja televisiva. Esta última etapa se desarrolló entre enero y febrero de 2021.

Finalmente, el 6 de marzo se publicó en Diario Oficial Reforma Constitucional que entregó tiempo a independientes, 3 días antes del inicio de entrega de material.

Este debate demandó al Consejo Nacional de Televisión una acción rápida a fin de implementar los cambios. En términos comunicacionales, la institución informó sobre las consecuencias de la Reforma Constitucional que asignó tiempo a las candidaturas independientes.



Debate 2

Los contenidos polémicos provenientes de una lista de candidaturas independientes –mención al Presidente de la República; utilización de menores; de audio de menor institucionalizado, entre otros– generaron un debate en medios sobre qué mensajes son apropiados para este espacio de propaganda política.

El CNTV, en voz de su presidenta María Carolina Cuevas, explicó en diferentes medios que los contenidos son responsabilidad de las candidaturas. Para aquellos que participan regularmente en las franjas electorales como las candidaturas de partidos políticos, esta información ha sido entregada periódicamente, aunque para los postulantes más noveles como pueblos indígenas o independientes, esta normativa puede resultar más desconocida. No obstante, en esta ocasión, se evidenció un escaso conocimiento de esta disposición en todo tipo de candidaturas.

La institución insistió en la carencia de atribuciones para regular los contenidos de la franja e hizo un llamado a los incumbentes en el proceso a adoptar buenas prácticas que garanticen estándares mínimos, en temas de consenso transversal y en los cuales incluso el Estado de Chile ha suscrito convenios internacionales, como la protección de niños, niñas y adolescentes frente a mensajes que potencialmente sean dañinos para ellos.

11
Fraj

Mo

13.03

“Festinan con la
supuesta muerte c
Presidente Sebasti
Piñera”

“At
de
dere
el p
valor

DENUNCIAS

5 denuncias recibidas por
franja de "La Lista del Pueblo".
Todas desestimadas.

Objetivos de las denuncias

15.03

"Utilización de un menor
de edad haciendo
gestos obscenos y
proclamas políticas"

"Se incita al odio,
promueve la división
de los chilenos, la
alteración de la paz
y el orden público,
estigmatizando a
grupos sociales".

tenta contra la
democracia, los
derechos humanos,
pluralismo y los
valores de la nación".

"Promueve la
violencia".

Debate 3

Modernización de las Franjas Televisivas.

La presidenta del CNTV, María Carolina Cuevas, al hacer un balance del proceso, manifestó el interés de la institución en mejorar el espacio de propaganda televisiva de cara a las futuras franjas.

Este perfeccionamiento pasa por mantener innovaciones hechas para en esta ocasión, introducir otras y establecer un trabajo colaborativo con los distintos actores que participan en las diferentes instancias relacionadas a las campañas electorales para buscar espacios de mejoras.

Carolina Cuevas se refiere a los 26 días de propaganda electoral en TV

Presidenta del CNTV sobre la franja: “La ciudadanía merecía más información, más claridad en los mensajes”

Las palabras de la encargada del Consejo Nacional de Televisión se vinculan con un sondeo solicitado por el organismo en el que se midió, entre otras, la “claridad” de los mensajes puestos al aire por los candidatos.



Impacto de la Franja Electoral en Redes Sociales: Twitter

El Consejo Nacional de Televisión (CNTV) hizo uso del hashtag #FranjaElectoral en la red social Twitter durante el proceso de propaganda electoral televisiva, que abarcó desde el viernes 05 de marzo –con los primeros anuncios referentes a este tema– hasta el viernes 09 de abril como consecuencias de la Reforma Constitucional que modificó su fecha de término.

Este hashtag coincidió con el utilizado por los usuarios de la plataforma el primer día de emisión – 12 de marzo– para referirse a este espacio televisivo. Debido a esto, el CNTV analizó su uso desde el 12 de marzo hasta el 07 de abril; los 26 días que duró la franja electoral, para identificar el impacto de las transmisiones en el debate en la red social.

Los resultados del análisis indican que el hashtag #FranjaElectoral tuvo al menos 10 mil tuits totales durante este periodo incluyendo retuits (réplicas) y tuits de contribuidores, es decir, tuits replicados utilizando este término que generaron que las publicaciones originales alcanzaran a más usuarios.

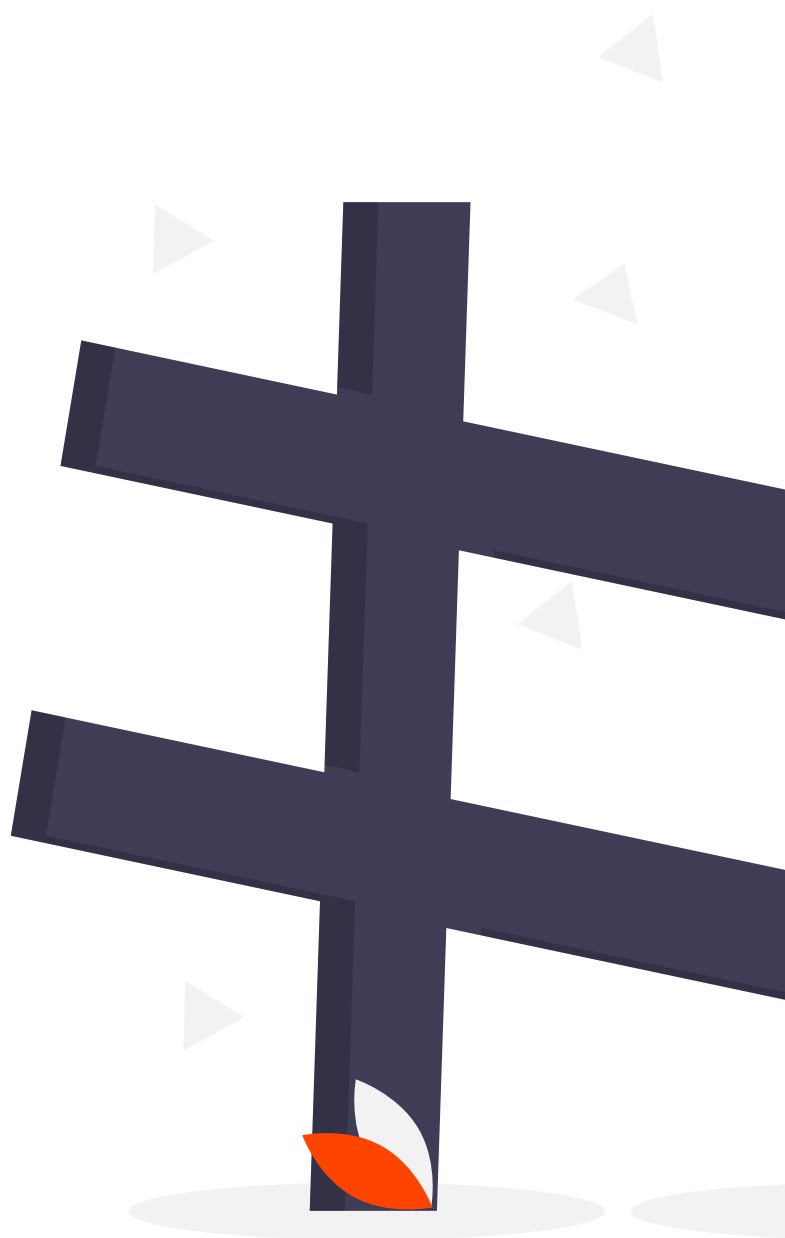


Si consideramos que un tema en específico puede volverse tendencia –trending topic– con un rango entre 5 mil a 20 mil o incluso, 40 mil tuits diarios, el hashtag #FranjaElectoral tuvo un total bajo. Sin embargo, esto no quiere decir que la transmisión de propaganda electoral y la discusión en torno a ella haya tenido baja visibilidad o repercusión.

El análisis revela que a partir del sábado 13 de marzo el uso de este hashtag en particular estuvo concentrado en fechas específicas marcando peaks importantes manteniéndose bajo en otros periodos, no obstante, surgieron otros hashtag que se volvieron habituales y que aglutinaron el debate respecto a la franja electoral, tales como #MurióPiñera, #FranjadelPueblo #ListadelPueblo #independientes #ElPeorGobiernodelaHistoria, entre otros. Dado esto, se deduce que esta vitrina política suscitó polémicas en torno a hitos concretos que aumentaron su impacto comunicacional en la opinión pública.

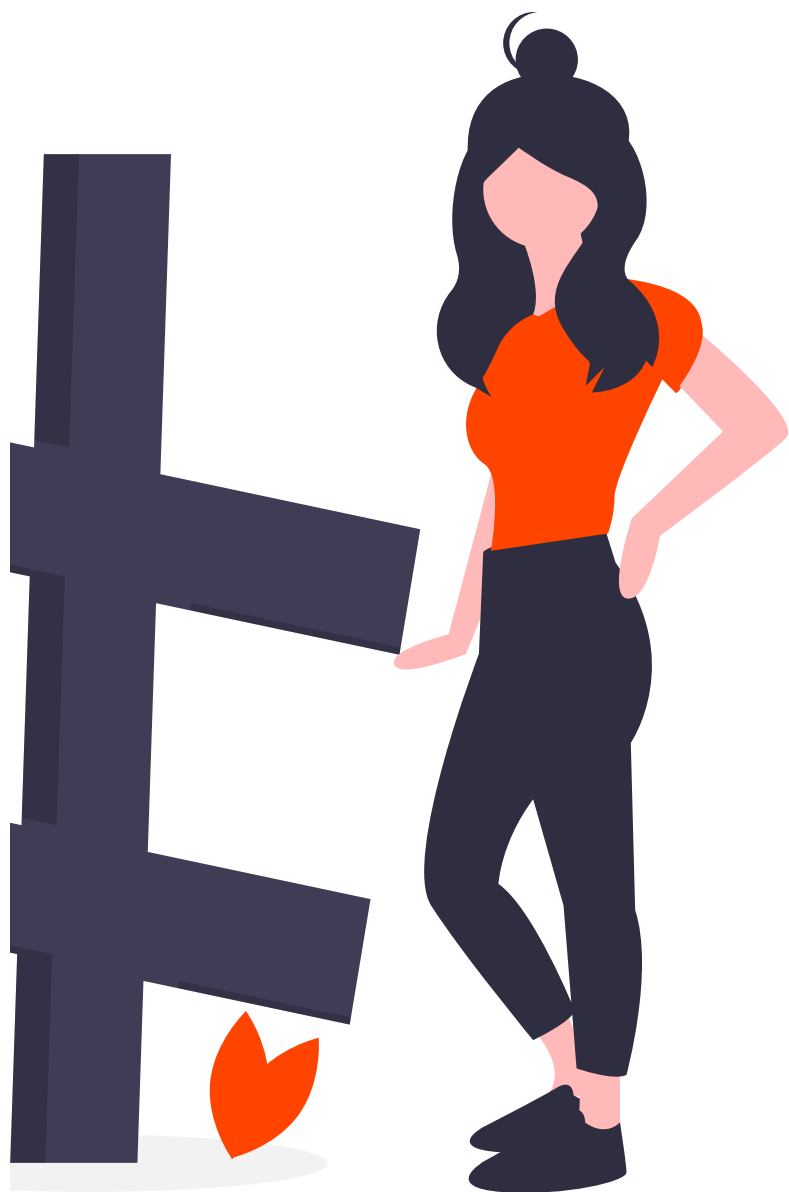
Actividad del hashtag #FranjaElectoral

En su primer día de emisión, el viernes 12 de marzo, el hashtag #FranjaElectoral se convirtió en tendencia –o trending topic– alternándose entre el sexto y cuarto lugar de la lista. Durante los 26 días de emisión de la propaganda electoral televisiva se registraron ocho polémicas que aumentaron el uso del hashtag #FranjaElectoral en la plataforma, marcando dos de ellas peaks relevantes; la emisión de la franja de la Lista del Pueblo el sábado 13 de marzo que entre sus principales mensajes daba por muerto al presidente de la República, y la publicación de la resolución del Consejo Nacional de Televisión el jueves 25 de marzo respecto a las críticas derivadas de los contenidos emitidos por esta lista de candidaturas.



A continuación se detallan los hitos asociados a los principales peaks con el uso del hashtag #FranjaElectoral y debate en esta red social:

1. Franja de la Lista del Pueblo que habla de la muerte del presidente Sebastián Piñera.
2. Franja de la Lista del Pueblo con la aparición de un niño haciendo un truco de magia con contenido ofensivo.
3. Balance del rating de la primera semana de franja electoral.
4. Franja de la Lista del Pueblo con imágenes del ex ministro del Interior, Gonzalo Blumel sangrando y del presidente Sebastián Piñera apostando en el casino.
5. Interpelación de los usuarios a CNTV para regular, filtrar y sancionar los contenidos de las franjas electorales.
6. Resolución del CNTV por contenidos de la Lista del Pueblo en la que señala no tener atribuciones sancionatorias y haciendo un llamado a las candidaturas hacer uso responsable de este espacio televisivo.
7. Franja Lista del Pueblo utiliza audio de menor víctima de violencia a cuidado del Servicio Nacional de Menores.
8. Anuncio del aplazamiento de las elecciones por crisis sanitaria por Covid 19.



Ejes discursivos del hashtag #FranjaElectoral

El principal eje tiene que ver con los contenidos emitidos. El debate en la plataforma se concentró en lo que se calificó como material audiovisual confuso y deficiente para un proceso electoral altamente valorado por la ciudadanía y que no cumplía con las expectativas que se habían sembrado en la opinión pública. Junto con esto, el discurso apuntó a destacar el uso de recursos considerados violentos y que vulneran la dignidad de las personas.

En segundo lugar, se encuentran los mensajes exigiendo al CNTV la revisión editorial de los contenidos de las propagandas y cuestionando sus atribuciones para filtrar, manipular y/o sancionarlos, que demostraron la falta de conocimiento de la normativa legal del proceso electoral a modo transversal. Le sigue la distribución de los tiempos de las candidaturas, considerada desproporcionada e injusta y que, en particular, fue un tema recurrente en las semanas previas al inicio de la franja electoral.

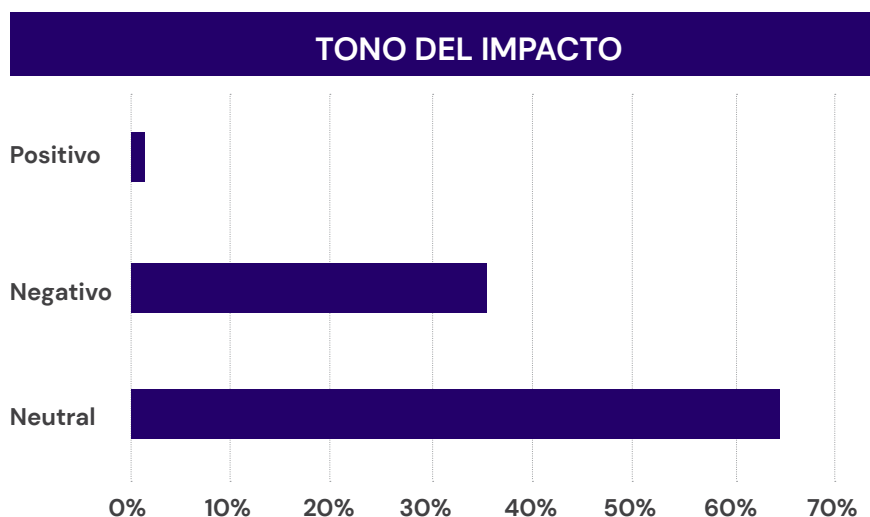
Finalmente, el uso que se le dio a este espacio televisivo para visibilizar a actores políticos pertenecientes a otros procesos electorarios,

también fue un eje importante en el debate público, además de los supuestos errores del CNTV en el manejo del material audiovisual, aunque en menor medida.

Tono de las publicaciones

Los resultados respecto al tono de los mensajes asociados al hashtag #FranjaElectoral muestran que éste fue principalmente neutral, con un 64% de los tuits en esta línea, con publicaciones críticas del proceso que planteaban interrogantes sobre el mismo. Le siguen los tuits en tono negativo, con un 35%, muy por sobre el 1% de publicaciones positivas, lo cual está relacionado a los ejes discursivos que predominaron durante el periodo de transmisión de este espacio televisivo.

En la primera semana de emisión de la franja electoral se evidenció la desinformación respecto de las funciones del CNTV en el proceso electoral, tanto de los usuarios de la sociedad civil como de actores políticos y representantes de medios de comunicación, lo cual tuvo en consecuencia el aumento de las publicaciones con tono neutrales con preguntas respecto de las facultades sancionatorias de la entidad.



CNTV

TV

CNTV

CNTV

CNTV

CNTV

CNTV

CNTV

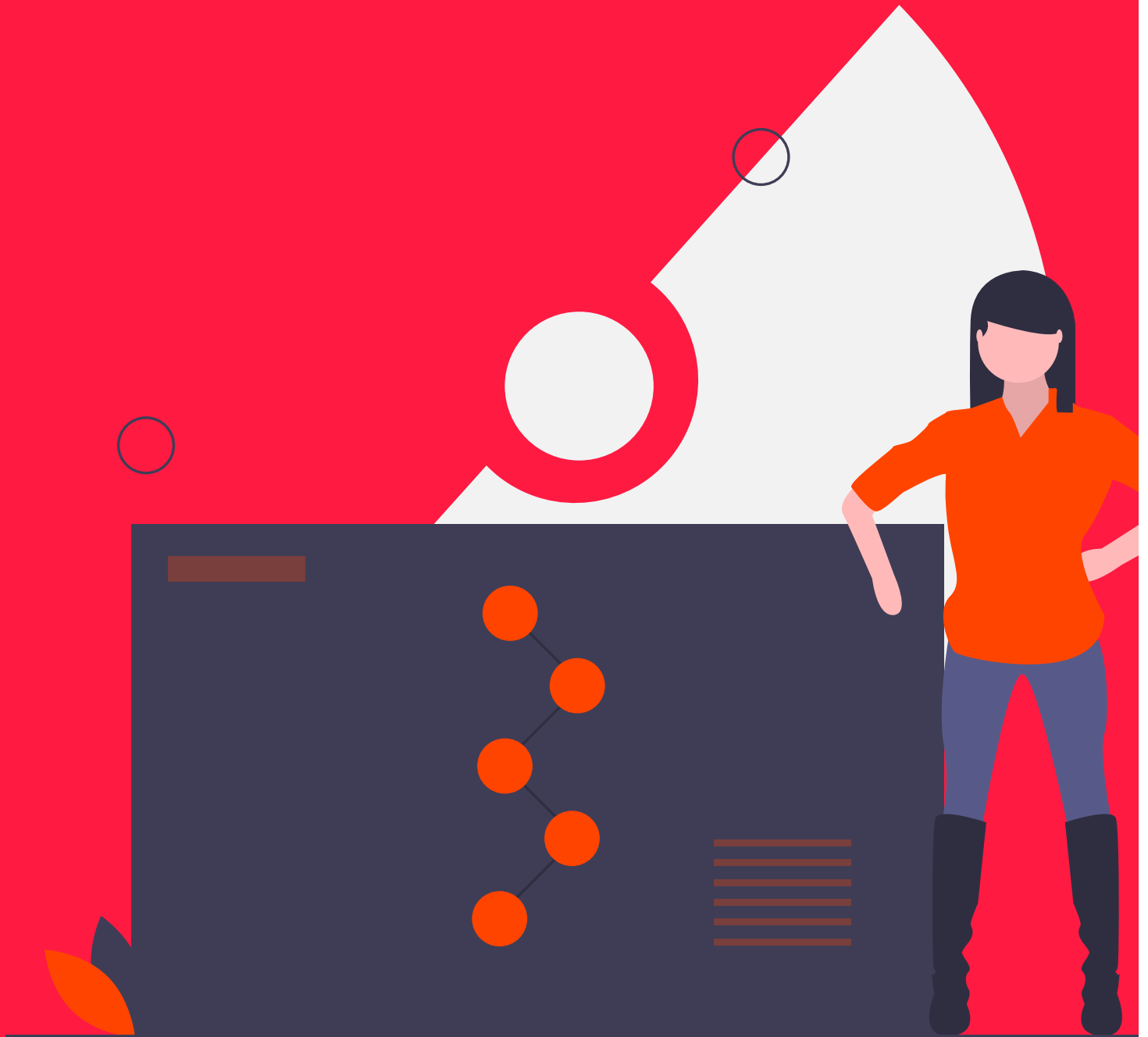
TV

CNTV

CNTV

Conclusiones

5



La Franja Electoral de Convencionales Constituyentes fue un proceso histórico para el país y también para el Consejo Nacional de Televisión. Para nuestra institución significó desafíos importantes e invaluable aprendizajes, que creemos deben considerarse para perfeccionar este espacio de propaganda.

La franja supuso un reto por diversas razones: el inédito número de candidaturas, en especial de independientes; la compleja distribución de tiempos de las mismas; los cambios legislativos que redibujaron la propaganda televisiva pocos días antes de que ésta partiera; la contingencia sanitaria, que dificultó los desplazamientos e impuso restricciones, entre muchas otras variables.

La institución implementó en tiempo récord diversas innovaciones que viabilizaron de manera efectiva la participación de las distintas candidaturas en esta propaganda electoral. Se logró que estuvieran en la franja el 100% de los partidos políticos, el 60% de los pueblos indígenas y la representación del 85% de independientes agrupados en listas, de un universo total 1.373 candidaturas.

En términos de rating, la franja electoral fue muy vista, alcanzando un peak de sobre 40 puntos en horario prime y de casi 30 puntos en horario diurno; un visionado poco frecuente a esa hora del día. Asimismo, congregó a nuevos públicos como los jóvenes; alimentó un intenso debate en redes sociales, y algunas polémicas emisiones abrieron la discusión respecto del objetivo de este espacio y sobre qué es lo adecuado o no para emitir en él.

Pese a este éxito, la claridad y utilidad de los contenidos de la franja fueron su gran debilidad, según lo señala la encuesta Ipsos-CNTV. De acuerdo a este estudio, sólo el 27% de los consultados se muestra de acuerdo o muy de acuerdo con que este espacio les fue útil para orientar su voto, lo cual interpela a los responsables de los contenidos de la propaganda política a aumentar el estándar de los mensajes.



Aunque se debate su utilidad, hay un gran interés en participar en las franjas televisivas. Esto se debe a que la televisión sigue siendo en Chile el principal medio para informarse, según los estudios del CNTV, un medio de gran impacto emocional y que, a diferencia del celular o el computador, permite un visionado familiar y grupal, siendo una experiencia esencialmente social.

En el proceso histórico por el cual transita Chile, vale la pena preguntarse cómo se puede hacer un uso más eficiente y efectivo de este espacio de propaganda electoral.

De cara a futuras franjas, y dada la cada vez mayor descentralización geográfica, se debiera avanzar hacia adecuaciones técnicas que permitan espacios televisivos diferenciados regionalmente cuando se trate de elecciones por distritos.

Asimismo, en un escenario político y social en vertiginoso cambio, resulta fundamental introducir reformas institucionales y/o legislativas en un plazo que permita la óptima implementación y la internalización adecuada de parte de los actores incumbentes en el proceso.

Dicho esto, a efectos de la inclusión de nuevos actores en los procesos electorales, sería conveniente establecer mecanismos de subsanación de las brechas en infraestructura y competencias digitales y audiovisuales.

La experiencia del Consejo Nacional de Televisión, con más de 30 años de franja televisiva y un extenso acervo en la materia, puede resultar útil en los futuros perfeccionamientos de la normativa.

CNTV

CNTV

CNTV

TV

CNTV Consejo Nacional de Televisión



CNTV

M A Y O 2 0 2 1